

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>

JOHN B. THOMPSON

[Medya ve Modernite

Türkçesi: Serdar ÖZTÜRK



76

;

JOHN B. THOMPSON

MEDYA ve MODERNİTE

ISBN 978-975-9169-86-2

MEDYA VE MODERNİTE / JOHN B. THOMPSON

1. Baskı: Eylül 2008, İstanbul, Kırmızı Yayınları

Genel Yayın Yönetmeni: Fahri ÖZDEMİR

Kapak tasarımı: Akçura Serap ERTEMİN

Dizgi: Kırmızı Yayınları
Baskı ve Cilt: Can Matbaası

© Kırmızı Yayınları, 2008, İstanbul
© John B. Thompson & Polity Press, 2004, USA
Bu kitabın telif hakları AKÇALI AJANS aracılığıyla alınmıştır.

Kırmızı Yayınları
Bağdat Caddesi No. 142/13 Maltepe / İSTANBUL
Tel: (0 216) 371 36 29

Kırmızı Yayınları bir OPUS LTD. ŞTİ. kuruluşudur.
www.kirmiziyayinlari.com

JOHN B. THOMPSON

MEDYA ve MODERNİTE

Türkçesi:

SERDAR ÖZTÜRK

ÖNSÖZ

Bu kitap, *Ideology and Modern Culture* kitabımda ilk defa taslakları çizilen bazı fikirlerin ayrıntılandırılmış ve geliştirilmiş halidir. O kitapta, modern toplumların yükselişleriyle ilgili kültürel dönüşümleri anlamak istiyorsak, iletişim medyasının gelişimine ve etkisine merkezi bir rol vermek zorunda olduğumuzu ileri sürmüştüm. Bu kitapta bu iddiamı kanıtlamaya çalışıyorum. İletişim medyasının doğasını ve değişen biçimlerini nispeten ayrıntılı inceliyorum; medya endüstrilerinin ortaya çıkışını tartışıyor ve bazı son yönelimleri çözümlüyorum; ancak hepsinden öte medyanın gelişiminin modern dünyaya biçim veren büyük kurumsal dönüşümlerle, köklü yönlerden iç içe geçtiğini göstermeye çalışıyorum. Asıl ilgim, bu karşılıklı bağlantıları araştırmak, onların sınırlarının izlerini sürmek, anlamlarını düşünmek ve günümüzde miyop bir zihin uğraşından kaçınırken, çağdaş ve medya doyumlu dünyamızı biraz olsun aydınlatmaktır.

Bu konuları yıllardır tartıştığım ve metnin daha önceki taslaklarını okumaya ve yorum yapmaya zaman ayıran sayısız arkadaş ve meslektaşına derinden minnettarım. Burada

Lizabeth Goodman'ın adını özel olarak anmam gerekir: Bana çok yararlı öneriler sundu, daimi bir teşvik ve destek kaynağı oldu. Antony Giddens ve David Held ile yapılan sohbetler bu kitabın sorunlarını biçimlendirmeye katkı sağladı. Giddens ve Held kitabın taslağını okudular ve çok değerli önerilerini benimle paylaştılar. Peter Burke, James Lull, William Quatwaite ve Annabelle Sreberny-Mohammadi zamanları ve yorumlarıyla cömerttiler; sorgulayıcı eleştirileri ve uzmanlık alanlarındaki ilgili çalışmalarına sayısız referanslarından dolayı onlara minnettarım. Michelle Stanworth, Henrietta Moore, Helga Geyer-Ryan ve Peter ve Karin Groombridge'in dostlukları içtendi ve her zaman yapıcı önerilerde bulundular. Ayrıca bilgisayarda sabırlı yazımı için Avril Symonds'a; dikkatli düzeltmenliği için Ann Bone'a; bu kitabın yayıma hazırlanmasında hemen her safhada yardımlarını esirgemeyen Polity Press ve Blackwell Publishers'daki pek çok kişiye –özellikle Gill Motley, Julia Harsant, Nicola Ross, Pam Thomas, Lin Lucas ve Ginny Stroud-Lewis'e- teşekkür ederim.

J.B.T., Cambridge, Aralık 1994

GİRİŞ

“Bana göre herşeyin kaos olduğunu, yani toprağın, havanın, suyun ve ateşin birbiri içine girdiğini, bu biçimlenen yığından –tıpkı peynirin süttten yapılması gibi- bir kitle oluştuğunu, onun içinde kurtların ortaya çıktığını ve bunların melekler olduğunu söyledim. En yüce yaratıcı kararlaştırdı ki, bunlar Tanrı ve melekler olmalıydı ve çok sayıda meleğin içinde, bu kitleyle aynı zamanda yaratılan, Tanrı da vardı. Ve O, Efendi oldu...”¹ Onsekizinci yüzyılda şimdi Kuzey İtalya’da olan Friuli’nin küçük bir köyü, Montereale’deki bir değirmenciden yankılanan bu sözler, bugün bizi başka çağın kalıntıları gibi çarpar. Bizlerin bu sözlerin taşıdığı dünya görüşünü ciddiye alması veya bunları söyleyen kişinin –Menocchio olarak da bilinen Demonico Scandella’nın- inançlarını niçin böyle yürekten telaffuz ettiğini anlaması kolay değildir. (Menocchio sorgulandı, hapsedildi ve en sonunda ölüme mahkum edildi.) Fakat günümüz dünyasını

1 Carlo, Ginzburg, *The Cheese and the Worms: The Cosmos of a Sixteenth Century Miller*, Çev. John ve Anne Tedeschi, Routledge ve Kegan Paul, Londra, 1980, s.5–6. Bu örneği tartışmam, sapkın inançları nedeniyle iki ayrı davadan yargılanan ve en sonunda Kutsal Ofis’in buyruğu ile kazığa bağlanıp yakılan bir değirmenci olan Menocchio’nun yaşamını ve dünya görüşünü Ginzburg’un göz alıcı bir incellemeyle inşa etmesine dayanmaktadır.

onaltıncı yüzyılın bu değirmencisinin dünyasından ayıran mesafeye rağmen, bizleri ona bağlayan çok önemli toplumsal bir özellik bulunmaktadır: Menocchio, çağdaşı çoğu köylünün aksine, okuyabiliyordu.

Menocchio, başka eserlerin yanı sıra Sir John Mandeville'ye atfedilen popüler bir seyahatname olan *II cavalier Zuanne de Mandavilla*'nın tercümesini de okumuştur. Ondördüncü yüzyılın ortasında yazılan bu kitap, onaltıncı yüzyılda pek çok defa yeniden basıldı ve Avrupa'da elden ele dolaştı. Menocchio bu eser aracılığı ile insanların farklı adetleri deneyimledikleri, farklı yasalara itaat ettikleri ve farklı inançlara sahip oldukları uzak yerler hakkında bilgi sahibi olmuştu; bazı insanların güneşe, bazıların ateşe, bazıların imajlar ve idollere taptıkları diyarları okumuştur; yamyamlar, pigmeler ve köpek başlıklı erkeklerle dolu adaları okumuştur. Bu betimlemeler onu derinden etkilemiş ve kendi inançlarının temellerini sorgulamaya yöneltmişti. Böylece okudukları ona başka bir dünyanın pencerelerini açtı. Bu dünya öyle bir dünyaydı ki, Menocchio oraya geçici olarak adım atabilir ve oradan -alternatif keşiflerin kendisi üzerinde yarattığı rahatsızlıkla- Montereale'deki gündelik yaşam dünyasını izleyebilirdi.

Menocchio'nun sıradışı hayal gücüne sahip bir adam olduğu şüphesizdi. Onun tuhaf kozmik dünyası kendi yaratımıydı ve muhtemelen fikirleri köylü arkadaşları tarafından ihtiyatla, şaşkınlıkla, korku ve merak karışımı bir duyguyla karşılandı. Menocchio, sorgusu sürecince sürekli olarak fikirlerinin kendi icadı olduğu konusunda ısrar etti ('Efendim, ben bu kanaatleri taşıyan birisiyle hiç karşılaşmadım; kanaatlerim kendi zihnimden çıktı.'), fakat bu kıs-

men doğruydu. Çünkü Menocchio pek çok kitap okumuştı ve okuduklarından pek çok fikir elde etmişti. Menocchio'nun canlı hayal gücü bu fikirleri harekete geçirmiş, onları birbiriyle ve kırsal yaşamın sözlü geleneklerinden gelen fikirlerle ilintilendirmişti. Şüphesiz Menocchio'nun görüşleri tekil ve dur durak bilmeyen zihnin ürünüydü; fakat bu görüşler muhtemelen, kökenleri başka yerlere uzanan ve etkileri Friuli köylerinin çok ötesine giden toplumsal bir dönüşümün de mamülüydü.

Menocchio'nun 1584'teki yargılanmasına kadar olan süreçte matbaacılık Avrupa'da bir yüzyıldan fazla süredir faaliyet göstermekteydi. Matbaalarda çoğu bireyin yaşam koşullarını tedricen dönüştüren basılı malzemeler üretilmekteydi. Önceleri matbaanın etkisi, iktidarı ellerinde bulunduran eğitimli seçkinlerin de içinde bulunduğu büyük kentsel merkezlerde çok güçlü olarak hissedildi. Ancak basılan materyaller hızlı bir şekilde yayıldı ve çok geçmeden -bu mütevazi, kendi kendine öğrenen değirmenci- Menocchio gibi sıradan insanlar basımın açtığı dünyalara ulaşabildiler. Menocchio'nun görüşleri bugün ne kadar tuhaf görünürse görünsün, Menocchio, içinde gündelik yaşamın paylaşılan mekânlarının çok ötesinde izler bırakan ve fikirlerin dolaşımının artık yüzyüze iletişim bağlamlarındaki sözcüklerin değış tokuşuyla kısıtlanamayacağı yeni bir dönemin habercisiydi.

Bu kitaptaki amacım, sembolik iktidarın sosyal organizasyonu olarak tanımlayacağım esaslı dönüşümleri izlemek ve bunların bugün içinde yaşadığımız dünya üzerindeki sonuçlarını ortaya koymaktır. Bunu yaparken basımcılığın ilk biçimlerinden, elektronik iletişimin en son türlerine kadar iletişim medyasının modern toplumların

yükselişinin asli bir parçası olduğunu göstermeye çalışacağım. İletişim medyasının gelişimi, 'modernite' demeye başladığımız şeyin kurucusu olan bir dizi gelişimsel süreçlere karmaşık biçimlerde dokunmuştu. Bu yüzden, şayet modernitenin doğasını –yani modern toplumların kurumsal özelliklerini ve bu toplumlar tarafından yaratılan yaşam koşullarını anlamak istiyorsak- iletişim medyasının gelişimine ve etkisine merkezi bir rol vermek zorundayız.

İçlerine modern toplumların ortaya çıkışıyla ilgilenen sosyal teorisyenlerin çalışmalarının dahil olduğu çok az sayıda incelemenin, iletişim medyasına hak ettiği ciddiyeti vermesi belki şaşırtıcıdır. Basıncılığın erken modern Avrupa'da ve başka yerlerdeki etkilerine dair çok sayıda toplumsal ve kültürel tarih çalışması bulunmaktadır. Yine medya endüstrilerindeki son gelişimlere dair geniş bir literatürden söz edilebilir. Ancak sosyal teorisyenlerin yazılarında, iletişim medyasına ilgi gözle görülür oranda azdır. Bu ihmalin nedeni nedir? Kuşkusuz ki medyaya yönelik şüpheli yaklaşımın bunda payı vardır. Teorisyenler sosyal değişikliğin uzun dönemli süreçleriyle ilgilendikleri için medya, yapay ve gelip geçici bir alan gibi görünebilir. Bu alan hakkında söylenebilecek çok az şeyin olduğu düşünülebilir. Ancak bu ihmali açıklamaya yarayacak başka derin tarihsel ve entelektüel nedenler de bulunmaktadır.

Sosyal teorisyenler günümüzde modernitenin büyük gelişimsel hatlarını düşündüklerinde, bunu genellikle klasik toplumsal düşüncenin mirasının izinden giderek yapmışlardır. Çağımız sosyal teorisyenleri referanslarını, ondokuzuncu yüzyıl içinde ve yirminci yüzyıl başlarında yazan ve çevrelerini biçimlendiren endüstri toplumlarını

açıklamaya çalışan otoritelerin çalışmalarından almaktadırlar. Çoğuna göre klasik sosyal düşünürler iletişim medyasının gelişimine anlamlı bir rol vermemişlerdir. Klasik düşünürlere göre modern toplumların ortaya çıkışıyla bağlantılı kilit kültürel dinamikler başka yerdedir: Rasyonelleşme ve sekülerleşme süreçleri. Bu süreçler sayesinde modern toplumların geçmişte geleneksel kalıntılarını tedricen silecekleri düşünülmüştür. Bu, mit ve efsunun karanlık siperlerine karşı akıl ve aydınlanmanın ilerletici güçlerini öne çıkaran epik hikaye anlatımı geleneğindeki bir büyük anlatı, bir yüce vizyondur. Ve bu vizyon teorik tahayyülü sürdürmüş, çağdaş teorisyenleri anlatıyı savunan ve rafine etmek isteyenler ile onu bir başka mit olarak reddetmeye meyledenler olarak karşıt kamplara bölmüştür.

Burada önereceğim açıklamanın büyük anlatının yüksek dramıyla ortak yönleri azdır. Akıl ve mit güçleri arasındaki bu biraz ruhani mücadelenin tersine, onbeşinci yüzyılın sonlarında boyutları küçük olan basımcılıktan günümüzün dev iletişim holdinglerine kadar açık kurumsal temelleri olan ve tutarlı bir şekilde iyi belgelenen bir dizi gelişimle ilgileneceğim. İletişim ağlarına, enformasyon akışına ve ondokuzuncu yüzyılın ortasından beri küresel boyuta ulaşmış ağların tedrici genişlemesine odaklanacağım. Bu ağların diğer iktidar biçimleriyle - ekonomik, siyasal ve askeri- içiçe geçtiği yönlerle ve bireysel ve kolektif düzeyde kendi amaçlarını izleyen faillerin ağları nasıl kullandıklarıyla ilgileneceğim. Diğer yandan bu gelişmelerin dünyevi karakterine karşın, sonuçlarının bu karakterin boyutlarını çok aştığını göstermeye çalışacağım.

Bu kitabın merkezi iddialarından birisi, bizlerin yeni iletişim ağlarındaki ve enformasyon akışındaki gelişmelerin toplumsal etkilerini, iletişim medyasının, başkalarıyla ilişkileri köklü değişikliklere uğramadan kalmış bireylere enformasyon ve sembolik içerik yayarak hizmet ettiğine dair, görünürde mantıksal olan fikri bir kenara koymak koşuluyla anlayabileceğimizdir. Aksine, iletişim medyasının kullanımının, toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin kurulmasını, yeni toplumsal ilişki biçimlerini ve başkaları ve kendiyi 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 iktidar tarzları, yeni eylem ve etkileşim biçimleri yaratmaktadır.

Bu dönüşüme genel bir şekilde dikkat etmek, onu ayrıntılı analiz etmekten, onun sosyal ve siyasal yaşam için taşıdığı anlamların izini sürmekten daha kolaydır. İzleyen bölümlerin çoğu bu dönüşümü analiz etme ve daha geniş etkilerini araştırma çabasıdır. Bu çaba elbette bitmiş ve her alanı tüketmiş değildir. İlk iki bölüm, hem teorik hem de tarihsel zemin hazırlamaktadır. Birinci bölümde oldukça kapsayıcı bir sosyal teorinin çerçevesi içinde iletişim medyasının doğası analiz edilmektedir. Bu bölüm, her iletişim

biçiminin –dolayimli iletişim de dahil- ortaya çıktığı ve iletişime, referansla anlaşılması gereken yapılaşmış sosyal bağlamları analiz etme yoluyla medyayla ilgili sosyal bir teorinin temellerini atmaktadır. İkinci bölüm, tarihsel analizi tarihsel alana taşımaktadır. Birinci bölümde çizdiğim teorik çerçeveden yola çıkarak modern toplumların ortaya çıkışıyla ilintili ana dönüşümlerin geniş bir yeniden izahına girişiyorum. Bu izah, medya kurumlarının ve yeni iletişim ağlarının ve enformasyon akışının gelişimlerine özellikle vurgu yapmaktadır.

Üçüncü bölümde iletişim medyasının kullanımının modern dünyada yeni eylem ve etkileşim şekilleri yarattığı tezimi geliştirmeye ve bu şekilleri derinlemesine ve mümkün olduğu kadar tam olarak analiz etmeye çalışmaktayım. Bu tez dördüncü bölümde devam ettirilmektedir. Burada iletişim medyasının kamusal ve özel arasındaki ilişkiler ile görünürlüğün ve iktidarın değişen bağlantıları üzerindeki etkilerini araştırmaktayım. Günümüzde –sık sık ortaya çıkan muhtelif türden skandallar gibi- siyasal arenada yaygın ve sorun haline gelmiş olguların, iktidarın dolayımlanmış görünürlüğüyle ilgili bir dizi önemli dönüşümlerde kök saldıklarını göstermeye çalışacağım.

İletişim medyasının gelişmesi, iktidarı sadece yeni tarzlarda görünür kılmamıştır, aynı zamanda onu umulmadık boyutta görünür hale getirmiştir: Günümüzde dolayımlanmış görünürlük küresel çapta etkilidir. Bu durum, kökenleri en azından onbeşinci yüzyıl ortasına dayanan ve özellikleriyle sonuçları beşinci bölümün konusunu oluşturan karmaşık küreselleşme sürecinin ürünüdür. Burada iletişimin küreselleşmesinin modern toplumları oluşturan

başka gelişimsel süreçlerle nasıl iç içe geçtiğini göstermek-
teyim. Bu gelişimlerin sonuçlarını anlamayı istememiz du-
rumunda, içinde küresel medya ürünlerinin alımlandığı
ve anlaşıldığı özel bağlamları dikkate almamız gerektiğini
tartışmaktayım.

6. ve 7. Bölümler, iletişim medyasının gelişiminin bi-
reylerin günlük yaşamlarını etkileme biçimlerini ortaya
çıkarmakla ilgilidir. Altıncı bölümde geleneğin doğasına
ve değişen rolüne odaklanmaktayım: Medya ürünlerinin
yaygınlaşması pek çok yorumcunun ileri sürdüğü gibi, ge-
leneksel yaşam şekillerinin temelini aşındırmaya mı yar-
dımıcı olmaktadır? Yahut, medyanın, onları özgün bağlam-
larından kopartarak, kültürel diasporalara gömerek ve bi-
reylere artık yerel mekânlara bağlı olmayan kimlik kay-
nakları sağlayarak geleneklere yeni bir hayat verdiği söyle-
nebilir mi? 7. Bölüm benliğin doğası ve oluşum sürecinin
dolayımlanmış materyallerin artmasıyla etkilendiği biçim-
ler üzerine odaklanmaktadır. Olayları yaşama kapasitesi-
nin artık günlük yaşamın zaman-mekân patikaları üzerin-
de karşılaşma olanağına bağlı olmadığı bir dünyada yaşa-
mak neye benzemektedir?

Sonuç bölümü, medya kurumlarının özerk ve sorumlu
bir yaşam şeklinin yaratılmasında oynayabileceği ve oyna-
mak zorunda olduğu daha normatif türdeki sorulara de-
ğinmektedir. Sosyal ve siyasal meseleler hakkında gele-
neksel düşünüş biçimimizin antik dünyadan, Klasik
Yunan'ın *agorasından* kaynaklanan ve genel meseleleri tar-
tıtmak için bireylerin ortak bir mekânda bir araya gelme
olasılığını düşünen belli bir kamusal yaşam modelince bi-
çimlendirildiğini tartışmaktayım. Fakat biraradalığı odağa
alan bu geleneksel kamusal model, geç yirminci yüzyı-

lın pratik gerçeklerine çok az uymaktadır. Günümüzün modern dünyasındaki karmaşık karşılıklı bağımlılıkları yansıtacak, yüzyüze olmayan iletişim ve etkileşim formlarının artan önemini kabul edecek bir kamusal idealini yeniden keşfetmek zorundayız.

Kitap boyunca kültür tarihi, iletişim tarihi, iletişimler kuramı ve araştırması, çağdaş medya ve kültürel çalışmalar içindeki değişik ve zengin literatürden beslendim. Ancak bu eser, iletişimler alanına özgü literatüre katkıdan ziyade esas olarak bir sosyal teori çalışması olarak yazıldı. Sosyal teori literatürü içinde iletişim medyasının ihmal edilmesinin eksikliğini gidermeye çalıştım. Çalışma göstermektedir ki, eğer bizler medyayı ciddiye alırsak, medyanın sosyal ve siyasal düşüncenin bazı ana konularında önemli sonuçlar yarattığını anlayabiliriz. Aynı zamanda, medyanın ihmal edilmişliğini gidermeye çalışırken, iletişim medyasının gelişiminin geniş toplumsal ve tarihsel süreçlerden bağımsız olarak incelenmesinde olduğu gibi, medyayla tek yönlü ilgilenmekten kaçınmaya çalıştım. Sosyal teorinin iletişim araştırmalarından alacağı kadar, ona vereceği de çok şey vardır; ve bir sosyal medya teorisi kanımca, medya çalışmasını ait olduğu yere konumlandırmaya yardımcı olmalıdır: Modern toplumların ortaya çıkışı, gelişimi, yapısal özellikleri ve gelecekle ilgili bir dizi disiplin arasında bir yere konumlandırılmalıdır.

Bu kitaptaki argümanlarımı geliştirirken, ayrıca çağdaş, sosyal ve kültürel teori literatüründen özgürce yararlandım. Ancak, ilgi sahamla özellikle ilintili olan ve açıklamalarımın genel yönelimini biçimlendirmeye yardımcı olan üç düşünce geleneği bulunmaktadır. Birincisi Frank-

furt Okulu kaynaklı eleştirel sosyal teori geleneğidir². Günümüzdeki çoğu çalışmanın, Horkheimer, Adorno ve Marcuse gibi Frankfurt Okulu'nun ilk teorisyenlerinin yazılarının etkisinden sıyrılabildiğine dair şüphelerim var. Bu yazarların 'kültür endüstrisi' eleştirileri son derece negatifti ve modern toplumların ve bu toplumların gelişimsel yönelimlerinin sorgulanabilir bir kavramsallaştırması üzerine temellendirilmişti.³ Ancak Habermas'ın kamusal alanın ortaya çıkışma ve dönüşümüne dair ilk açıklamaları halen dikkatle üzerinde durmayı hak eden değerde bir çalışmadır.⁴ Habermas'ın ilk çalışmalarının parlaklığı, modern toplumların oluşumunun ayrılmaz bir unsuru olarak medyanın gelişimini ele almasında yatar. Habermas, erken modern Avrupa'da basılı materyallerin dolaşımının, mutlak rejimlerden liberal demokratik rejimlere geçişte hayati bir rol oynadığını ve eleştirel kamuoyunun medyaya eklemlenmesinin, modern demokratik yaşamın hayati bir özelliği olduğunu ileri sürdü. Göreceğimiz üzere, Habermas'ın savı pek çok açıdan ikna edici değildir. Habermas'ın savının artık biçimiyle savunulamayacağını açık olduğunu düşünüyorum. Ancak hak-

2 Bkz. Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno, *Dialectic of Enlightenment*, The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception, Çev. John Cumming, Seabury Yayınları, New York, 1972, s. 120-67; Ayrıca bkz. Theodor W. Adorno, *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, ed. J.M. Bernstein, Routledge ve Kegan Paul, Londra, 1991.

3 Medya çalışmalarına, erken dönem eleştirel teorisyenlerin katkısının eleştirel bir değerlendirmesi için bkz. Douglas Kellner, *Critical Theory, Marxism and Modernity*, Polity Yayınları, Cambridge, 1989, böl. 5 ve 6; Ayrıca bkz. John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, Polity, Cambridge, 1990, böl. 2.

4 Bkz. Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry in to a Category of Bourgeois Society*, Çev. Thomas Burger ve Frederick Lawrence, Polity, Cambridge, 1989.

kını vermek gerekir ki, Habermas'm açıklamalarının arka planını oluşturan vizyon, takdirimizi kazanmayı sürdürmektedir.

Kitapta daha az yararlandığım ikinci düşünce geleneği, medya teorisyenleri olarak bilinen yazarların çalışmalarından kaynaklanan gelenektir. Elbette ki bu teorisyenlerden en fazla tanınanı Marshall McLuhan'dı; fakat en özgün ve derinlikli olanı, muhtemelen McLuhan'm yurttaşı ve akıl hocası olan Harold Innis'di. [1940'larda ve 1950'lerde yazan Innis, iletişim medyası ile iktidarın mekânsal ve zamansal örgütlenmesi arasındaki ilişkileri sistematik olarak ilk kez araştıran kişiydi.⁵] Innis'in iletişimin 'yanlılığı' teorisinin – basitçe belirtmek gerekirse, farklı medyanın siyasal iktidarın merkezileşip merkezileşmemesi, zaman veya mekânda genişleyip genişlememesi gibi farklı örgütlenme şekillerini desteklediğine dair teorinin- iletişim ve iktidar arasındaki karmaşık tarihsel ilişkileri açıklamak için oldukça kaba olduğu şüphesizdi. Ancak Innis haklı olarak, ilettikleri mesajın içeriği ne olursa olsun, iletişim medyasının iktidarın örgütlenmesindeki önemini vurgulamıştı. Bu yaklaşımın elbette McLuhan tarafından alındığı ve geliştirildiği kesindir, ancak Goffman'ın toplumsal etkileşime dair açıklamalarını McLuhan'm elektronik medya analiziyle birleştiren Joshua Meyrowitz gibi en son teorisyenleri de eklemek gerekir.⁶ Bununla birlikte bu gelenek, sıra, medya endüstrilerinin

5 Bkz. Harold A. Innis, *Empire and Communications*, Oxford Üniversitesi Yayınları, Oxford, 1950 ve *The Bias of Communication*, Toronto Üniversitesi Yayınları, Toronto, 1951. Innis'in katkısının olumlu bir değerlendirmesi için bkz. James W. Carey, *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, "Space, Time and Communication: A Tribute to Harold Innis", Unwin Hyman, Boston, 1989, s. 142–72.

6 Bkz. Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*, Oxford Üniversitesi, New York, 1985.

toplumsal örgütlenmesine, içinde medyanın da yer aldığı iktidar ve kaynakların eşitsiz dağıtılmasına dair yöntemlere ve bireylerin medya ürünlerinden nasıl anlamlar çıkarıp bunları kendi yaşamlarıyla ilişkilendireceklerine geldiğinde daha az kullanışlıdır.

Açıklamalarıma yön veren üçüncü gelenek, bağlamsallaşmış sembolik formların yorumuyla uğraşan bir gelenek olan yorumsamadır. Bu geleneğe son yıllarda katkı yapanlar arasında Gadamer ve Ricoeur'un çalışmalarını eklemek mümkündür, ancak Clifford Geertz'in daha çok etnografik yönelimli yazılarını da gözden kaçırmamak gerekir.⁷ Yorumsama, -medya ürünlerini kapsayan- sembolik formların alımlanmasında daima, bireylerin iletilerden anlam çıkarmak için sahip oldukları kaynaklara başvurdukları durumsal ve yaratıcı bir süreç olduğu gerçeğine vurgu yapar. Yorumsama, bireylerin kendilerine, ötekilere, onların tarihlerine, dünyadaki yerlerine ve ait oldukları toplumsal gruplara yönelik bir anlam geliştirerek genişletilmiş bir benlik oluşturma sürecinin parçası olduklarına da dikkatimizi çeker. Yorumsama, yorumlamanın yaratıcı, inşacı ve toplumsal açıdan gömülü karakterini vurgulayarak, medya ürünlerinin alımlanması üzerine üretilen son yılların bazı etnografik çalışmalarıyla buluşur. Yorumsama aynı zamanda, anlam verme ve benlik oluşumu arasındaki bağlantıyla ilgili bir geleneğin kay-

7 Bkz. Hans- Georg Gadamer, *Truth and Method*, Sheed and Ward, Londra, 1975; Paul Ricoeur, *Hermeneutics and the Human Sciences: Essays on Language, Action and Interpretation*, ed. ve çev. John B. Thompson, Cambridge Üniversitesi Yayınları, Cambridge, 1981; Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, New York, 1973. Ayrıca bu geleneğin medya çalışmalarıyla olan ilişkisi için bkz. Peter Dahlgren, "The Modes of Reception: For a Hermeneutic of TV News" *Television in Transition*, Ed. Phillip Drummond ve Richard Patterson, British Film Enstitüsü, Londra, 1985, s. 235-49; Thompson, *Ideology and Modern Culture*, Bölüm 6.

naklarmı bu etnografik çalışmalar içerisine taşıyarak onları zenginleştirir.

Bazı okuyucular, sosyal teori ve medyayla ilgili bir kitap içerisinde 'post yapısalcılık' ve 'postmodernizm' literatürüyle genelde az ilgilenmeme şaşırabilir. Burası, bu literatürden memnuniyetsizliğimin nedenlerini sıralamanın yeri değildir; bazı nedenler izleyen sayfalarda görülecektir. Bu noktada, geç yirminci yüzyılın sakinlerinin son yıllarda yeni bir çağa girdiklerini ve modern toplumların ortaya çıkışıyla açılan kapıların şimdi onların arkasına kapandığını gösterecek çok az işaret olduğunu söylemek yeterli olabilir. Eğer postmodernizmin tetiklediği tartışmalar bizlere bir şey öğrettiyse, bu, modern toplumların karakteristik gelişimsel süreçlerinin bizleri modernitenin biraz yeni ve henüz tanımlanmamış bir çağa itmesi değildir; daha ziyade bizlerin bu süreçleri anlamamıza yönelik geleneksel teorik çerçevelerin pek çok yönden yetersiz kaldığıdır. Bugün ihtiyacımız olan şey, yeni bir çağın yeni bir teorisi yerine, geniş hatları bir süre önce çizilmiş ve bizlerin sonuçlarını tam olarak henüz ortaya koyduğumuz bir çağın teorisidir. Şayet moda hale gelmiş retoriği bir kenara bırakır ve dikkatlerimizi yaşamlarımıza biçim veren köklü sosyal değişikliklere odaklaştırırsak, seleflerimizle - Montereale'li kötü talihli değirmenciyle bile- bazı çağdaş teorisyenlerin bizleri inandırmaya çabaladıklarından çok daha fazla ortak yönlere sahip olduğumuzu anlayabiliriz.

I

İLETİŞİM VE SOSYAL BAĞLAM

Bütün toplumlarda insanlar üretim, enformasyon ve sembolik içerik alışverişinde bulunurlar. Jestlerin ilk biçimlerinden ve dil kullanımından bilgisayar teknolojisindeki en son gelişmelere kadar enformasyon ve sembolik içeriğin üretimi, depolanması ve dağıtılması, toplumsal yaşamın merkezi yanındı. Ancak onbeşinci yüzyılın sonlarından günümüze kadar bir dizi medya kurumunun gelişimiyle birlikte üretim, depolama ve dağıtım süreçleri belirli yönlerde dönüşüm geçirdi. Bu süreçler modern dönemin özelliklerini oluşturan bir dizi kurumsal gelişmeler içinde taşındı. Bu gelişmeler nedeniyle sembolik biçimler görülmedik bir boyutta (yeniden) üretildi; pazarda alınıp satılabilen metalara dönüştürüldü; zaman ve mekânda yayılmış bireylere ulaştırıldı. Medyanın gelişimi, modern dünyadaki sembolik üretim ve değişimin doğasını çok esaslı ve geri döndürülemez bir şekilde dönüştürdü.

Bu bölümde dolayimli iletişimin bazı özelliklerini analiz ederek bu dönüşümün hatlarını araştırmaya başlayacağım. Medyaya yönelik, temel olarak 'kültürel' denilebilecek

bir yaklaşım geliştireceğim. Bununla, sembolik biçimlerin anlamlı özellikleriyle ve onların toplumsal bağlamsallaştırılmalarıyla ilgili bir yaklaşımı kastetmekteyim.¹ İletişim medyasının indirgenemez bir sembolik boyuta sahip olduğunu vurgulamak önemlidir: İletişim medyası, bireyler için *anlamlı* materyallerin üretimi, depolanması ve dağıtılmasıyla ilgilidir. İletişim medyasının bu sembolik boyutunu gözden kaçırmak ve onun teknik özelliklerine odaklanmak çok kolaydır. Bu teknik özellikler aslında, aşağıda göreceğimiz gibi, elbette önemlidir. Gelgelelim bu özellikler, iletişim medyasının, gerçekte, toplumsal yaşamın sembolik karakterinin yeni bir biçimlendiricisi, enformasyon ve sembolik içeriğin toplumsal dünyada üretilmesinin ve değişiminin yeni bir şekillendiricisi ve bireylerin birbirleriyle ve kendi kendileriyle bağlantılarını kuran yeni bir yapılandırıcısı olduğu gerçeğini gizleyemez. Geertz'in belirttiği gibi², 'insan, kendisini ören anlamlı bağlar içinde varlığını sürdüren bir hayvansa', iletişim medyası bu durumda modern dünyada çevrilen tekerleklerdir. İnsanoğlu bu medyayı kullanarak kendisi için anlamlı ağlar üretmektedir.

Önemle vurgulanması gerekli bir başka nokta, dolaımlı iletişimin daima sosyal bir olgu olarak bağlamsallaştırılmasıdır: Dolaımlı iletişim daima, değişik durumlar içinde yapılaştırılan ve ortaya çıkan iletişim üzerinde yapılaştırıcı bir tesir yaratan toplumsal bağlam içerisine gömölüdür. Bu nokta kolayca gözden kaçabilmektedir. Dolaımlı iletişim genellikle –kağıt üzerinde tespit edilen sözcükler

1 Kültürel çalışma kavramının ayrıntılı bir incelemesi için bkz. John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, Polity, Cambridge, 1990, böl. 3.

2 Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic Books, 1973, s. 5.

veya filme çekilen imajlar gibi- alt tabaka materyale ‘sabitlendiği’ için, medya iletilerinin sembolik içerikleri üzerine odaklaşılması ve bu iletilerin üretim ve dağıtımlarının temelini oluşturan karmaşık sosyal koşulların ihmal edilmesi kolaydır. Bu, benim kararlılıkla kaçınacağım bir yönelimdir. Medya iletilerinin sembolik içeriklerini ihmal etmeksizin, dolayimli iletişimin daha geniş bağlamlı bir toplumsal yaşamın ayrılmaz parçası olduğunu vurgulayan bir yaklaşım geliştireceğim.

Bu bölümün ilk kısmında, genelde iletişimin, özelde dolayimli iletişimin anlaşılabilceği toplumsal bağlamların bazı özelliklerinin taslağını çizeceğim. Bu arka sahneyi hazırladıktan sonra (ikinci bölümde), iletişimin teknik medyasının özelliklerini ve ‘kitle iletişimi’ olarak kabul edilen olgunun bazı özelliklerini analiz edeceğim (üçüncü bölümde). Dördüncü bölüm, iletişim medyasının zaman-mekân ilişkilerini yeniden düzenlemesiyle ve zaman-mekân deneyimlerimizi hadımlaştırmasıyla ilgilidir. Bu bölümün son kısmında, bir giriş mahiyetinde, dolayimli iletişim ile böyle bir iletişimin alımlandığı ve anlaşıldığı pratik sosyal bağlamlar arasındaki ilişkiyi araştıracağım.

Eylem, İktidar ve İletişim

İletişimin bir eylem şekli olduğunu söylemek, klişeleşmiştir. Austin’in, bir söz söylemenin sadece bazı devlet işlerini tanımlamak veya raporlamak anlamına gelmeyip aynı zamanda bir eylem icra etmek anlamına geldiğini gözlemlediğinden beri³, bir dili konuşmanın bireylerin birbirleriyle

3 Bkz. J. L. Austin, *How to Do Things with Words*, 2. basım, ed. J. O. Urmson ve Marina Sbisa, Oxford Üniversitesi, Oxford, 1976,

ilişkilerini düzenleyen ve yenileyen bir toplumsal eylem olduğu gerçeğine çok duyarlı hale geldik. Fakat iletişim bir eylem şekliyse eğer, o zaman iletişim analizinin, en azından kısmen, eylem analizi ve bunun toplumsal açıdan bağlamsallaştırılmış özelliğinin açıklanması üzerine temellendirilmesi zorunludur. Austin ve onu izleyen eylem teorisyenleri bu doğrultudaki savı izlemediler. Bu yüzden onların konuşma eylemlerine dair yaptıkları açıklamalar oldukça resmi ve soyut boyutta kaldı, bireylerin gündelik yaşamlarındaki dil kullanımlarının yer aldığı gerçek koşullardan ayrıldı. Günümüzde Austin'in gözlemini, ancak onun yaklaşımını terkederek ve eylem, iktidar türleri, kaynaklar ve kaynakların üzerinde temellenen kurumlara dair anlamlı bir sosyal teori geliştirmek koşuluyla kabul edebiliriz.

Burada geliştireceğim yaklaşım, toplumsal olgunun yapılaşmış toplumsal bağlamlarda faaliyet gösteren amaçlı eylemler olarak anlaşılabilmesi varsayımı üzerine temellendirilmektedir.⁴ Toplumsal yaşam, amaçları peşinde koşan bireylerden oluşmaktadır. Bireyler bu şekilde davranmakla daima başlangıçta verili ve farklı yönelimler ve fırsatlar sağlayan koşullar seti içinde eylemde bulunurlar. Bu koşullar seti, Pierre Bourdieu tarafından geliştirilen yararlı bir terim olan 'etkileşim alanları' olarak kavramsallaştırılabilir.⁵ Bireyler, ellerindeki kaynakların farklılığına ve nice-

4 Bu açıklamanın daha ayrıntılı biçimi için bkz. John B. Thompson, *Critical Hermeneutics: A Study in the Thought of Paul Ricoeur and Jurgen Habermas*, Cambridge Üniversitesi, Cambridge, 1981, böl. 4 ; ve *Ideology and Modern Culture*, böl. 3.

5 Alan kavramı için bkz. Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Çev. Richard Nice, Cambridge: Harvard Üniversitesi, 1984; *The Logic of Practice*, Çev. Richard Nice, Cambridge: Polity, 1990; *Sociology in Question*, "Some Properties of Fields", Çev. Richard Nice, Sage, Londra, 1993, s. 72-7.

liğine bağılı olarak bu alanlar içinde farklı konumlar işgal ederler. Bazı durumlarda bu konumlar kurumsallaşmayla –yani, görece istikrarlı kurallar, kaynaklar ve toplumsal ilişkiler demetinin bir parçası olmasıyla- görece istikrar kazanabilir. Kurumlar, istikrar derecesine, zamanda ve mekânda genişlemeye ve bazı hedefleri takip etmeye bağılı belirleyici kurallar, kaynaklar ve toplumsal ilişkiler olarak anlaşılabilir. Kurumlar, eski etkileşim alanlarına tam bir biçim verir ve aynı zamanda buraları işgal eden bireyler için yeni yaşam yörüngeleri seti ve yeni konumlar yaratır.

Bir bireyin bir alan veya kurum içinde işgal ettiği konum, o bireyin sahip olduğu *iktidar*la yakından ilgilidir. Genel anlamda iktidar, kendi amaç ve çıkarlarını takip eden birisinin eylemde bulunma yeteneği, olayların seyri- ne müdahale ederek sonuçlarına tesir etme kabiliyeti olarak tanımlanabilir. Bireyler iktidar uygulayarak kaynakları kendi çıkarlarına hizmet edecek şekilde kullanırlar. Kaynaklar bireylerin kendi amaç ve çıkarlarını etkili bir şekilde izlemelerini sağlayan araçlardır. Bu yüzden insanlar değişik türde kaynakları biriktirerek iktidarlarını –örneğin, bir bireyin mülk satın almak için kişisel birikim sağlama- sına olanak verebilecek yönde- artırılabilir. Kişisel olarak tasarruf edilen kaynaklar aynı zamanda, iktidar uygulaması için önemli temeller atan kurumların çerçeveleri içinde ortak olarak biriktirilir. Büyük kurumlarda egemen konumlardaki bireyler, kendilerini önemli sonuçlar yaratacak kararlar vermeye ve amaçlarını izlemeye muktedir kılacak kadar büyük kaynaklara sahip olabilirler.

Bu genel çerçeveden anlaşıldığı üzere iktidar, devlet memurlarının bilindik siyasal eylemlerinden sokaktaki bireyler arasındaki sıradan karşılaşmalara kadar farklı biçimlerdeki

eylem türlerini ve karşılaşmaları içeren kapsayıcı bir toplumsal olgudur. Günümüzde iktidarı siyasal, yani devlet adına hareket eden bireylerin eylemleriyle özdeşleştiriyorsak, bu, modern dünyada devletlerin merkezileşmiş önemli iktidar merkezleri olmasından dolayıdır. Ancak devlet kurumunun önemi, görünür siyasal iktidarın oldukça uzmanlaşmış iktidar şekillerinden birisi olduğu ve bireylerin devletle hiç veya çok az bağlantısı olan pek çok bağlam içinde iktidar uyguladıkları gerçeğini görmemize engel olmamalıdır. Bireyler bu şekilde davranmakla hem kendilerini ifade ederler, hem de görece istikrarlı iktidar ilişkilerinin veya ağlarının kurulmasında ve etkileşim düzeninde farklı konumları paylaşan bireyler ve birey grupları arasında egemenliğin tesisinde yardımcı olurlar.

Birkaç farklı iktidar şekli arasında ayırım yapmak yararlı olabilir. Michael Mann ve diğerlerini izleyerek iktidarı dört ana gruba ayıracağım; 'ekonomik', 'siyasal', 'zorlayıcı' ve 'sembolik' iktidar.⁶ Bu ayrımlar esasında anali-

6 Bkz. Michael Mann, *The Sources of Social Power*, Cilt 1: *A History of Power from the Beginning to AD 1760*, Cambridge Üniversitesi, Cambridge, 1986. Ayrıca bkz. Ernest Gellner, *Plough, Sword and Book: The Structures of Human History*, Collins Harvill, Londra, 1988; Anthony Giddens, *The Nation- State and Violence: Volume Two of a Contemporary Critique of Historical Materialism*, Cambridge: Polity, 1985. Mann ve Giddens iktidarı dört ana tipe ayırırlar. Benim açıklamamın onların çalışmalarından önemli oranda ayrıldığı nokta, Bourdieu'yu izleyerek 'sembolik iktidar' olarak tanımladığım tipin analizinde yatar. Daha genel bir anlamda kullanılan sembolik iktidar kavramı, sembolik faaliyetlerin bazı genel niteliklerini kavramada, Mann'm 'ideolojik iktidar' veya Giddens'in (Foucault'dan türettiği) 'gözetim' kavramlarına göre daha uygundur. Mann'ın ideolojik iktidar fikrinin ana sorunu, 'ideoloji' terimini gereğinden fazla esnetmesi ve bu nedenle de ideoloji, egemenlik ve eleştiri arasındaki bağı koparmasıdır. Kanımca, ideoloji kavramını daha dar bir çerçevede ele almak (bkz. *Ideology and Modern Culture*, bl. 1) ve olayların akışına biçim verme ve onları etkilemede sembolik formların kullanıldığı tarzları kavramak için sembolik iktidar kavramının daha genel kullanımına yer vermek daha uygundur. Giddens'in gözetim kavramının esas problemi ise bu fikrin, sembolik yapıların içine oturtulduğu sınırlı bir kullanım kümesine ışık tutuyor olmasıdır – Açmak gerekirse, devletin ve diğer örgütlerin bilgi topladığı ve bilgiyi toplulukları kontrol etmek için kullandığı yöntemler bu kümeyi oluşturur. Ancak bu fikir,

tiktir. Bunlar insanların tipik olarak bağılı oldukları farklı eylem türlerini, iktidar uygularken başvurdukları farklı kaynak türlerini yansıtmaktadır. Ancak gerçekte bu iktidar biçimleri karmaşık ve sabit olmayan tarzlarda iç içe geçmektedir. Özel bir kurum veya kurum tipi belirli türdeki kaynağı yoğun şekilde biriktirmek için bir çerçeveye ve bir iktidar biçimini uygulamak için ayrıcalığa sahip olabilir –örneğin günümüzdeki ticari girişimler materyal kaynakların yoğun birikimi için bir çerçeve ve ekonomik iktidarın uygulanması için imtiyazlı bir temel sağlar. Belirli iktidar şekillerini uygulamada ayrıcalık elde eden kurumlar için ‘paradigmatik kurumlar’ ibaresini kullanacağım. Ancak belirli türde kaynak biriktirmeye ve iktidar uygulamalarına karşın paradigmatik kurumlar bile tipik olarak karmaşık eylem türlerini, kaynakları ve iktidarı içerirler.

Ekonomik iktidar, insanın üretici eyleminden kaynaklanır. Bu eylem, ham maddelerin çıkarılarak pazarda tüketilecek ve değiştirilecek mallara dönüştürülmesi yoluyla

devletin gözetim faaliyetlerine gereğinden fazla vurgu yapmakta, bilgi ve iletişimin diğer pek çok kullanım şekillerini kapsamakta yetersiz kalmaktadır. Belirtilmeye değer bir diğer nokta ise Mann ve Giddens gibi yazarların, modern dünyada iletişim medyasının doğasına ve etkilerine görece daha az dikkat etmeleridir. Mann’ın iktidarın tarihi ile ilgili eserinin ilk cildi, her ne kadar matbaanın 300 yıllık bir geçmişi sahip olduğu ve tüm Avrupa’da ve diğer yerlerde yazılı materyallerin genele dağıtılmakta bulunduğu 1760 yılı itibari ile bitirilmiş olsa da, matbaadan öylesine bahseder (s. 442-3) ve onun gelişimini veya etkilerini tartışmaz. 1706 – 1914 dönemini kapsayan ikinci ciltte ise Mann yazılı materyallerin yayılımına ve “düzensiz okuryazarlık” adını verdiği gelişime daha önemli bir rol yükler; ancak, iletişim medyası ile ilgili analizi, sınıfların ve ulus-devletlerin doğuşunu açıklayan ve aralarındaki ilişkileri inceleyen, ağır basan teorik ilgisi tarafından çerçevelenmekte ve sınırlandırılmaktadır. (Bkz. Michael Mann, *The Sources of Social Power*, Cilt 1; *The Rise of Class and Nation- States, 1760-1914*, Cambridge Üniversitesi, Cambridge, 1993.) Buna benzer yorumlar Giddens’in, Bourdieu’nun, Foucault’nun ve diğer sosyal teorisyenlerin, sosyal analizcilerin, tarihsel sosyologların çalışmalarına bağlı olarak yapılabilir, ancak ben burada böyle bir eleştirel çizgi izlemeyeceğim.

la geçim araçlarını tedarik etmeyi içermektedir. Üretici eylem, ham maddeleri, üretim araçlarını (aletler, makine, toprak, binalar gibi), tüketilebilir ürünleri ve finansal sermayeyi (para, stok ve hisseler, kredi şekilleri gibi) kapsayan değişik türde maddi ve finansal kaynakların yaratılmasını ve kullanılmasını kapsamaktadır. Bu kaynaklar, bireylerin ve örgütlerin üretici eylemliliğini genişletmek amacıyla birey ve örgütler tarafından biriktirilebilir; bireyler ve örgütler bu şekilde davranmakla ekonomik iktidarlarını artırabilirler. İlk dönemlerde üretici eylem esas olarak ziraatti ve ekonomik iktidarın paradigmatik kurumları geçimlik tarıma veya ufak çaplı artık üretime yönelmiş küçük çaplı örgütlerdi. Modern toplumların gelişmesiyle birlikte ekonomik iktidarın paradigmatik kurumları boyut olarak büyüdüler, faaliyet sahalarını genişlettiler, çeşitlendirdiler. İmalat ve endüstriyel üretim bu genişlemeye önemli katkılar sağladı.

Ekonomik iktidar, bireyleri örgütleyen ve onların etkileşim kalıplarını düzenleyen eylemden kaynaklanan *siyasal iktidardan* ayırt edilebilir. Bütün örgütlenmeler, bir dereceye kadar eşgüdüm ve düzenleme, böylece bir ölçüde siyasal iktidar içerir. Gelgelelim bizler *birincil olarak* eşgüdüm ve düzenlemeyle uğraşan ve bu faaliyetleri az çok sınırları belli bir toprak parçasında görece merkezileşmiş bir tarzda yürüten bir dizi kurumu belirleyebiliriz. Bu kurumlar genellikle devleti –siyasal iktidarın paradigmatik kurumu- içerir. Tarihsel olarak, geleneksel emperyal devletler ile klasik şehir devletlerinden modern ulus-devletlere kadar pekçok devlet şekli varolmuştur. Bütün devletler veya devlet benzeri paradigmatik kurumlar esasında otorite sistemleridir. Bunlar, belli bireyleri belli yönlerde davranmaya yönelten karmaşık

kurallar ve uygulamalar sistemini içermektedir. Bazı durumlarda bu kural ve uygulamalar, yargı sistemi tarafından idare edilen ve egemen kurumlar tarafından onaylanan yasa biçimlerinde açıkça kodlanırlar.

Bununla birlikte Max Weber gibilerinin işaret ettiği gibi, otorite uygulayacak devlet kapasitesi genellikle iktidarın birbiriyle ilintili ancak birbirinden farklı olan zorlayıcı ve sembolik iktidarı tatbik etme kapasitesine bağlıdır. Nihayetinde devlet, dış fetih, tehdit, iç ayaklanma, itaatsizlik ile ilgili olarak siyasal iktidarın yürütülmesini güçlendirmek için değişik zorlayıcı yöntemlere –yani, gerçek veya tehditkar fiziksel güç kullanımına- başvurabilir. Devlet otoritesi, siyasal iktidarın meşru olduğuna dair inancı ekecek ve sürdürecektir sembolik biçimlerin yayılmasıyla da desteklenebilir. Ancak özel sembolik biçimler hangi dereceye kadar meşru bir inanç yaratıp bunu sürdürmeyi başarabilir? Böyle inançlar, nüfusun değişik üyeleri ve grupları tarafından gerçekte ne ölçüde paylaşılır? Bu inançlar, istikrarlı ve etkili siyasal iktidar pratiği için hangi boyutta paylaşılmalıdır? Bu soruların basit ve kesin yanıtları yoktur ve (başka şeylerin yanı sıra) bu belirsizlikten dolayı sembolik iktidarın siyasal kullanımı, risk dolu ve açık uçlu bir soruna dönüşür.

Siyasal iktidar ile zorlayıcı iktidar arasında tarihsel ve ampirik açıdan bir yakınlık olsa da, bunları analitik olarak ayırmak daha mantıklıdır. *Zorlayıcı iktidar*, hasmını sindirmek ve ele geçirmek üzere fiziksel veya tehditkar gücü içerir. Fiziksel güç, değişen yoğunluk dereceleri ve değişen sonuçlarla farklı tarzlarda tatbik edilebilir. Ancak zorlama ve bedensel yaralama veya öldürme arasında köklü ve yakın bir ilişki vardır: Fiziksel güç kullanımı, hasmını tahrip etme

veya sakatlama riskini barındırır. Fiziksel güç sadece kaba insan kuvvetini içermez. Yanısıra, silah ve ekipmanların kullanılmasıyla, eğitim ve taktiklerle, istihbarat ve planlarıyla bu güç çoğaltılabilir. Tarihte fiziksel olarak bu tür kaynak birikimlerine girişen en önemli kurumlar askeri kurumlardır ve zorlayıcı iktidarın en önemli formu *askeri iktidardır*. Açıktır ki askeri iktidar, hem geçmişte hem de şimdi, sosyal ve tarihsel süreçlere şekil veren devasa kapsamda bir rol oynamıştır. Devletler tarih boyunca eylemlerinin önemli bölümlerini askeri güçlerini inşa etmeye ve onları beslemek için gerekli materyal kaynakları –yağma ve fetih veya vergilendirme yoluyla- toplamaya yönlendirmişlerdir. Askeri iktidar, geleneksel olarak dış savunma, fetih, yerli nüfusu pasifleştirme ve denetim amaçları doğrultusunda kullanılmıştır. Ancak modern toplumlar da esas olarak ulus devletlerin sınırlarını korumakla (veya genişletilen) askeri kurumlar ile, öncelikli görevleri dahili pasifikasyon ve denetim olan değişik paramiliter örgütler (polis gibi) ve diğer kurumlar (hapsetmeyle ilgili kurumlar gibi) arasında bir ölçüde farklar bulunmaktadır. Ne var ki, kurumlar arasındaki farklılıklar hiçbir şekilde çok belirgin değildir ve son tarihsel gelişmelerin de gösterdiği üzere askeri iktidarın dahili ayaklanmayı bastırmak üzere kullanıldığı pek çok örnek vardır.

Dördüncü tip iktidar, kültürel veya *sembolik iktidardır*. Bu iktidar üretim, iletim ve alımlama eyleminden kaynaklanır. Sembolik eylem; bireylerin koordinasyonuna ve zorlanmasına yönelik eylem gibi toplumsal yaşamın asli bir özelliğidir. Bireyler devamlı surette kendilerini sembolik biçimlerle ifade etme ve başkalarının ifadelerini anlamlandırma eylemi içindedirler, birbirleriyle sürekli olarak iletişim, enformasyon ve sembolik içeriği değiş tokuş ederler. Böyle yapmak

la, biraz esnek şekilde 'enformasyon ve iletişim araçları' olarak tanımlayacağım çeşitli tip kaynakları kullanırlar. Bu kaynaklar sabitleştirmenin ve aktarmanın teknik araçlarını; (Bourdieu'nun 'kültürel sermaye'⁷ olarak adlandırdığı) enformasyon ve sembolik içeriğin üretimi, dağıtımı ve alımlanmasıyla ilgili bilgi biçimlerini, becerileri ve yetenekleri; belirli üreticilere ve kurumlara uyum sağlayacak birikmiş prestiji, tanınma ve saygıyı ('sembolik sermaye') içerir. Sembolik biçimleri üreten bireyler, olayların yönüne müdahale edebilecek ve değişik sonuçlara yol açabilecek eylemleri icra etmek için bu ve başka kaynaklardan beslenirler. Sembolik eylemler tepkilere yol açabilir, başkalarını belirli yönlerde hareket etmeye ve tepki vermeye, bir eylem yerine başkasını izlemeye, inanmaya ya da inanmamaya, kolektif bir ayaklanmada öne çıkmaya veya devlet işlerini desteklemeye yöneltebilir. Sembolik biçimlerin üretimi ve yayılımı sayesinde olayların gidişatına müdahil olabilme, başkalarının eylemlerine tesir edebilme ve olaylar yaratabilme kapasitesine gönderme yapmak için 'sembolik iktidar' kavramını kullanıyorum.⁸

Sembolik eylem toplumsal yaşamın kapsamlı bir özelliği olmakla birlikte yine de enformasyonun ve iletişimin bi-

7 Bkz. Pierre Bourdieu, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, "The Forms of Capital", çev. Richard Nice, J. G. Richardson, Westport; Greenwood. 1986, s. 241-58; ve *Distinction*, s. 144.

8 "Sembolik iktidar" kavramı Bourdieu'den ödünç alınmıştır; Bkz. *Language and Symbolic Power*, ed. John B. Thompson, çev. Gino Raymond ve Matthew Adamson, Cambridge, Polity, 1991. Fakat yine de benim bu kavramı kullanmam, çeşitli yönlerden Bourdieu'nün kullanımından farklıdır. En önemlisi ben, Bourdieu'nün yaptığı gibi, sembolik iktidar uygulamasının, bu uygulamaya maruz kalanlar bölgesinde bir "yanlış bilinç" (*méconnaissance*) formu gerektirdiğini ima etmek istemiyorum. Sembolik iktidar uygulaması çoğunlukla ortak inançları ve aktif katılımı içermez ve bazı durumlarda bu inançlar hatalı olabilir veya iktidarın sosyal temellerinin sınırlı bir anlayışında kökleşebilir, ancak bu tür koşullar gerekli öngörüler yerine şartlardan gelen olasılıklar olarak değerlendirilmelidir.

rikiminde tarihsel olarak özel bir öneme sahip olduğu varsayılan bir dizi başka kurum bulunmaktadır. Bunlar, öncelikle kurtuluşa, ruhsal değerlere ve öte dünya inançlarına özgü sembolik biçimlerin üretimleri ve yayılmalarıyla uğraşan dinsel kurumları; elleri altındaki sembolik içeriğin (veya bilginin) aktarımıyla beceri ve yetenek aşlamakla uğraşan eğitim kurumlarını ve geniş ölçekli zaman ve mekândaki sembolik biçimlerin genelleşmiş dağıtımına odaklı medya kurumlarını kapsamaktadır. Bu ve diğer kültürel kurumlar, maddi ve finansal kaynaklar kadar enformasyon ve iletişim araçlarının birikimi için önemli temeller sağlamış, toplumsal dünyada enformasyon ve sembolik içeriğin üretildiği ve dağıtıldığı sınırları biçimlendirmiştir.

Tablo 1.1 İktidar biçimleri

İktidar biçimleri	Kaynaklar	Paradigmatik kurumlar
Ekonomik iktidar	Maddi ve finansal kaynaklar	Ekonomik kurumlar (ticari girişimler gibi)
Siyasal iktidar	Otorite	Siyasal kurumlar (devletler gibi)
Zorlayıcı iktidar (özellikle askeri iktidar)	Fiziksel ve silahlı güç	Zorlayıcı kurumlar (genellikle askeri, fakat yanı sıra polis, hapsedmeyle ilgili kurumlar gibi)
Sembolik iktidar	Enformasyon ve iletişim araçları	Kültürel kurumlar (Kilise, okullar, üniversiteler, medya endüstrileri gibi)

Tablo 1.1, kaynaklara bağımlı ve paradigmatik kurumları merkez alan dört iktidar biçimini özetlemektedir. Bu tipleştirmenin iktidar biçimlerinin kapsayıcı ayrımını tam manasıyla karşıladığını ileri sürmek pek doğru değildir. Üstelik, önce de belirttiğim gibi, çoğu eylem, pratikte değişik kaynak türlerine başvurmakta, çoğu gerçek kurum farklı iktidar biçimleri için temeller oluşturmaktadır: Toplumsal yaşamın bulanık gerçeğinde ayrımların nadiren tam karşılıkları vardır. Ancak yine de bu tipleştirme, toplumsal örgütlenmeyi ve toplumsal değişimi analiz etmede çerçeve sunmaktadır. Ve, izleyen bölümde göstermeye çalışacağım gibi, modern toplumların doğuşuyla bağlantılı kurumsal dönüşümleri analiz etmede bu çerçeveden etkin bir şekilde yararlanılabilir.

İletişim Medyasının Kullanımları

İletişimi, sembolik formların üretimi, aktarımı, alımlanması ve değişik türdeki kaynakların idaresini içeren bir toplumsal faaliyet olarak nitelemiştim. Şimdi bu kaynakların bazılarını daha ayrıntılı incelemek istiyorum. Öncelikle iletişim medyasının doğasına ve kullanımına dair bazı noktaları düşünmekle başlayacağım. Daha sonra iletişim medyasını kullanmanın koşulları olduğu varsayılan bazı beceriler, yeterlilikler ve bilgi biçimleri üzerinde kafa yoracağım.

Bireyler, sembolik biçimleri üretmek ve yaymak için genellikle *teknik bir araç* kullanır. Teknik araç, sembolik biçimlerin maddi zeminidir, yani; birlikte ve aracılığıyla enformasyonun sembolik içeriğinin sabitlenip üreticiden alıcıya aktarıldığı maddi unsurlar. Sembolik alışverişin bütün süreçleri bir ölçüde teknik araç gerektirir. Yüzyüze etkileşimdeki ifadelelerin değiş tokuşu bile bazı maddi unsurları –gırtlak ve ses telle-

ri, hava dalgaları, kulaklar ve kulak zarı gibi- zorunlu kılar. Gelgelelim teknik aracın doğası, sembolik üretim ve değişimin bir tipinden diğerine büyük değişiklikler gösterir ve farklı teknik medya özellikleri olası sembolik üretim ve değişim tiplerini mümkün kılar, onların sınırlarını çizer.

Bu konuları, teknik medyanın birkaç genel yön ve niteliklerini ayırt ederek daha fazla derinleştirebiliriz. Teknik medyanın, sembolik biçimi belirli bir dereceye kadar *sabit- leştirdiği* genellikle kabul görmektedir. Yani teknik medya, sembolik biçimi değişen ölçülerde dayanıklılığa sahip bir ortama sabitlemeye ve muhafaza etmeye olanak vermektedir. Konuşma durumunda –ister yüzyüze konuşma ya da bunun hoparlör veya telefon gibi teknik bir medya tarafından aktarılması olsun- sabitleme derecesi çok düşük veya hiç olmayabilir; sabitleme teknik medyanın ayırt edici özellikleri yerine hafıza yeteneğine bağlı kalabilir. Ne var ki parşömen veya kağıt üzerine yazma, odun ve kayaya oyma, boyama, basma, filme alma, kaydetme gibi başka örneklerde görece yüksek derecede sabitleme gerçekleşebilir. Sabitleme derecesi, kullanılan özel ortama bağlı olabilir. Örneğin kayaya kazman bir ileti, parşömene veya kağıda yazılı olan iletiye göre daha dayanıklıdır. Ve tıpkı farklı medyanın farklı derecelerde sabitlemeye olanak vermesi gibi, sabitlenen bir iletinin değiştirilmesine ve gözden geçirilmesine olanak verme derecesine göre medya da farklılaşmaktadır. Kalemle yazılan bir ileti, mürekkeple yazılan veya basılan iletiye göre değişikliğe daha yatkındır, teybe kayıtlı bir ifadeyi gündelik etkileşimin akışında reddetmek, değiştokuş edilen sözcüklere göre daha zordur.

Teknik medya, sabitleme özelliği nedeniyle sembolik enformasyonu veya içeriği depolayabilir. Böylece teknik

medya, değişen ölçülerde, muhafaza etmeye ve daha sonra kullanılmaya olanak verebilecek farklı türde 'enformasyon depolama mekanizmaları' olarak addedilebilir. Teknik medya ve onda depolanan enformasyon veya sembolik içerik, böylece, farklı iktidar türlerinin uygulanması için kaynak olarak kullanılabilir. M.Ö. 3000 dolaylarında Sümerliler ve antik Mısırlılar tarafından geliştirilen ilk yazı formlarının asıl olarak mülk sahipliği ve ticari uygulamalarla ilgili enformasyonu kaydetmek için kullanılması muhtemel görünmektedir.⁹ Ortaçağ'ın sonları ve Modern Avrupa'nın ilk dönemlerinde ekonomik faaliyetin gelişimi, asıl olarak mal üretimi ve değişimiyle ilintili enformasyonu kaydetme ve koruma araçlarının varlığına bağlı kalmıştır. Üstelik, siyasal ve dinsel otoritelerin iktidar icraları, önceki yüzyıllardaki el yazma ustalarının ve günümüz toplumlardaki -resmi istatistikleri toplayan örgütlerden halkla ilişkiler görevlilerine- farklı aktörlerin rollerinde örneklendiği gibi enformasyon ve iletişimin denetimiyle daha yakından bağlantılı olmuştur.

Teknik medyanın ikinci özelliği, belirli ölçüde *çoğaltma*ya imkan sağlamasıdır. 'Çoğaltma' ile teknik ortamın kapasitesinin bir sembolik biçimin farklı kopyalarını üretmeye olanak vermesini kast ediyorum. Kayalar üzerine yapılan oymalar örneğinde olduğu gibi bazı teknik medya türlerinin çoğaltılabilme derecesi oldukça düşük olabilir: Kaya ortamına kazınan sembolik biçimin çoğaltılması çok büyük zahmet gerektirmektedir. Parşömen ve kağıt gibi teknik medya ve yazı sistemlerinin gelişimi, sembolik biçimlerin

9 Bkz. J. Gelb, *A Study of Writing: The Foundations of Grammatology*, Routledge ve Kegan Paul, Londra, 1952; David Diringer, *Writing*, Thames ve Hudson, Londra, 1962; Jack Goody, *The Domestication of the Savage Mind*, Cambridge, Cambridge Üniversitesi, 1977.

çoğaltılabilirliğini önemli oranda artırdı. Ortaçağda dinsel, edebi ve felsefi metinleri önemli sayıda çoğaltmak için yazmanlara görev verildi. Ancak bu konudaki asıl gelişme, yazılı iletileri o ana kadar görülmemiş bir boyut ve hızda çoğaltan matbaanın icadıydı. Aynı şekilde taşbaskı, fotoğrafçılık, gramofon ve teyp, sadece, kaydı dayanıklı bir ortamda görsel ve sessel unsurlarıyla sabitlemeye olanak verdiği için değil, ayrıca, onları ilke olarak çoğaltılmaya imkan verecek bir ortamda sabitleştirdikleri için de önemliydi.

Sembolik biçimlerin çoğaltılabilirliği, teknik iletişim medyasının ticari temelini oluşturan kilit özelliklerinden birisidir. Sembolik biçimler 'metalaştırılabilir', yani pazarda alınıp satılabilen metalara dönüştürülebilir. Sembolik biçimleri metalaştırmanın başlıca araçları, çoğaltma kapasitesini kontrol etme ve artırma yöntemlerini geliştirmektedir. Medya endüstrilerindeki çoğu devasa icadın – 1814'te Koenig'in buhar basım makinesinin ve 1848'de rötatif basımcılığın ortaya çıkması gibi- ticari amaçlara yönelik çoğaltma kapasitesinin artmasıyla doğrudan bir bağlantısı bulunmaktadır. Ancak medya örgütlerinin, ayrıca bir işin çoğaltılabilmesi üzerinde bir dereceye kadar denetim kurabilmesi olgusuna bağlı olduklarını da belirtmek gerekir. Böylece 'telif hakkı', veya çoğaltma, lisans ve dağıtma hakları medya endüstrileri için hayati önem arz ederler.

Telif hakkının başlıca yararları ve kökenlerine bakıldığında, bu hakkın yazarların haklarına, basımcıların ve yayımcılarınkine göre çok daha az koruma sağladığı görülmektedir.¹⁰

¹⁰ İngiltere'de 18. yy'ın başlarına kadar telif hakkının korunması resmi olarak sağlanmış değildi, fakat kitapların basım hakkının korunması konusunda onaltıncı yüzyıldan beri bir takım düzenlemeler bulunmaktaydı. Bu düzenlemeler iki ana kaynağa dayanmaktaydı: Birincisi, Kraliyet'in, hâkim olan inanca ters görüşler içeren, kışkırtıcı fikirler yayan kitapları yasaklama isteği,

Teknik medyanın çoğaltma kapasitesi bu medyaya ticari kullanım olanağı sunarken bir taraftan da 'özgün' veya 'otantik' çalışma fikri bağlamında önemli sonuçlar yaratmıştır.¹¹ Özgün veya otantik çalışmada çoğaltma olmaması gerçeği, eserin giderek artan önemli bir özelliği haline gelmektedir; sembolik biçimlerin çoğaltılması daha kapsayıcı hale geldiğinde, özgün çalışmanın çoğaltılamaz olan karakteri, giderek sembolik mallar pazarındaki bir eserin değerini belirleyen önemli bir faktör olmaktadır. Basımcılık ve fotoğrafçılığın gelişimiyle, özgün çalışmaların benzerlerini ve kopyalarını çoğaltmanın mümkün hale geldiği şüphesizdir. Gelgelelim bu benzerler özgün olanla aynı değil-

ikincisi ise basımcı ve kitapçıların belirli bazı çalışmaları basma konusundaki tekil ve özel haklarını koruma çabasıdır. Kraliyet, onaltıncı yüzyılın ilk yarısında yayımcı ve kitapçılardan belli bazı kitapların imtiyaz haklarını talep etmiş ve bu kitapların basım işlerini sadece kendi tayin ettiği imtiyazlı kişilere vermiştir. Onaltıncı yüzyılın ortalarından itibaren basımcı ve kitapçıların faaliyetlerini düzenleme görevi, 1556 yılında Star Chamber bünyesinde kurulan ve sonraki yıl şirketleşen The Stationers' Company (Kırtasiyeciler Birliği) tarafından devralınmaya başlandı. The Stationers' Company, basılacak kitaplara izin verme yetkisine sahip 97 üyeden oluşmaktaydı. Şirket, kitapları ve diğer çalışmaları basma hakkını elde etmiş matbaaların kaydını tutmaktaydı ve herhangi bir korsan basımı durdurarak cezalandırma, izinsiz basımı toplatma ve matbaayı kapatma hakkına sahipti. The Stationers'ın sahip olduğu telif hakkı (ki o zamanlar bu terim kullanılmamaktaydı), bazı matbaacıların ve kitapçıların çıkarları yönünde ve Kraliyet ile işbirliği içinde kitap ticaretini düzenlemeye yönelik bir mekanizmaydı; bu aslında korsan yayıncılık konusu taşımadan, bir çalışmayı basmak ve kopyalarını satmak için ticari girişimde bulunma hakkının korunması yöntemi idi. 1709'daki Statute of Anne yasasına kadar, modern düşünce anlamında yazara ait olan telif hakkı fikri gelişmemişti. Daha fazla ayrıntı için bkz. Thomas E. Scrutton, *The Laws of Copyright*, John Murray, Londra, 1883, böl. 4; Lyman Ray Patterson, *Copyright in Historical Perspective*, Nashville Vanderbilt, 1968; Sir Frank Mackinnon, *The Oxford Companion to English Literature*, "Notes on the History of English Copyright", 5. Basım, Oxford Üniversitesi, Oxford, 1985, s. 1113-25.

- 11 Geliştirilmiş yeniden kopyalamanın geleneksel sanat eserlerinin durumu üzerindeki etkileri için bkz. Walter Benjamin, *Illuminations*, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", Çev. Harry Zohn, Fontana, Londra, 1973, s. 219-53.

dirler, kopyacılar ve bu yüzden sembolik mal pazarında çok daha düşük değer içerirler.

Buna karşın sembolik biçimlerdeki çoğaltmaların büyük kısmı özgün çalışmadan üretilmemiştir. Daha ziyade, çalışma, üretilen eserlerin kopyaları ve çoğaltmalarını *içermektedir*. Denetimli çoğaltma kendisini giderek üretim sürecine dahil ettiğinde, özgünlük ve otantiklik nosyonu yavaş yavaş biriciklik fikrinden ayrılmaktadır. Böylece, kitaplar örneğinden gidecek olursak, koleksiyoncuların elindeki malzeme artık özgün metin değil, daha ziyade bir eserin ilk basımındaki bütün kopyalarının yer aldığı birinci edisyonlardır. Aynı şekilde filmler ve müzikal kayıtlar çoklu kopyalarda üretilir, bütün bu kopyalar (iyi kalitede veya 'aslına uygun' olmaları koşuluyla) kabaca karşılaştırılabilir konumdadırlar. Böylece sanat çalışmasının ekonomik değeri genellikle eserin biricikliğine dayandırılırken, kitaplar ve müzikal kayıtlardan sağlanan ticari yarar, eserin çok sayıda kopyasının üretilmesine ve bu yeniden üretim sürecinin kazançyönelimli bir çizgide denetim altına alınmasına temellenmektedir.

Teknik medyanın üçüncü özelliği, onun bir ölçüde *zaman-mekân ayrışmasına* olanak vermesidir. Sembolik değişim süreci genellikle sembolik biçimin üretim bağlamından ayrılmasını içerir: Sembolik biçim, hem zamansal hem de mekânsal bağlamından kopar, farklı zaman ve yerlere konumlandırılacak yeni bağlamlara yeniden gömülür. Bu mesafelenme sürecini betimlemek için 'zaman-mekân ayrışması' ifadesini kullanacağım.¹² Bütün iletişim biçimle-

¹² 'Ayrışma' terimi Paul Ricoeur'dan alınmıştır. Bkz. *Hermeneutics and the Human Sciences: Essays on Language, Action and Interpretation*, Ed. ve Çev. John B. Thompson, Cambridge Üniversitesi, Cambridge, 1981. Bununla birlikte, benim bu terimi kullanma biçimim Ricoeur ile örtüşmemektedir. Ricoeur'a göre ayrışma, yazılı söylemlerin ya da metinlerin, orijinal üretim bağamlarından

ri bir ölçüde zaman-mekân ayrışmasını, bir ölçüde zaman-da ve mekânda hareketi içerir. Ne var ki, ayrışmanın derecesi, iletişim koşullarına ve iletişimde kullanılan teknik ortamın türüne göre oldukça değişkenlik gösterir.

Yüz yüze konuşma durumunda zaman-mekân ayrışması görece azdır. Konuşma, ortaklaşa bir arada bulunma bağlamında vuku bulur. Konuşmanın katılımcıları fiziksel olarak aynı yerdedirler, benzer zamansal-mekânsal gönderge setlerini (çok benzer setleri) paylaşırlar. Konuşmada değiş tokuş edilen ifadeler, genellikle sadece karşılıklı etkinlik içerisinde olanlara veya yakın çevrede konumlanan bireylere hitap eder; ve ifadeler, değiş tokuşları sırasındaki geçiş anlarının veya güçsüzleşen hafızanın ötesine geçemez.

Değişik türdeki teknik medyanın konuşmayı tamamlaması, konuşmaya zaman veya mekânda ya da her ikisinde birden geniş bir erişilebilirlik imkânı sağlar. Bir hoparlör, konuşmayı büyülterek bireylere ulaştırır: İfadelerin zamansal dayanıklılıkları değişim anlarına kısıtlı kalmayı sürdürmelerine karşın mekânsal açıdan geniş bir erişilebilirlik elde ederler. Teyp kayıt cihazları veya değişik formlardaki

ayrılması sürecidir; Ricoeur bu duruma sözlü söylemin aksine, yazılı söylemin ayırıcı bir özelliği olarak bakar. Fakat ayrışma kavramını yazılı söylem ile sınırlandırmanın ve yazılı ve sözlü söylem arasında bu derece geniş bir ayırım yapmanın ne oranda faydalı olduğundan şüphe duymaktayım. Bu bağlamda, örneğin televizyondan yayılan dolayımı söylemleri nasıl ele alabiliriz? Kanımca *tüm* sembolik ürün üretiminin ve değişiminin bir ölçüde zaman ve mekân ayrışmasına dahil olduğunu kabul etmek daha verimli olacaktır. Her türlü sembolik ürün üretimi ve değişim süreci – diğer eylem türlerinde olduğu gibi – sınırlı da olsa, bir miktar zaman ve mekânda hareket etmeyi içerir. Bu daha genel olan zaman-uzam ayrışımı kavramı Anthony Giddens tarafından daha ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Bkz. *A Contemporary Critique of Historical Materialism*, Cilt 1; *Power, Property and the State*, Macmillan, Londra, 1981; *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge- Polity, 1984; *The Nation – State and Violence*.

yazılar gibi teknik medyayı kullanma sayesinde sözlere zamanda genişletilmiş erişilebilirlik imkanı verilebilir. Kaydedilen veya yazıya geçirilen bir ileti daha sonraki fırsatlar için korunabilir, özgün üretim bağlamından zamansal ve mekânsal olarak uzakta olan öteki bağlamlarda yaşayan bireyler tarafından okunabilir veya oynatılabilir.

Teknik medyanın kullanımı, iletişimin zamansal ve mekânsal koşullarının üstesinden gelerek, aynı zamanda, bireylerin altında iktidar uyguladıkları zamansal ve mekânsal koşulları değiştirir.¹³ Bireyler zamansal ve mekânsal mesafeler boyunca iletişime girebilir, uzakta hareket edebilir ve etkileşim kurabilirler. Kişiler, zamansal ve mekânsal olarak uzak yerlerde ortaya çıkan olayların seyrine etki edebilecekler ve müdahil olabileceklerdir. Teknik medyanın kullanımı, bireylere zaman ve mekânı örgütleyecek, denetleyecek yeni yöntemler, zamanı ve mekânı kendi amaçları doğrultusunda kullanacak yeni yollar sunmaktadır. Teknik medyanın gelişimi, ayrıca, bireylerin toplumsal yaşamlarının zamansal ve mekânsal boyutları üzerinde kalıcı etkiler yaratabilecektir. Bu etkileri daha sonra ayrıntılı olarak işleyeceğiz.

Sonuç olarak teknik medyayı kullanmayla ilgili olan *beceri, yeterlilik ve bilgi biçimleri* türlerini kısaca ele alabiliriz. Teknik medyanın kullanımı, genellikle bir kodlama sürecini gerektirir; yani, teknik medya enformasyon veya sembolik içeriği kodlama ve kod açma işlemlerini ve kurallar setini kullanmayı kapsar. Medyaya başvuran bireyler en azından bir dereceye kadar ilgili kurallar ve işlemler hakkında usta olmalıdırlar. Bu kurallar ve işlemlerde usta ol-

13 Zaman ve mekânda bireyler üzerinde iktidarı kullanma imkânına sahip olan medya iletişimine dikkat çeken ilk kişiler arasında Harold Innis bulunmaktadır; bkz. *Empire and Communications*, Oxford Üniversitesi, Oxford, 1950; *The Bias of Communication*, Toronto Üniversitesi, Toronto, 1951.

mak, onları açık ve belirgin bir tarzda formülleştirmeyi gerektirmez; daha ziyade, Wittgenstein'ın belirttiği gibi, onları pratikte kullanabilmek, nasıl devam edeceğini bilebilmektir. Bu kuralları ve işlemleri açık bir şekilde formülleştirme bizlerden nadiren talep edilir; ancak teknik iletişim medyasını kullandığımız her zaman bu kural ve işlemleri kullanmak zorunda kalırız.

Teknik medyayı kullanmada içerimlenen beceri ve yetenek türleri düşünüldüğünde, enformasyon veya sembolik içeriği kodlamak için gerekli olan beceri ve yetenekler ile iletişimi kod açımına uğratmak için gerekli olan beceri ve yetenekler arasında ayırım yapmak önemli hale gelir. Pratikte bu beceri ve yeterlilikler birarada bulunabilir ve önemli oranda içiçe geçebilirler (örneğin, belirli bir dilde nasıl yazacağını bilen birisi aynı zamanda onu okuyabilir). Ne var ki, bu beceriler birbiriyle aynı değildir ve belki de önemli oranda farklılaşırlar. Örneğin televizyon programı izleyen insanların birçoğu, üretilen program hakkında görece az şey bilse bile ondan anlam çıkarabilecektir.

Bireyler iletileri kodladıkları ve kod açımına uğrattıklarında sadece teknik medyanın gerektirdiği beceri ve yeterlilikleri kullanmazlar, ayrıca kaynaklar alanındaki değişik bilgi biçimlerini ve önceki yargılarını sembolik değiş tokuş sürecine de taşırlar. Bu bilgi biçimleri ve önceki yargılar bireylerin iletileri anlamalarına, kendileriyle ilintilendirmelerine ve kendi yaşam parçaları haline getirebilmelerine biçim verir. Anlama süreci, kodlanmış iletiler ve konumlanmış anlamlandırıcılar arasında daima karşılıklı bir etkileşimdir. Konumlanmış anlamlandırıcılar bir dizi kültürel kaynaklar düzeneğini daima bu anlama sürecine taşımaktadırlar. Bu konuya aşağıda tekrar döneceğim.

Kitle İletişimin Bazı Özellikleri

Şimdiye kadar iletişim medyasının bazı nitelikleri ve kullanımları üzerinde düşündük. 'İletişimin teknik medyası' deyimini, enformasyon ve sembolik içeriğin sabitlendiği ve yayıldığı maddi unsurlara gönderme yapacak şekilde genel bir anlamda kullanmıştım. Ancak 'iletişim medyası' terimini kullandığımızda genellikle kastettiğimiz çok daha özel kurum ve ürünlerdir: Kitapları, gazeteleri, televizyon ve radyo programlarını, filmleri, teypleri, kompakt diskleri ve bunun gibi araçları anlarız. Yani, 'kitle iletişimi' başlığı altında sınıflandırılan kurum ve ürün setlerini düşünürüz. Ancak 'kitle iletişimi' nedir? Bu terime açık ve kesin anlam yükleyebilir miyiz?

'Kitle iletişimi'nin uygun bir kavram olmadığı sık sık dile getirilmiştir. 'Kitle' kavramı özellikle yanıltıcıdır. Kitle, binlerce, hatta milyonlarca bireyi kapsayan büyük izleyici imajını çağrıştırmaktadır. Belki de modern zamanların en popüler gazeteleri, filmleri ve televizyon programları gibi medya ürünleri örneğinde bu kavramın kesin bir anlamı olabilir, ancak geçmiş ve şimdinin çoğu ürünlerinde aynısını söylemek mümkün değildir. Süreli basının gelişiminin ilk evrelerinde izleyiciler, nispeten az ve uzmanlardı ve de günümüzde medya endüstrilerinin (kitap ve magazin yayınevleri gibi) bazı sektörlerinde böyle olmayı sürdürmektedirler. Bu nedenle 'kitle' terimi kullanılırsa, bu sığ bir bağlamda niceliksel terimlere indirgenmemelidir. Kitle iletişim konusunda en önemli nokta, verili sayıdaki izleyicilerin (veya nüfusun belirli bir oranının) ürünleri alması değil, ürünlerin ilke olarak alımlayıcılar çokluğuna ulaşmasıdır.

‘Kitle’ ibaresi başka bir açıdan daha yanıltıcıdır. Kitle denmekle, medya ürünlerinin alımlayıcılarının büyük oranda pasif ve kayıtsız bireylerden oluştuğu ileri sürülmektedir. Bu, daha önceleri ‘kitle kültürü’ ve ‘kitle toplumu’ eleştirileriyle ilintili bir düşünceydi. Eleştiriler, kitle iletişimin gelişmesinin modern toplumsal yaşamda genel olarak olumsuz etkiler yaratması üzerine toplanmıştır. Bu düşünürlere göre kitle iletişimi, bir tür hafif ve türdeş kültür yaratmıştır. Bireylerin bu kültüre karşı mücadele etmediği, tersine bu kültürün bireyleri eğlendirdiği savunulmuştur. Kitle iletişiminin bireylerin eleştirel yeteneklerini kullanmalarına izin vermediği, onların dikkatlerini emdikleri ve doyumların beslendiği temelleri sorgulamaksızın ani doyumlar temin ettiği ileri sürülmüştür. Bu geleneksel kültür eleştirisi çizgisi karşılıksız kalmamıştır; oldukça farklı bir tarzda olsa da bugün bile halen üzerinde durulmaya devam edilen önemli konuları ortaya çıkarmıştır. Ancak bu eleştirel yaklaşım savunulamaz bir dizi önyargıyla yüklüdür, medyayı ve onun modern dünyadaki etkilerini anlamayı sadece engeller. Medya ürünlerini alımlayanların sürekli benzer iletilerle karşılaşmalarından dolayı algıları tembelleşmiş edilgin seyirciler oldukları varsayımını terk etmeliyiz. Bunun yanı sıra alımlama sürecinin kendisinin, bireylerin tıpkı suyu emen bir sünger gibi ürünleri özümledikleri sorunsuz ve eleştirel olmayan bir süreç olduğuna dair varsayımı da bir kenara bırakmalıyız. Bu tür varsayımların alımlama eyleminin gerçek karakteri ve medya ürünlerinin bireyler tarafından alınması, yorumlanması ve kendi yaşamlarına dahil etmeleriyle çok az ilintisi vardır.

‘Kitle’ kavramı belirli noktalarda yanıltıcı oluyorsa, ‘iletişim’ terimi de keza sorunlar içermektedir. Çünkü kitle

iletişimini içeren iletişim, sıradan konuşmayı kapsayan iletişimden oldukça farklıdır. Yüz yüze etkileşimde ortaya çıkan konuşma yönelimli değiş tokuşlar içinde iletişim akışı genellikle iki yönlüdür: Birisi konuşur, diğeri yanıtlar ve süreç böyle devam eder. Diğer bir deyişle, yüz yüze etkileşimin konuşma yönelimli değiş tokuşu, esas olarak söyleşmelidir (dialogical). Bunun aksine, kitle iletişimin çoğu biçiminde iletişimin akışı, ağırlıklı olarak tek yönlüdür (monological). İletiler, bireylerden oluşan bir ekip tarafından üretilir, zaman ve mekân açısından özgün üretimin bağlamından uzaktaki bölgelerde yaşayan başkalarına aktarılır. Bu yüzden medya iletilerinin alımlayıcıları, karşılıklı konuşma yönelimli değiş tokuş sürecinin ortakları değildir; bu alımlayıcılar daha ziyade sembolik iletişim sürecinin yapılaşmış sürecindeki katılımcılardır. Böylece medya iletilerini, 'iletişim' yerine, 'iletim', 'yayma' terimleriyle nitelemeyi yeğlemekteyim. Ne var ki, kitle iletişimin yapılaşmış koşullarında bile alımlayıcılar, iletişim sürecinin içeriğine ve yönüne bir ölçüde müdahale etme kapasitesine sahiptirler. Örneğin editöre mektup yazabilirler, televizyon şirketlerine telefon edebilirler ve görüşlerini açıklayabilirler, ya da satın almayı reddedebilir veya tam tersine ilgili ürünleri alabilirler. Bundan dolayı, kitle iletişiminde iletişimci süreç temelde eşitsiz olmakla birlikte tamamen tek yönlü de değildir.

Günümüzde 'kitle iletişim' teriminin bir parça kullanışsız görünmesinin ek bir nedeni daha vardır. Bizler bu kavramı genellikle belirli medya iletimi türleriyle –örneğin kitle dağıtımli gazetelerin yayılmasıyla, radyo ve televizyon yayıncılığıyla- özdeşleştiririz. Ne var ki, günümüzde dolayimli iletişimin doğasında köklü değişikliklere tanık-

lık etmekteyiz. Analogdan, (yüksek donanımlı uyduları ve yüksek kapasiteli kabloları içeren) yeni iletişim sistemlerinin gelişimiyle birleşen sayısal enformasyon kodlama sistemlerine doğru geçiş, enformasyonun ve iletişimin daha esnek yönlerde kullanılabileceği yeni bir teknik senaryo yaratmaktadır. Daha sonra bu gelişmeleri ayrıntılı olarak ele alacağız. Bu noktada sadece şunu vurgulayacağım: Eğer ‘kitle iletişimi’ medya iletişiminin daha geleneksel biçimlerini tanımlayan yanıltıcı bir terimse, günümüzde giderek yaygınlaşan yeni enformasyon ve iletişim ağlarına özellikle uygun düşmez.

Bu değerlendirmeler çerçevesinde ‘kitle iletişimi’ kavramının çok ihtiyatlı kullanılması gerektiği sonucu çıkmaktadır. Bu nedenle daha az yanıltıcı varsayımlarla yüklü ‘dolayimli iletişim’ veya çok daha basitçe ‘medya’ gibi başka kavramları kullanacağım. Yine de bu kavramsal farklılıkların şu gerçeği gizlemesine izin vermemeliyiz: Belgelerle oldukça kesin biçimde kanıtlandığı üzere tarihsel gelişme sürecinde konuşma yönelimli iletişimin yeni bir sahası belirmiştir. Oldukça müphem bir şekilde ‘kitle iletişimi’ olarak tanımladığımız şey, tarihsel süreç içinde, enformasyon toplama, kaydetme, sembolik formları üretme ve yeniden üretme, bunları geniş bir alıcılar çoğunluğuna iletme alanında yeni fırsatlar arayan ve karşılığında finansal bir dönüş elde eden kurumların gelişimiyle ortaya çıkan bir olgu sahasıdır.

Daha kesin belirtmek gerekirse, ‘kitle iletişimi’ terimini şu anlamda kullanacağım: Kitle iletişimi, *enformasyon veya sembolik içeriğin sabitlenmesi ve iletimi yoluyla sembolik malların kurumsallaşmış üretimi ve genelleşmiş dağıtımıdır*. Bu tanımı beş özellik üzerinde yoğunlaşarak açacağım: Üreti-

min ve dağıtımın teknik ve kurumsal araçları; üretim ve alımlama arasında yapılaşmış kopuş; medya ürünlerinin zaman ve mekânda genişletilmiş mevcudiyeti; dolayım-
lanmış sembolik biçimlerin kamusal dolaşımı. Bu özellik-
lerin tümü sadece 'kitle iletişimine' özgü olmamakla bir-
likte, bizim bu terimle işaret ettiğimiz iletişim olgusunun
önemli ve tipik yönlerindeki bir dizi özelliği aydınlatabi-
lir.

Kitle iletişiminin birinci özelliği, üretim ve dağıtımın belirli teknik ve kurumsal araçlarını içermesidir. Medya alanındaki literatürde en fazla dikkat çekmiş özellik bu-
dur. Çünkü açıktır ki, ilk basımcılıktan telekomünikasyon alanındaki en son gelişmelere değin medyanın gelişimi, medyanın ticari olarak kullanılma kapasitesine bağlı bir dizi teknik yeniliğe temellenmiştir. Yine açıktır ki, yenilik-
lerin ticari amaçlı kullanımı bir dizi kurum ve kurumsal süreçler içinde ortaya çıkan bir gelişmedir. Ve bu kurumlar günümüzde, içinde medyanın faaliyette bulunduğu du-
rumlara biçim vermeye devam etmektedirler. Diğer bir de-
yişle, kitle iletişiminin gelişimi *medya endüstrilerinden* ayrı-
lamaz – yani, kitle iletişimi, Ortaçağdan günümüze sembo-
lik biçimleri genel tarzda üretmeyi ve dağıtmayı sağlamış ticari amaçlı teknik yeniliklerle ilintili olmuştur. Sonraki bölümde, onbeşinci yüzyılın ikinci yarısında matbaa ba-
sımcılığının ticari amaçlı işletimiyle başlayan medyanın bazı teknik ve kurumsal yönlerini inceleyeceğim. Ama medya konusundaki literatürün tersine, teknik medyanın gelişimini modern toplumların daha makro kurumsal alanlarıyla ilişkilendirmeye çalışacağım.

Kitle iletişiminin teknik yeniliklerin ticari bağlamları-
nı kapsadığı gerçeği, sembolik formların metalaşması ola-

rak adlandırdığım ikinci bir özellikte açıkça görünür. Bu özelliği teknik medyanın yeniden çoğaltıcı kapasitesi bağlamında önceki bölümde kısaca tartıştım, şimdi ise konuyu daha genel düzeyde ayrıntılandıracağım. Metalaşmayı özel bir ‘değerlenme’ yani, nesnelere belirli değer atfedilen yönlerden birisi olarak anlıyorum. Sembolik biçimler iki ana değerlendirme tipine maruzdurlar.¹⁴ ‘Sembolik değerlendirme’, sembolik formlara ‘sembolik değer’ atfedilen süreçtir. Bu, bir dereceye kadar bireylerin nesnelere atfettiği değer – övmenin ya da suçlamanın, bağrına basmanın veya aşağılamanın- neticesinde ortaya çıkan değerdir. ‘Ekonomik değerlendirme’, sembolik biçimlere, bu biçimlerin pazarda değiş tokuş edilebileceği bir ‘ekonomik değer’ atfetme sürecidir. Ekonomik değerlenmeden dolayı sembolik biçimler *metallar* olarak tayin edilirler: Pazarda bir fiyat karşılığı alınıp satılan nesneler olurlar. Metalaşmış sembolik biçimlerle ‘sembolik mallar’ı kast etmekteyim.

Kitle iletişimi, tipik olarak, medya kurumlarının ürettiği nesnelerin şöyle ya da böyle ekonomik değerlendirme sürecine maruz kalan sembolik biçimler olmaları anlamında, sembolik biçimlerin metalaşmasını kapsar. Sembolik biçimlerin değerlendirme modları, bu biçimlerin içinde konumlandıkları teknik medya ve kurumsal çerçevelere bağlı olarak büyük oranda değişkenlik gösterir. Kitap ve broşür gibi bazı basılı materyallerin metalaşması, büyük oranda eserin çoklu kopyalarını üretme ve satma kapasitesine bağlıdır. Diğer basılı materyaller (örneğin gazeteler) değerlendirme modunu reklam yeri satma kapasitesi gibi başka modlarla birleştirir. Radyo ve televizyon yayıncılığında reklamcılara

14 ‘Bu konuda daha fazla tartışma için bkz. Thompson, *Ideology and Modern Culture*, s. 154–62.

zaman satışı, ekonomik değerenme aracı olarak bazı ulusal bağlamlarda önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamlardaki radyo ve televizyon programlarının alımlayıcıları yayınlanan materyali almak için (bir lisans ücretiyle) doğrudan veya (vergilendirmeye) dolaylı ücretlendirilmişlerdir.

Kablo ve uydu yayıncılığıyla ilgili son teknolojik gelişmeler, ekonomik değerenmede yeni fırsatlar yaratmıştır. Örneğin izleyiciler şifreli iletilere erişebilmek için kredi kartı kullanmak veya abone ücreti ödemek zorundadırlar. Şüphesiz, sembolik biçimlerin metalaşması sadece kitle iletişimine özgü değildir. Tablolar ve diğer sanat çalışmaları gibi ekonomik değerenme sürecine girmesi artık rutinleşmiş başka sembolik biçimler de bulunmaktadır. Sanat galerileri, müzayedeleri ve salonları gibi sanat çalışmaları piyasasındaki gelişmeler, sanat eserlerinin ekonomik değerenmesini yönetecek ve içlerinde bu çalışmaların metalar olarak alınıp satılabileceği bazı kurumların gelişmesi olarak anlaşılabilir. Bu çalışmalara ve onların üreticilerine ne kadar çok sembolik değer atfedilirse, yani, bunlara 'büyük sanat' ve 'büyük sanatçılar' olarak ne kadar fazla değer verilirse, genel olarak konuşmak gerekirse, pazarda el değiştiren bu eserler için biçilen ücret de o oranda büyük olacaktır. Bu nedenle medya endüstrileri, sembolik biçimlerin değerenmesiyle ilgili yegane kurumlar değildirler. Ancak modern dünyadaki kurumların arasında en önemlilerinden ve çoğu bireyin günlük yaşantılarına en fazla tesir edenlerden birisi olduğu da muhakkaktır.

Kitle iletişimin üçüncü özelliği, sembolik biçimlerin üretimi ve alımlanması arasında yapılaşmış bir kopuş yaratmasıdır. Bütün kitle iletişim türlerinde üretimin bağlamı genel olarak bağlamdan veya alımlanma bağlamından ayrıdır. Sembolik mallar bir bağlam veya bağlamlar seti (yani, medya endüstrilerini oluşturan kurumlar) içinde

üretilir, uzak ve farklı bağlamlarda ikamet eden alımlayıcılara yayılır. Üstelik, bağlamların ayrılmasını kapsayan başka iletişim durumlarının tersine, kitle iletişiminde ileti akışları, daha önce de belirttiğim gibi ağırlıklı olarak tek yönlüdür. Ne üretim bağlamı alımlama bağlamıyla aynıdır (veya bir derece öyle değildir), ne de alımlama bağlamları üretim bağlamlarıyla özdeşir (ya da bir dereceye kadar). Bu nedenle ileti akışı, alımlayıcıların üretim sürecine müdahale etme veya katkıda bulunma *hatlarının* sıkı bir şekilde çizildiği yapılaşmış bir akıştır.

Kitle iletişiminin bu özelliğinin üretim ve alımlama süreçlerinde önemli sonuçları vardır. Kitle iletişimin üretim bölgesinde medya iletilerini üreten ve yayan personel, yüz yüze iletişimin doğrudan ve devamlı geri besleme biçimlerinden genel olarak yoksundur. Böylece üretim ve iletim süreçlerinde *belirsizlikler* öne çıkar, çünkü bu süreçler alımlayıcıların sağladığı ipuçlarının yokluğu içinde gerçekleşmektedir. (Bir toplantıdaki izleyici topluluğuna yapılan konuşma ile televizyon kamerasına yönelik konuşmayı karşılaştırın. Topluluk önündeki konuşma gülerek, alkışlanarak veya sessiz kalınarak onaylanabilir ya da onaylanmayabilir). Elbette medya personeli bu belirsizliği kırmak için izleyici davranışını tahmin eden (televizyon dizileri ve film serileri gibi) denenmiş formülleri kullanmaktan, izleyici büyüklüğünü ve tepkisini düzenli takip etmeye ve pazar araştırması yapmaya kadar değişik teknikler geliştirmişlerdir.¹⁵

15 Bkz. Denis McQuil, "Uncertainty about the Audience and the Organization of Mass Communication", Sociological Review Monograph 13", *The Sociology of Mass – Media Communicators*, Ed. Paul Halmos, Keele Üniversitesi, Keele, 1969, s. 75–84. Televizyon yayın kuruluşlarının izleyicilerini gözlemleme yöntemleriyle ilgili daha geniş bir tartışma için bkz. Ien Ang, *Desperately Seeking the Audience*, Routledge, Londra, 1991.

Alımlama bölgesindeki yapısal kırılma, dolayımı medya iletilerinin alımlayıcıların, deyim yerindeyse kendi başlarına kalmalarını ima etmektedir. Alımlayıcılar, bir iletiden az-çok istediği anlamı çıkarabilir, ancak alımlayıcının yanında olası yanlış anlamaları düzeltecek veya ayırtılandırarak bir üretici bulunmamaktadır. Yapısal kırılmanın ima ettiği bir başka nokta, alımlayıcıların iletişim sürecinde eşitsiz konumda olmalarıdır. Alımlayıcılar, kitle iletişimin doğası gereği, sembolik değiş-tokuş sürecinde eşit olmayan ortaklardır. Üretim ve dağıtım süreçlerindeki bireylerle karşılaştırıldığında dolayımlanmış iletilerin alımlayıcıları, iletişim içeriğini ve konusunu belirlemede görece daha az iktidara sahiptir. Ancak bu durum onların ne tamamen güçsüz ve edilgen olduklarını gösterir, ne de üzerinde hemen hiç kontrole sahip olmadıkları bir gösterinin sadece pasif izleyicileri oldukları anlamına gelir.

Kitle iletişimin dördüncü özelliği, sembolik biçimlerin zaman ve mekânda genişlemesidir. Bu özelliğin bir öncekiyle yakından bağlantısı vardır: Medya, üretim ve alımlama bağlamları arasında ayrıma yol açtığı için, dolayımlanmış iletiler, bu iletilerin özgün üretiminin yapıldığı bağlamların uzağındaki çevrelere ulaşmaktadır. Bu iletiler, onları üreten bireylerden mekân ve belki de zaman bakımından çok uzaktaki bireyler tarafından alınabilir ve genellikle de alınır. Dolayımlanmış iletilere erişimin genişliği anlamlı sonuçlara yol açan bir özelliktir ve bu yüzden bunu aşağıda daha ayrıntılı olarak tartışacağım. Bir kere daha, sembolik biçimlerin genişletilmiş erişilebilirliğinin sadece kitle iletişimine özgü olmadığını tekrarlamak gerekir. Zaman ve mekânda benzer konumları paylaşmayan bireyler arasındaki değiş-tokuşun bir sonucu olarak bütün sembolik

biçimler az çok zaman-mekân ayrımını içerirler. Ancak sembolik biçimlerin büyük ölçekli üretimine ve genelleştirilmiş dağıtımına odaklı kurumsal gelişmelerle birlikte, sembolik biçimlerin genişletilmiş erişebilirliği çok daha önemli ve derin bir toplumsal olgu haline gelir. Enformasyon ve sembolik içerik, daha geniş alanlarda yaşayan daha çok bireye daha hızlı ulaşmaktadır. Toplumsal yaşamın giderek verili bir özelliği haline gelmesi anlamında sembolik biçimlerin genişletilmiş erişebilirliği, hem daha fazla telaffuz ediliyor hem de daha fazla rutin hale geliyor.

Bu, bizleri kitle iletişiminin beşinci özelliğine götürür: Kitle iletişimi, sembolik biçimlerin kamusal dolaşımını kapsar. Medya endüstrilerinin ürünleri, ilke olarak, alımlayıcılar çoğulluğuna ulaşmaktadır. Medya ürünleri, prensipte, bu ürünleri elde edecek teknik araçlara, yeteneklere ve kaynaklara sahip olan herkesin ulaşacağı şekilde çoklu kopyalarda üretilir ve alımlayıcılar çoğulluğuna iletilir. Bu noktada kitle iletişimi; telefon konuşmaları, telekonferans, değişik türde özel video kayıtları gibi sabitleme ve iletimin kitle iletişimle aynı teknik medyasını kullanan, ancak tek veya hayli sınırlı sayıdaki alımlayıcılar alanına yönelen iletişim biçimlerinden farklıdır. Burada çizilen sınır kesin değildir ve daha kişisel hizmetlere olanak veren yeni iletişim teknolojilerinin tesisiyle gelecek dönemlerde giderek daha da belirsizleşecektir. Yine de, kitle iletişim ürünlerinin prensipte alımlayıcılar çoğulluğuna ulaşması –gerçekte, değişik nedenler yüzünden bu ürünler nüfusun görece ufak ve sınırlı bölümü arasında dolaşabilse bile- şu anki haliyle kitle iletişiminin bir özelliğidir.

Kitle iletişim ürünlerine erişebilirliğin, kamusal ve özel alanlar arasındaki farklılığa dair düşünme tarzlarında önem-

li etkileri bulunmaktadır. Çoğu alımlayıcının ilke olarak medya ürünlerine erişebilmesi, bu ürünlerin -kamuya 'açık' veya 'erişilir' olmaları anlamında- *kamusal* karaktere sahip oldukları anlamına gelir. Böylece medya iletilerinin içeriği kamusallaştırılır, yani farklı ve dağınık çevrelerde yaşayan çoğul bireylerce görülebilir ve gözlemlenebilir hale getirilir. İletişim medyasının kamusal alanın doğası ve kamusal-özel alanlar arasındaki ilişkiler üzerindeki etkisi gelecek bölümlerde ayrıntılarıyla araştırılacak bir konu olacaktır.

Mekân ve Zamanın Yeniden Düzenlenmesi

Teknik iletişim medyasının kullanımının toplumsal yaşamdaki zaman ve mekân boyutlarını nasıl değiştireceğini açıklamıştım. Teknik medyanın kullanımı, zaman ve mekânca uzak ortamlardaki bireylere iletişim olanağı sunarak, onları yüz yüze etkileşimin zamansal ve mekânsal sınırlılıklarını aşmaya muktedir kılar. Aynı zamanda bireylerin toplumsal örgütlenmenin mekânsal ve zamansal özelliklerini yeniden düzenlemelerine ve bu yeniden düzenlenmiş özellikleri kendi amaçlarını izleme araçları olarak kullanmalarına olanak verir.

Teknik medyanın tümü, toplumsal yaşamın zamansal ve mekânsal alanlarında bir ağırlığa sahiptir, ancak on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında telekomünikasyon teknolojisindeki gelişiminin bu bağlamda özel anlamı olmuştur. Telekomünikasyonun ortaya çıkışından önce mekânda-ki sembolik biçimlere erişim, genellikle, bu sembolik biçimlerin fiziksel taşınımını gerektirirdi: Birkaç çarpıcı istisna dışında (örneğin semafor), mekânsal ayrışmanın üstesinden ancak sembolik biçimlerin bir yerden diğerine nakledilmesi

gelebilirdi. Ne var ki, telgraf ve telefon gibi telekomünikasyonun ilk biçimlerinin gelişmesiyle, sembolik biçimler fiziksel olarak taşınmaksızın ve böylece ulaşımındaki zamansal gecikmelere uğranmaksızın mekânsal uzaklık alt edilebildi. Böylece telekomünikasyonun ortaya çıkışı, mekânsal ayrışmanın artık zamansal ayrışmayı gerektirmemesi anlamında, *zaman ve mekân bağlantısının kopuşuna* yol açtı. Enformasyon ve sembolik içerik görece az bir gecikmeyle uzak mesafeleri kat ederek iletilebildi; iletiler, iletim hatları bir kez kurulduğunda, enformasyonu kodlamak ve kod açmak için gereken zamandan daha kısa sürede gönderilebildi. Zamansal gecikmeler hemen hemen ortadan kaldırılırken, mekânsal ayrışma olağanüstü büyüdü.

Zaman-mekân bağlantısının koparılması, telekomünikasyonun gelişimiyle yakından ilişkili başka bir gelişmeye zemin hazırladı: *Mekânsız eşzamanlılığın keşfi*.¹⁶ İlk tarihsel dönemlerde eşzamanlılık –yani ‘aynı zamanda’ ortaya çıkan olayların- deneyiminin, eşzamanlı olayların birey tarafından tecrübe edileceği özel bir lokalde ortaya çıktığı varsayıldı. Eşzamanlılık, lokallığı gerektirdi; ‘aynı zaman’, ‘aynı yer’ anlamına geldi. Ancak telekomünikasyonun yol açtığı zaman-mekân arasındaki sınırların erimesiyle birlikte eşzamanlılık deneyimi yerelliğin mekânsal koşullarından kurtuldu. Olaylar uzak bölgelerde meydana gelmesine karşın eşzamanlı olarak tecrübe edilebildi. Burada ve şimdi somutluğunun tersine, artık, özel bir bölgeye bağlı olmayan bir ‘şimdi’ duygusu ortaya çıktı. Eşzamanlılık mekânda genişletildi ve en nihayetinde küresel boyuta ulaştı.

¹⁶ Bkz. Helga Nowotny, *Time: The Modern and Postmodern Experience*, Çev. Neville Plaice, Polity, Cambridge, 1994.

Kısmen yeni iletişim teknolojilerinin ve kısmen de ulaşımında daha hızlı araçların gelişiminin sağladığı zaman ve mekân dönüşümleri, zaman-mekân koordinatında, ancak dünya zamanının standartlaşması üzerine bir uzlaşma sayesinde çözümlenen sorunlara yol açtı.¹⁷ Ondokuzuncu yüzyılın ortasına kadar her şehir, kasaba veya köyün kendi standart zamanı vardı; birbirleriyle koordine olmayan çoklu yerel zamanlar bulunmaktaydı. Ancak onsekizinci yüzyılın sonlarında posta arabası hizmetlerinin gelişimiyle ve ondokuzuncu yüzyılın başlarında demiryollarının inşasıyla birlikte yereller üstü düzeyde bir zaman hesaplama standardını belirlemek konusundaki baskı arttı. Greenwich meridyene göre ayarlanan saati temel alan standart demiryolu zaman tablolarının sunulması, Britanya’da standart zaman olarak GMT’yi (Greenwich Mean Time, Greenwich saati, ç.n) benimsemeye götürdü. Geniş coğrafik alanlardaki zaman hesabını standartlaştırma görevi yeni sorunlara yol açtı. Bu sorunlar ancak standart zaman bölgelerinin oluşturulmasıyla çözüldü. Zaman bölgeleri ilk olarak 1870’lerde Kuzey Amerika kıtasında oluşturuldu. 1880’lerin başlarında ve 1884’te zamanı standartlaştıracak küresel bir sistem kurmak amacıyla Uluslararası Meridyen Konferansı Washington DC’de toplandı. Dünya 24 saate karşılık gelen zaman bölgelerine ayrıldı ve uluslararası sıfır meridyen hattı oluşturuldu. Hattın Greenwich’in doğusunda ve batısında aynı mesafedeki 180’inci meridyen olması konusunda uzlaşıldı. Bu meridyeni doğu yönünde geçen gezginler bir gün kazanırlarken batı yönünde geçenler bir gün kaybetmekteydiler. Bu yüzden dünya zamanını standartlaştırma sistemi, yerel za-

¹⁷ Bkz. Eviatar Zerubaval, *American Journal of Sociology*, “The Standardization of Time: A Socio-historical Perspective” 1982, s. 1-23.

manlarm koordinasyon ve iletişim-ulaşım ağlarındaki gelişimin örgütlenmesi için bir çerçeve sağladı.

Yeni iletişim medyası ve yeni ulaşım araçlarının gelişimi, bireylerin toplumsal yaşamın mekânsal ve zamansal özelliklerini deneyimleme tarzlarına etki yapmıştır. Dünya zamanının standartlaşmasına, zaman ve mekânın, hız ve eşzamanlığın ve zaman-mekân kopuşunun bireysel deneyimine ilgideki artış eşlik etti. Bu ilgi, on dokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarında, Proust ve Baudelaire'den James Joyce'a, kübizm ve gelecekçilikten sürrealizme değin sanat ve edebiyatta ifadesini buldu. Bu gelişmelerin edebiyat ve sanata etkisi Stephen Kern, Marshall Berman ve diğerleri tarafından araştırıldı.¹⁸ Burada daha çok, iletişim medyasının gelişiminin sıradan insanın zaman ve mekân algılamasını etkilediğı genel bazı durumlara değinmek istiyorum.

Medya endüstrilerinden önce çoğı insanın geçmiş ve uzak mesafe algısı, esas olarak yüz yüze etkileşimdeki sembolik içerik yoluyla şekillendi. Hikayeler anlatmak, insanların yakın çevrelerinin ötesindeki dünya ve geçmiş algısını oluşturmada merkezi bir rol oynadı. Çoğı insanın geçmişe ve uzak bölgelere yönelik algıları ve de aidiyet bağlarıyla bağılı oldukları mekânsallığı sınırsız ve tarihselliğı sürekli cemaatleri algılamaları asıl olarak gündelik yaşamın toplumsal bağlamlarında üretilen ve iletilen sözlü geleneklerce oluşturuldu. Ancak giderek dolayımlanmış sembolik biçimlerin kullanılması, çoğı insanın yakın çevrelerinin ötesindeki dünya ve geçmiş duygusunu kavrama

¹⁸ Bkz. Stephen Kern, *The Culture of Time and Space 1880-1918*, Weidenfeld ve Nicolson, Londra, 1983; Marshall Berman, *All That Is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*, Verso, Londra, 1983.

şekillerini değiştirdi. Sözlü geleneklerin işlevleri ortadan kalkmadı, ancak medya ürünleri sözlü geleneklere ek oldu ve bir ölçüde onları yeniden inşa etti.

İletişim medyasının gelişmesi, böylece 'dolayım lanmış tarihsellik' olarak kavramsallaştırılabilecek şeyi yaratmıştır: Geçmiş duygumuz ve bizleri bugün etkileyen geçmiş i algı-lama şekilleri, dolayım lanmış sembolik biçimlere daha önce görülmedik ölçüde bağımlı hale gelmiştir. Günümüz Batı toplumlarındaki çoğu insan, geçmiş in, hatta yirminci yüz-yılın büyük olaylarını (iki dünya savaşı, Rus Devrimi, Holo-kost gibi) asıl olarak kitaplardan, gazetelerden, filmlerden ve televizyon programlardan algılamaktadır. Olaylar ne ka-dar geriye giderse, bireylerin bu olayları kişisel deneyimle-rinden veya hikayeleri yüz yüze etkileşim aracılığıyla onlara aktaran diğ erlerinden anlayabilmeleri de o kadar azalmak-tadır. Sözlü gelenek ve yüz yüze etkileşim, geçmiş duygu-muzu biçimlendirmede önemli işlevler üstlenmeyi sürdür-mektedir, ancak giderek içeriğini medya endüstrilerinden alan bir anlama süreciyle bağlantılı işlemektedir.

Medya bir taraftan geçmiş duygumuzu değiştirirken diğ er taraftan da 'dolayım lanmış dünyeviliğ i' yaratır: Kişi-sel deneyim alanımızın temelini oluşturan dünyayı ve bu dünya içindeki yerimizi algılamamız giderek dolayım lan-mış sembolik biçimler tarafından şekillenmektedir. Medya ürünlerinin yayılması, olayları belli bir algıyla deneyimle-memize, diğ erlerini gözlememize ve genel olarak günlük karşılaşmalar alanının ötesindeki dünyayı öğrenmemize yol açar. Anlamamızın mekânsal ufukları böylece oldukça genişlemiştir. Çünkü bu ufuklar artık, gözlemlenebilir olayların ortaya çıktığı yerlerde fiziksel olarak hazır bulun-mayı gerektirmemektedir. Medya ürünleri günümüzde

dünyayı algılamamızı o kadar köklü biçimde şekillendirilmiştir ki, dünyanın uzak bölgelerine bir ziyaretçi veya turist olarak seyahat ettiğimizde, yaşam deneyimimiz¹⁹ medya ürünlerinden alınan imajlar ve umutlar setiyle öncelenir. Uzak yerlerdeki tecrübelerimizin umutlarımızla uyum sağlamadığı durumlarda bile, yenilik veya sürpriz duygusu şu gerçeğe tanıklık eder: Yaşam deneyimimiz en azından bir dereceye kadar, medyadan yansıyan imajlardan ve sözlerden kaynaklanan önyargılar setince öncelenmiştir.

İletişim medyasının gelişimi, bireylerin yer ve geçmiş algısını değiştirirken aidiyet duyguları –yani ait olunan gruba veya cemaate bağlılık duygusu- üzerinde de etkide bulunmaktadır. Aidiyet duygusu bir ölçüde zaman ve mekânda ortak bir tarihi, yeri ve yörüngeyi hissetmekten kaynaklanır. Ancak geçmiş duygumuz giderek dolayımlanmış sembolik biçimlere bağımlı hale geldikçe, dünyaya ve dünya içindeki yerimize yönelik duygu giderek medya ürünleri tarafından beslendikçe, zaman ve mekânda ortak bir patikayı, ortak bir kökeni ve ortak bir kaderi paylaştığımız grup ve cemaatlere yönelik duygularımız da değişmektedir: Bizler, kendimizi, kısmen medya sayesinde inşa edilen grup ve cemaatlere ait hissederiz. Ayrıntılı örnekler vereceğimiz sonraki bölümlerde bu ‘dolayımlanmış toplumsallık’ olgusuna döneceğiz.

Şimdiye kadar iletişim medyasının gelişiminin bireylerin geçmiş duygusunu ve yakın çevrelerinin uzağındaki dünya algısını değiştirme biçimlerinin bazıları üzerinde kafa yorduk. Ancak şimdi biraz farklı bir konuya geçelim. Bizim zaman ve mekânı algılamamız neyin uzak, neyin yakın olduğuna dair *mesafe* algımızla yakından bağlantılı-

19 Bu terim bölüm 7’de açıklanmaktadır.

dır. Bu duygu esas olarak zaman ve mekân boyunca hareket etmeyi sağlayan araçlarla şekillendirilir. Ulaşım araçları bu bağlamda oldukça önemlidir. Önceki yüzyıllarda köylüler için Londra, günümüz Britanya'sındaki kırsal yerlere göre daha uzaktı. Yolların yetersiz olduğu ve at arabalı taşımacılığın ortalama hızının taşralarda günde muhtemelen 30 mil dolaylarında olduğu onyedinci yüzyılda, Norfolk gibi bir yerden Londra'ya seyahat birkaç gün sürebilirdi.²⁰ Bugün bu seyahat birkaç saatte gerçekleştirilebilir. İletişim araçları da mesafe algımıza biçim vermede hayati bir rol oynar. İletişimin iletilerin fiziksel taşınmasına bağımlı olduğu zamanlarda mesafe duygusu, başlangıç yeri ile menzil arasındaki seyahatin alacağı süreye bağımlı kaldı. Ulaşım-iletişim hızı arttığında ise mesafenin kısaldığı görüldü. Ancak telekomünikasyonun zaman ve mekânı birbirinden koparmasıyla birlikte, mesafe algısı giderek seyahat zamanına olan mutlak bağımlılığından kurtuldu. Bundan sonra mesafe algısı, birbiriyle çakışması zorunlu olmayan iki değişkene bağımlı hale geldi: Seyahat zamanı ve iletişimin hızı. Dünya, iki açıdan da küçülüyordu, ancak birisinin küçülme hızı diğerinden daha fazlaydı.

'Zaman-mekân sıkışması'²¹nin temelini oluşturan me-

²⁰ Bkz. J. Crofts, *Packhorse, Waggon and Post: Land Carriage and Communications under the Tudors and Stuarts*, Routledge and Kegan Paul, Londra, 1967, s. 123: 'Atlı arabalarla yapılan yolculuklar öylesine sıkıcı ve yorucuydu ki, yolcular kısa mesafelerle seyahat etmekten ve ilerlemelerini günlerle hesaplamaktan hoşnut kalıyorlardı.'

²¹ Bkz. David Harvey, *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Blackwell, Oxford, 1989, s. 240. Benzer bir kavram olan "zaman- mekân yöndeşmesi" ile ilgili olarak Janelle'nin fikirleri için bkz. Donald G. Janelle, "Global Interdependence and its Consequences" ed. Stanley D. Brunn ve Thomas R. Leinbach, *Collapsing Space and Time: Geographic Aspects of Communication and Information*, HarperCollins Academic, Londra, 1991, s. 47-81.

safe algısındaki dönüşüm budur. O zamana kadar görülmemiş yoğunlukta ve boyutta mal ve sermaye üretimine yönelmiş kapitalist bir ekonomiyle buluşan yeni ulaşım ve iletişim araçlarının gelişimi, mekânsal bariyerlerin önemini azaltmış, toplumsal yaşamın hızını artırmıştır. Daha önceleri dünyanın birbirinden uzak kalan bölgeleri artık karşılıklı bağımlılığın küresel ağlarına çekilmişlerdir. Seyahat zamanı giderek azalmış, telekomünikasyonun gelişimiyle iletişimin hızı hemen hemen anlık hale gelmiştir. Dünya küçük bir yer gibi görünmektedir: Bir uçtan diğer uca araştırılmış, dikkatli bir şekilde haritalanmış ve insanoğlunun müdahalelerine hassas bir küre.

Bireylerin tarihin akışını ve o akışın içinde kendi yerlerini deneyimleme tarzlarındaki bu dönüşümlerin etkisine dair açık bir kavrayışa ulaşmak zorundayız. Çoğu insanın toprağa bağımlı olduğu, geçimini topraktan sağladığı bir dönemde zamanın akışına dair deneyim; mevsimlerin doğal ritmi, akışı ve çevrimiyle yakından ilgiliydi. Bireyler giderek kentin fabrika temelli çalışma sisteminin üyeleri haline gelmeye başladıklarında, zaman akışı deneyimi, emeğin senkronizasyonunu ve çalışma saatinin örgütlenmesini gerektiren zamandan tasarruf sağlayan mekanizmalara bağlı hale geldi.²² Zaman, mal üretiminin artışı amacıyla disipline edildiğinde belli şeylerden feda edilecek bir takas ilişkisi gerçekleştirilmekteydi: O anda icra edilen fedakarlık daha iyi bir gelecek umudu içindi. Aydınlanmanın tarih felsefelerinde ve evrimci toplumsal kuramlarda ayrıntıları çizilen gelişme nosyonu, bir tarafta geçmiş ve şimdi deneyimi arasındaki gedik; diğer

²² Bkz. E. P. Thompson, "Time, Work-Discipline and Industrial Capitalism", *Customs in Common: Studies in Traditional Popular Culture*, New Pres, New York, 1991, s. 352-403.

tarafıta da geleceğe dair beklenti ufkunun sürekli değişkenlik göstermesi olarak gün be gün tecrübe edildi.²³

Zaman akışını bu şekilde deneyimleme, belki günümüzde değişiyor olabilir. Yaşamın hızı arttığında, gelecek, artık vaat edilmiş bir toprak gibi bizim ötemizde uzanmayacaktır. Sürekli değişen beklenti ufku, geçmişe ve şimdiye dair umutları karşılamayan bir gelecekle karşılaştığında çökmeye başlar. İlerleme olarak doğrusal tarih düşüncesini savunmak giderek zorlaşmaktadır. İlerleme fikri, geleceği sömürgeleştirmenin, onu şimdiki plan ve beklentilerimiz altında sınıflandırmanın bir yoludur. Ancak bu stratejinin eksiklikleri gün be gün açığa çıktığı ve gelecek devamlı bir şekilde plan ve beklentilerimize taş koyduğu için, ilerleme süreci, üzerimizdeki konumunu kaybetmeye başlamaktadır.

Bu kaymanın devam edip etmeyeceğini, devam ederse sonuçlarının neler olacağını söyleyebilmek için zaman henüz çok erken. Şüphesiz ki, kısmen yeni iletişim ve ulaşım biçimlerindeki gelişme sayesinde zaman ve mekânı deneyimleme tarzlarımız esaslı bir surette değişmiştir. İzleyen bölümlerin ana konusunu bu teşkil etmektedir. Ancak burada tartışılan gelişmeler tarihsel akış içindeki deneyimimizi ve bunun altındaki yerimizi, gelecek algımızı ve ona yönelimimizi yeniden biçimlendirmeye başlamıştır: Bunlar çoğunlukla yanıtlanmasını açık bırakacağım sorulardır.

İletişim, Özgüleme (Appropriation) ve Günlük Yaşam

Bu bölüm içinde birkaç noktada, içinde bireylerin sembolik biçimleri ürettikleri ve aldıkları pratik toplumsal bağ-

²³ Bkz. Nowotny, *Time*, Bölüm 2.

lamlarla ilgili iletişim medyası hakkında düşünmenin önemini vurguladım. Bu toplumsal bağlamların ihmal edilmişliğini tarih boyunca medya konusundaki teorik yansımalar da ve medyanın analizlerinde görebilmek mümkündür. Örneğin, son yılların pek çok kültür eleştirisi, yapısalcılık, göstergebilim ve ilgili yönelimlerin etkisi altında 'metin'lerin –dar anlamda sadece edebiyat çalışmalarındaki metinlerin değil, aynı zamanda filmlerden ve TV programlarından billboard ilanlarına ve metrodaki duvaryazılarına değin geniş anlamdaki metinlerin- kurucu özellikleriyle ilgilenmişlerdir.²⁴ Bu 'metin'lerin kurucu özelliklerinin sağlam bir analizinden çok şey elde edilebilir. Ancak, böyle bir analiz, en iyi ihtimalle, kültürel olguyu (edebiyat metinlerini kapsayan) incelemenin çok küçük bir parçasıdır. Böyledir, çünkü incelenen olgu, genellikle metinlerin üretildiği koşulları ayrıntılı ve sistematik analiz etmemektedir. Metinler, genellikle, onları üretenlerin amaçları ve kaynaklarına veya metinleri alımlayanların bunları kullanma ve anlama tarzlarına referans yapılmaksızın kendileri içinde ve kendileri için analiz edilmektedir. Analiz ve eleştiri; üretim, dolaşım ve alımlamaya ilişkin toplumsal koşullardan soyutlanan bir kültürel form üzerinde odaklaşırken, üreticiler ve alımlayıcılar da incelemenin dışında bırakılmaktadır.

Medya araştırmalarının daha ampirik araştırma geleneği içerisinde alımlayıcıların –veya izleyicilerin- doğası ve rolü ayrıntılı incelenmiştir. İzleyicilerin yaşları, kompozisyonları, iletilere dikkat etme ve onları kavrama dereceleri; medya iletilerinin uzun ve kısa dönem etkileri; medya

²⁴ Bu tür kültürel eleştirinin klasik bir örneği için bkz. Roland Barthes, *Mythologies*, Çev. Annette Lavers, Paladin, St. Albans, 1973; ayrıca bkz. Judith Williamson, *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*, Marion Boyars, Londra, 1978.

ürünlerini tüketmenin giderdiği toplumsal ve psikolojik ihtiyaçlar gibi etmenleri incelemek için değişik araştırma yöntemleri kullanılmıştır.²⁵ Bu araştırmalar bir sürü ilginç ve önemli malzeme üretti. Ancak bu ilk araştırmaların çoğunda belirgin eksiklikler bulunmaktadır. Eksikliklerden birisi şudur: İlk araştırmaların çoğunluğu, izleyicileri ve onların tepkilerini bütün herşeyin üzerine koymakla *alımlama eyleminin sıradan/dünyevi karakterini ihmal etmiştir*. Bununla kastettiğim, medya ürünlerinin alımlanmasının bireylerin kendi günlük yaşamlarının bir parçası olarak icra ettikleri bir rutin, pratik bir eylem olduğudur. Eğer alımlamanın doğasını anlamak istiyorsak, alımlama eyleminin rutin ve pratik alanlarına duyarlı bir yaklaşım geliştirmeliyiz.

Son yıllarda bu tip bir yaklaşım, medya araştırmacıları arasında taraftar bulmuştur. Bireylerin hangi koşullarda medya ürünlerini alımladıklarını, medya ürünleriyle neler yaptıklarını ve medya ürünlerinden ne gibi anlamlar çıkardıklarını ayrıntılı incelemek için son yıllarda yapılan alımlama süreçleriyle ilgili kapsamlı bazı araştırmalar, katılımlı gözlem, anket ve derinlemesine görüşme gibi değişik yöntemlerden yararlanmıştır.²⁶ Bu çalışmalar, medya

²⁵ Örnek için bkz. Elihu Katz ve Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Free Press, Glencoe III, 1950; J. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, Free Press, New York, 1960; J. G. Blumer ve E. Katz, *The Uses of Mass Communications*, Sage, Londra, 1974. İzleyiciler ve medya etkileri hakkında genel bir araştırma için bkz. Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, 2. Basım, Sage, Londra, 1987, Bölüm 8 ve 9.

²⁶ Son çalışmalar seçkisi için bkz. Janice A. Radway, *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, North Carolina Üniversitesi, Chapel Hill, 1984; Tamar Liebes ve Elihu Katz, *The Export of Meaning. Cross-Cultural Readings of 'Dallas'*, Oxford Üniversitesi, Oxford, 1990; James Lull, *China Turned On: Television, Reform, and Resistance*, Routledge, Londra, 1990. Medya çalışmalarına etnografik bir yaklaşım çerçevesinde yaklaşan tartışmalar için bkz. James Lull, *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's*

ürünlerinin ahmlayıcılarının edilgen tüketiciler olduklarına dair görüşün geçersizliğini savunmuş, medya ürünlerini alımlamanın edilgen alımlama mitinin ileri sürdüğünden çok daha aktif ve yaratıcı bir süreç olduğunu sayısız defa göstermiştir. Ayrıca bu çalışmalar göstermiştir ki, bireylerin medya ürünlerinden anlam çıkardıkları alışkanlıklar bireylerin kendi toplumsal geçmişlerine ve koşullarına göre değişkenlik gösterir; öyle ki aynı ileti farklı bağlamlarda farklı şekillerde anlaşılabilir.

Bu çalışmaları sonraki bölümlerde ele alacağım, ancak burada medya ürünlerini alımlamayı rutin bir pratik eylem olarak anlamamanın genel teorik etkileri üzerinde durmak istiyorum. Bu yönelim, örneğin, alımlamanın bir *eylem* olarak anlaşılması gerektiğini ima eder: Edilgen bir şey olarak değil, fakat bireylerin aldıkları sembolik materyalleri tutacağı ve onlar üzerinde işlem yapacağı bir pratik. Bireyler alımlama sürecinde kendi amaçları doğrultusunda sembolik materyallerden anlamlar çıkarırlar. Bu pratikler özel bir mekânla sınırlanmadığı için anlamlandırma aşırı çeşitlenmeye uğrayabilir; ama aynı zamanda görece örtük de kalabilir. Üretim, sembolik içeriği bir madde tabakasına 'sabit'lerken, alımlama onu 'sabitlikten çıkarır' ve zamanın yıkımına karşı onu serbest bırakır.²⁷ Üstelik, ahmlayıcıların sembolik malzemelerden anlam çıkardıkları kullanımlar, bu malzemelerin üreticilerinin zihinlerindeki kullanımlardan (eğer varsa) önemli derecede farklı olabilir. Bireyler kendilerinin eriştiği sembolik malzemelerin içeriği üzerin-

Audiences, Routledge, Londra, 1990: David Morley, *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, Londra, 1992: Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, Routledge, Londra, 1994.

²⁷ Bkz. Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, çev. Stephen Randall, Kaliforniya Üniversitesi, Berkeley, 1984, Bölüm 3 ve 12.

de görece daha az denetime sahip olduklarında bile, onları, üreticilerin niyetlerinden ve amaçlarından oldukça farklı biçimde kullanabilir, yeniden işleyebilir ve ayrıntılandırabilirler.

Ayrıca bu yönelim, alımlamanın *konumlanmış* bir eylem olduğunu ima eder: Medya ürünleri, özel sosyo-tarihsel bağlamlarda yaşayan bireyler tarafından alınır. Bu bağlamlar, görece istikrarlı iktidar ilişkileriyle ve değişik türlerdeki birikmiş kaynaklara farklı erişimle karakterize edilir. Alımlama eylemi, bu yapılaşmış bağlamlarda ortaya çıkar, iktidara ve potansiyel alımlayıcıların erişebilecekleri kaynaklara bağımlı kalır. Örneğin birisi televizyon programını seyredecek araçlara sahip olmadıkça o programa ulaşamaz; TV seyretme kalıpları genellikle ailenin üyeleri arasındaki iktidar ilişkilerini yansıtacak şekilde düzenlenir.²⁸ Alımlama, her zaman konumlanmış eylem olmakla birlikte, bireylerin günlük yaşamlarının pratik bağlamlarından uzaklaşmalarına olanak vermektedir. Bireyler, önemli oranda mekânsal (ve belki de zamansal) ayrışmayı sağlayan malzemeleri almakla, bir an için, kendilerini kendi yaşam bağlamlarından uzaklaştırabilir ve bir başka dünya içinde kaybolabilirler.²⁹ Bunun yanında medya ürünlerinin alımlanması, bu alımlamanın günlük yaşamı oluşturan düzenli eylemlerin bir parçası olma anlamında, *rutin* bir eylem olarak anlaşılmalıdır. Medya ürünlerinin alımlanması, karmaşık tarzlardaki diğer eylemlerle içiçe geçer ve

²⁸ Bkz. James Lull, *Inside Family Viewing*, Bölüm 5: David Morley, *Family, Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Comedia, Londra, 1986.

²⁹ Michel de Certeau "Okuyucular gezginlerdir" diye belirtmiş ve şöyle devam etmiştir: "Onlar başkalarına ait olan topraklarda gezinirler, göçebeler gibi kendi yazmadıkları alanlara izinsiz girerler ve kendi zevkleri için Mısır'ın zenginliğini yağmalarlar." (*The Practice of Everyday Life*, s. 174.)

onlarla yakın ilişki içerisinde yer alır. Bu özel türdeki alımlamanın önemli tarafı, medya ürünlerinin bireylerin kendi yaşamlarındaki değişik alanlarla ilintili olmalarından kaynaklanmaktadır. Böylece, örneğin, bireyler işe giderlerken vakit geçirmek için gazete okuyabilirler; akşam yemeğini yapmanın tekdüzeliğini azaltmak veya çocuklarını eğitip geliştirmek için TV'yi açabilirler; günlük yaşamın zorluklarından geçici olarak uzaklaşmak ve kaçmak için kitap okuyabilirler. Medya ürünlerinin alımlanması, ayrıca, izleyicilerin günlük planlarını düzenlemelerine hizmet edebilir. Bireyler, yayın kurumlarının yayın zamanlarına göre kendilerini ayarlayabilirler –örneğin, düzenli olarak 9'da haberleri izlerler veya bir dizinin bölümlerini seyretmeye olanak verecek şekilde haftalık zamanlarını bölümlerler. Video kaset kayıt cihazlarının kullanımıyla esnetilen alımlama alanı, alımlamanın günlük rutinler üzerinde etki eden kapasitesine işaret eden örneklerden birisidir. VCR, alımlayıcılara materyali kaydetme ve kendilerine uyan bir zamanda oynatma (veya genel olarak bilindik adlandırmayla 'zaman kaydırma' pratiği) imkanı vermekle, alımlayıcıları yayın kurumlarının empoze ettiği zamansal düzenden bir ölçüde özgür kılma ve alımlama sürecini diğer talepler ve sınırlılıkların belirlediği rutinler içine entegre etme olanağı sağlamaktadır.

Medya ürünlerinin alımlanması, konumlanmış ve rutin bir eylem olma yanında *ustalık bir hüner*dir. Alımlama, bireylerin bu sürece kattıkları bir dizi kazanılmış beceri ve ustalıklara bağımlıdır. Bu beceri ve ustalıklar son derece çeşitlidir. Farklı teknik medyanın, bu medyayı kullananlardan farklı türde beceri ve ustalıklar talep ettiğini daha önce belirtmiştik. Ancak, toplumsal olarak edinilmiş nite-

likler olarak bu beceri ve ustalıkların bir gruptan veya sınıftan diğerine, bir tarihsel dönemden diğerine belirli yönlerde değişebildiğini görmek de ayrıca önemlidir. Öğrenme veya telkin süreçleri yoluyla kazanılan niteliklerdir bunlar. Ve bu süreçler toplumsal açıdan belirli tarzlarda farklılık gösterebilir veya geçmiş deneyimleri farklı olan bireyler bu süreçlere farklı şekilde erişebilirler.³⁰ Bu beceri ve ustalıklar bir kere kazanıldığında, bireylerin toplumsal donanımlarının parçaları haline gelirler ve öyle otomatik bir şekilde konumlanabilirler ki, artık karmaşık ve çok teferruatlı toplumsal kazanımlar olarak görülemezler.

Sonuçta, medya ürünlerini alımlama, bir *yorumsama süreci*dir. Bununla, medya ürünlerini alan bireylerin genel olarak bu ürünlerden anlam çıkarma yoluyla yorumlama sürecine girmelerini kast etmekteyim. Elbette medya ürünlerini *edinme*, bu anlamda bir yorumlama sürecine dahil olmayı zorunlu kılmaz: Bir kitabın satın alınması, onun okunacağı; bir televizyon setinin mevcudiyeti onun seyredileceği anlamına gelmez. Birisinin elbise ve araba gibi tüketim nesneleri elde etmesinde olduğu gibi, edinmek sadece kendi sahipliğine almak demektir. Ancak medya ürünlerini alımlama bundan daha ötesini içerir: Alımlayan taraftan bir derece dikkat ve yorumlama eylemi ister. Bir medya ürününü alan birey, bir ölçüde ona dikkatini verir (okur, seyreder, bakar, dinler); ve birey böyle yapmakla genellikle ürün tarafından taşınan sembolik içerikten anlam

³⁰ Düşünce ve zevklerde olduğu gibi yetenek ve becerilerdeki sosyal farklılaşmayı Pierre Bourdieu birçok çalışmasında belirtmiştir. Özellikle bkz. Pierre Bourdieu, Alain Darbel ve Dominique Schnapper, *The Love of Art: European Museums and their Public*, Çev. Beattie ve N. Merriman, Polity Pres, Cambridge, 1990; Pierre Bourdieu, *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, ed. Randal Johnson, Polity Pres, Cambridge, 1993; ve Bourdieu, *Distinction*.

çıkarmakla meşgul olur. Farklı medya, tipik olarak farklı dikkat derecesi, yoğunlaşma ve çaba talep eder. Bir kitabı okumak, okuyucu açısından birbiriyle uyumlu pek çok çabanın harcanmasını gerektirir ama bir gazetenin sayfaları başlıklara göz atılarak ve zaman zaman ilgili köşe yazıları okunarak gelişigüzel bir şekilde çevrilebilir. Televizyon, tümüyle kendini vererek seyretmekten ekrana arada bir göz atmaya değin değişen dikkat dereceleriyle izlenebilir.

Eğer medya ürünlerini alımlamayı yorumsamacı bir süreç olarak değerlendirirsek, alımlama olgusunu tanımlamak için geleneğe yönelik bazı kavrayışlardan yararlanabiliriz. Gadamer'in dediği gibi, yorumlama, önceden tahmin edilmiş bir eylem değildir: Yorumlayıcının anlamaya uğraştığı ileti üzerine bir dizi beklentiler ve varsayımlar setini taşıdığı yaratıcı bir süreçtir.³¹ Bu varsayım ve beklentilerin bazıları kişisel olabilir; başka deyişle yaşam öyküleri onlardan (varsayımlardan ve beklentilerden, ç.n) beslenen özel bir bireye ait olabilir. Ancak bir bireyin yorumlama sürecine getirdiği varsayım ve beklentilerin çoğu, daha geniş toplumsal ve tarihsel özelliktedir. Bunlar benzer toplumsal köken ve yönelimlere sahip bir grup birey tarafından paylaşılan ortak yargı ve beklentilerdir. Bu yargı ve beklentiler bireylerin tedrici bir telkin yoluyla edindikleri ve bireylere yeni olanın özümsemesine ve yorumlanmasına yönelik bir çerçeve sağlayan zımni bir geçmiş bilgisini oluşturur.

İleti üzerine belirli bir çerçeve taşıyan yorumlayıcının etkin katılımını gerektirmesi nedeniyle sembolik biçimleri yorumlama, bir medya ürününü anlayanın bireyden (veya

³¹ Bkz. Hans-Georg Gadamer, *Truth and Method*, Sheed and Ward, Londra, 1975, s. 235.

bireyler grubundan) bireye ve bir sosyo-tarihsel bağlamdan diğerine değişebildiği tarzları izler. Tüm sembolik biçimlerde olduğu gibi, medyanın aktardığı bir iletinin 'anlamı' herkesin görmesi için daimi şekilde sabitlenmiş ve şeffaf değildir. Bunun yerine, bir iletinin anlamı veya algısı; alımlama, yorumlama ve yeniden yorumlama süreciyle sürekli yenilenen ve bir dereceye kadar dönüştürülen kaygan ve karmaşık bir olgu olarak kabul edilmelidir. Bir iletinin kişi için anlamı bir ölçüde kişinin ileti üzerine taşıyacağı çerçeveye bağlı kalacaktır. Elbette ki, bu sürecin bazı sınırlılıkları vardır; bir ileti herhangi bir şey ifade etmez ve kişi iletiden anlam çıkarmak için üretilen iletiye uygun biraz kural bilgisine sahip olmalıdır (Örneğin, temel dil bilgisine sahip olmalıdır). Ancak bu sınırlar oldukça geniştir ve medyanın aktardığı iletinin bireyden veya bireyler grubundan bir başkasına, bir sosyo-tarihsel bağlamdan diğerine farklı anlamlar içerebileceği büyük saha bırakmaktadır.

Yorumsamacı gelenek, dikkatimizi, yorumlamanın bir diğer yönüne daha çekmektedir: Yorumlama eylemindeki bireyler kendilerini ve diğerlerini anlamak için sembolik biçimleri kendilerine dahil ederler. İnsanlar sembolik biçimleri düşünüm ve özdeşünümün bir aracı olarak, kendileri, başkaları ve ait oldukları dünya hakkında düşünmenin bir temeli olarak kullanırlar. Bu derinlemesine anlama ve özanlama sürecine gönderme yapmak için 'özüleme' kavramını kullanacağım. Bir iletiyi özülemek, onun anlamsal içeriğini kavramak ve kendine dahil kılmaktır.³² İletiyi özümsemek, bireyin onu kendi yaşamına katmasıdır, bazen zahmetsiz geçen, bazen düşünsel tatbiki içeren bir

³² Bkz. Paul Ricoeur, *Hermeneutics and Human Sciences*, Bölüm 7.

süreç. Bir iletiyi özgülemekle onu kendi yaşamlarımıza ve yaşam bağlamlarımıza uydururuz. İletiyi üretildiği bağlamdan farklı bir dizi bağlamlar setine tatbik ederiz.

Sembolik biçimlerin –ve özellikle medya ürünlerince taşınan iletilerin- özgülenmesi, alımlamanın ilk bağlamının ve eyleminin çok ötesine geçebilir. Medya iletileri bireylerce genellikle alımlama sırasında ve sonrasında tartışılır; böylece alımlama sürecinin başlangıcında yer alan veya almayan geniş izleyici çevresi tarafından paylaşılır ve söylemsel bir şekilde işlenirler. Medya iletileri bu ve başka biçimlerde sürekli anlatma ve yeniden anlatma, yorumlama ve yeniden yorumlama, açıklama, gülme ve eleştiri süreciyle alımlamanın başlangıç bağlamı ötesine taşınabilir ve dönüştürülebilir. Bu süreç, değişik koşullarda meydana gelebilir –evde, telefonda, işyerinde– ve katılımcılar çoğulluğunu kapsayabilir. Medya iletilerini tekrar anlatmak ve yeniden anlatılan iletilere tepki vermek suretiyle kendi yaşamlarının çehrelerini ören bireylerin, içinde kendi duygu, düşünce ve deneyimlerini öyküledikleri bir anlatı çerçevesi sunabilir bu süreç. Bu söylemsel işleme süreci yoluyla bir bireyin medya ürünlerinin taşıdığı iletileri algılayışı dönüştürülebilir; çünkü ileti farklı açılardan görülmektedir, diğerlerinin eleştiri ve yorumlarına maruz kalmaktadır ve tedricen gündelik yaşamın sembolik dokusuna işlenmektedir.

Medya iletilerini alan ve özgüleyen bireyler, ayrıca benlik yapımı ve benliği anlama sürecine dahil olurlar. Bizler, iletileri almak ve onları rutin bir şekilde yaşantılarımıza katmak yoluyla dolaylı olarak benlik algımızı inşa eden bir sürece girmektediriz. Bu algı, bizlerin kim olduğu, zaman ve mekânda nerede konumlandığıyla ilgilidir. Biz-

ler daima becerilerimizi ve bilgi stoklarımızı şekillendirmekte ve yeniden şekillendirmektedir, duygularımızı ve zevklerimizi test etmektedir, deneyim ufuklarımızı genişletmektedir. Bizler, (diğer şeyler arasında) medya ürünlerinin sağladığı anlamlı içerik ve ileti *araçlarıyla* benliğe aktif bir biçimde şekil vermektedir. Bu süreç ani, bir kerelik ve tüm olaylar için değildir. Yavaş yavaş, farkedilemez şekilde, gün be gün, yıl ve yıl ortaya çıkar. Bu, içinde bazı iletilerin alıkonulduğu, bazılarının unutulduğu, bazılarının eylem ve düşünüm veya tanıdıklar arasında bir konuşma konusu olduğu; buna karşın bir kısım iletinin, sürekli imaj ve fikirler akışı arasında kaybolmuş bir kişinin hafızasından sıvışıp gittiği bir süreçtir.

Medya iletilerini özgülemenin modern dünyada benliğe şekil vermenin aktif bir aracı olduğunu söylemek, bu sürecin *sadece* medyaya indirgendiği anlamına gelmemelidir: Açıkça böyle değildir. Aileler ve çocuklar arasında, öğretmenler ve öğrenciler arasında ve arkadaşlar arasında olduğu gibi, bu konuda birincil rol oynamayı sürdürecektir. Aile ve okuldaki ilk toplumsallaşma süreçleri, pek çok başka toplumsal etkileşim biçimleri bulunmaktadır. Aile ve okuldaki ilk toplumsallaşma süreçleri, pek çok açıdan bireyin daha sonraki gelişmesi ve benliğini kavraması için belirleyicidir. Ancak, medya endüstrisi ürünlerinin giderek her yeri istila ettiği bir dünyada, benliğe şekil verme süreci için yeni büyük bir arenanın oluşturulduğu gerçeğini gözden kaçırmamalıyız. Bu, yüzyüze etkileşimin zamansal ve mekânsal sınırlılıklarından ayrılan ve televizyona erişilirlik ve televizyonun küresel yayılımı göz önüne alındığında giderek dünyadaki bütün bireylerin ulaşabileceği bir arenadır.

II

MEDYA VE MODERN TOPLUMLARIN GELİŞİMİ

Modern dünyanın bazı ayırt edici özellikleri Ortaçağların sonlarında ve modern dönemin başlarında Avrupa'da ortaya çıkan bir dizi köklü kurumsal dönüşümlerin sonucudur. Bu dönüşümler karmaşık ve çeşitliydi; Avrupa'nın bazı bölgelerini ve sonradan dünyanın bazı taraflarını başka yerlerden daha önce ve daha köklü bir şekilde etkiledi. Belirli tarihsel koşullara bağlı olmaları anlamında bu dönüşümler beklenmekteydi; şayet bazı koşullar farklı olsaydı, sonuçlar da farklı olabilirdi. Ancak bu dönüşümler bir kere rayına girdiğinde kendi başlarına bir ivme kazandı. Yeni kurumlar ortaya çıktı ve bunlar etkinlik sahalarını genişletti. Geleneksel pratikler, giderek yeni tür eylemler, yeni anlaşmalar ve ortaklık şekilleriyle geride bırakıldı. Bu dönüşümlerin etkileri giderek büyüyen kentsel merkezlerin ve Avrupa'da ortaya çıkan devletlerin ötesinde hissedildi. Dünyanın diğer bölgeleri keşif, ticaret ve sömürgeleşme yollarıyla Avrupa'da başlayan ancak yavaş yavaş küresel boyuta ulaşan küresel dönüşüm süreci içine girdi.

Modern Avrupa'nın ilk dönemlerinde toplumları oluşturan kurumsal dönüşümlerin ana çizgileri nelerdi? Son yıllarda toplumsal tarihçiler ve tarihsel sosyologların araştırmalarının bulguları kadar, Marx ve Weber gibi klasik sosyal düşünürlerin çalışmaları sayesinde kurumsal dönüşümün bazı ana hatları açıklığa kavuşmuştur. Modern toplumların doğuşu, ilk olarak, Avrupa feodalizminin yeni bir kapitalist üretim ve değişim sistemine dönüştüğü ayırt edici bir dizi ekonomik değişiklikleri içerdi. Modern toplumların gelişimi, ikinci olarak, ortaçağ Avrupasının sayısız siyasal birimlerinin giderek sayılarının azaldığı ve herbiri sınırları açıkça belirlenmiş bir toprak parçasında egemenlik iddia eden, merkezi vergi ve yönetime sahip birbirine kenetlenmiş ulus-devletler sistemine 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 askeri iktidar, Max Weber'in ortaya koyduğu gibi, giderek belli bir toprak parçasında meşru güç kullanımı tekeli iddia eden ulus devletlerin elinde toplandı.

Bu büyük kurumsal dönüşümün hatları görece açık görünmektedir ve son yıllardaki akademik literatürün dikkatini fazlasıyla çekmiştir. Bununla birlikte, daha az açık olan, modern toplumların gelişiminin, esnek bir tanımlamayla 'kültürel' alan olarak nitelenebilecek sistematik dönüşümlerle karakterize edilip edilmeyeceğidir. Bu noktada klasik toplumsal düşünürlerin mirası daha belirsizdir ve daha az yardım sağlar. Bu konu üzerinde düşündüğü kadarıyla Marx, kapitalist üretim şeklinin toplumsal dünyanın demistifiye edilmesine yön verdiğini varsaydı: Geçmişte top-

lumsal ilişkileri düzenleyen geleneksel değer ve inançlar, kapitalist üretim ve değişimin zalim ekonomik gerçeklikleri tarafından yok edildi. Weber, kültürel alandaki gelişmelere daha fazla önem verdi, bu gelişmelerin Marx'ın yazılarında ileri sürdüğünden çok daha özerk ve karmaşık olduğunu savundu. Ancak Weber'in açıklamalarına egemen olan konular –değer alanlarının farklılaşması, eylemin rasyonalizasyonu ve geleneksel dünya görüşlerinin yerinden edilmesi- tartışmalı kaldı ve bazı yönlerden kanıtlanmaları zor oldu. Modern toplumların özgül bir kültürel dönüşüm sürecinden geçip geçmedikleri belirsiz görünüyor.

Bu bölümde kültürel dönüşüm süreciyle ilgili bu belirsizliğin, sosyal teorisyenlerin ve başkalarının sistematik kültürel değişikliklerin işaretlerini yanlış yerde aramalarından kaynaklandığını tartışacağım. Onlar bu değişiklikleri değerlerde ve inançlarda, tutumlarda ve yönelimlerde –son yıllarda Fransız tarihçilerin *mentalités* olarak adlandırdıklarında– bulmaya çalıştılar. Böyle değişiklikler elbette ilginç ve önemlidir; fakat ayrıca doğası gereği tanımlanması zor, çeşitli ve son derece karmaşıktır. Bir bölge veya sınıfta ortaya çıkan değişiklikler diğer bölge veya sınıfta ortaya çıkmayabilir ya da oldukça farklı şekillerde ve boyutlarda meydana gelebilir. Bu nedenle, farklı ve çelişkili kanıtların karşısında varlığını sürdürmesi bir şans olarak karşımızda duran kültürel değişme hakkında genel sonuçlar çıkarmak zor hale gelmektedir. Sadece sekülerleşme tezi- yani, modern endüstriyel toplumların gelişmesini dinsel inanç ve onun rolünün azalmasıyla özdeşleştiren tez- üzerinde süregelen tartışmaları düşünen birisi, değerler ve inançlardaki değişiklikler hakkında genelleme yapmaya çalışmanın zorluğunu itiraf edebilir.

Bu bölümde geliştireceğim tartışma, dikkat odağını kaydırarak, bizlerin daha sistematik ve daha açık olan kültürel alanlardaki büyük dönüşümü fark edebileceğimiz üzerinedir. Eğer odağımızı değerler, tutumlar ve inançlar yerine sembolik biçimler ve bunların toplumsal dünyadaki üretimi ve dağıtımını üzerine yoğunlaştırırsak, göreceğiz ki geç ortaçağ ve erken modern dönemlerde modern toplumların ortaya çıkışıyla birlikte sistematik kültürel dönüşümler egemen olmaya başladı. Basımcılık ve sonrasında enformasyonun elektriksel kodlanmasıyla ilgili seri teknik yeniliklerin sonucunda, sembolik biçimler öngörülemez bir boyutta üretildi, yeniden üretildi ve dağıtıldı. İletişim ve etkileşim kalıpları esaslı ve geriye döndürülemez tarzlarda değişmeye başladı. Esnek bir şekilde 'kültürün dolayımlılığı' olarak tanımlanabilecek şeyi ihtiva eden bu değişiklikler açık kurumsal temellere sahipti: İlk olarak onbeşinci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve o zamandan beri etkinliklerini genişletmiş medya örgütlerinin gelişimi. Bu örgütlerin etkinlikleri ve ürünleri üzerine odaklanarak ve bireylerin bu ürünleri alımlama ve kullanma şekillerini inceleyerek, modern toplumların ortaya çıkışıyla ilgili kültürel dönüşüme dair sağlam bir kavrayışa ulaşabiliriz.

Bu bölümde onbeşinci yüzyılın sonlarından günümüze kültürün dolayımlılığındaki bazı kilit durumları aydınlatacağım. Modern toplumların kurumsal dönüşüm özelliklerinin ana hatlarını daha detaylı incelemekle başlayacağım. Sonra, basımcılık ve süreli basının daha önceki iletişim ağları ve yerleşik iktidar ilişkilerini değiştirdikleri bazı yanlarına değinerek, modern Avrupa'nın ilk dönemlerinde basımcılık ve süreli basının gelişimine yoğunlaşacağım. Bu

bağlamda modern dönemin başlangıcında matbaanın etkileri konusunda daha teorik kapsamlı bazı tartışmalar üzerinde düşüneceğim. Takip eden bölümlere temel oluşturmak üzere, on dokuzuncu yüzyılın başlangıcından itibaren medya endüstrilerindeki bazı büyük dönüşümlerin altını çizeceğim.

Modern Toplumların Bazı Kurumsal Boyutları

Ortaçağların sonlarında Avrupa'da ortaya çıkan ve modern dünyanın hatlarını şekillendiren temel kurumsal dönüşümleri nasıl tanımlamalıyız? Bir önceki bölümde ekonomik, siyasal, zorlayıcı ve sembolik iktidar olmak üzere dört iktidar tipi belirlemiş ve bunları değişik türdeki kaynak ve kurumlarla ilişkilendirmiştım. Şimdi, bu çerçeveyi modern toplumların ortaya çıkışıyla bağlantılı kurumsal dönüşümlere uyarlamak istiyorum. Ekonomik ve siyasal iktidarın değişen kurumsal biçimlerini kısaca inceleyeceğim. Zorlayıcı iktidarın kurumsal biçimleri ayrıntılı tartışılmayacak, sadece modern devletin gelişimiyle ilişkisi bağlamında ele alınacaktır. Daha sonra, sembolik iktidarın toplumsal örgütlenmesi ve bu örgütlenmenin zamanla geçirdiği değişim yönleri üzerine odaklanacağım.

Ekonomiyle başlayalım.¹ Erken ortaçağ ekonomisi, ağırlıklı olarak köy ve malikane gibi küçük ölçekli üretici

¹ Modern toplumların yükselişi ile ilgili olarak ekonomik dönüşümlerin detaylı bir değerlendirmesi için bkz. Immanuel Wallerstein, *The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World- Economy in the Sixteenth Century*, Academic Press, New York, 1974 ve *The Modern World-System II: Mercantilism and Consolidation of the European World- Economy, 1600-1750*, Academic Press, New York, 1980; ayrıca bkz. Michael Mann, *The Sources of Social Power, Cilt 1: A History of Power from the Beginning to AD 1760*, Cambridge Üniversitesi, Cambridge, 1986, Bölüm 12-15.

birimlerde temellenen tarım ekonomisiydi. Bu ekonomi, biraz artı üretime ve yaygın ticari ağların ortaya çıkmasına karşın, asıl olarak kendi kendine yetmekteydi. Köylüler sahibi olmadıkları ancak işledikleri toprağa bağımlıydılar ve ürünün bir bölümü malikane sahibinin elinde kalmaktaydı. On birinci yüzyıldan başlayarak yavaş yavaş ticaret önem kazanmaya başladı ve kasabalar boyut ve etki olarak büyüdü. Şehir tüccarları, zanaatkarlar ve diğerleri sermaye biriktirebiliyorlar, bu sermayeyi ticareti ve mal üretimini artırmak için kullanıyorlardı. Önce kasaba ve şehirlerde, sonra kırsal bölgelerde artan para kullanımı ve değişim ağlarını kapsayan yeni bir ekonomik ilişkiler seti ortaya çıkmaya başladı. Orta Çağların sonlarında Avrupa ekonomisi birbirini izleyen genişleme ve büzülme evrelerine girerken bu yeni ilişkiler, feodal ilişkilerle birkaç yüzyıl bir arada varoldu.

1450'ye kadar özgül bir meta üretimi ve değişimi Avrupa'da ortaya çıkmış ve imalat ve coğrafi alan bakımından hızlı bir şekilde genişlemişti. Ana özellikleri açısından bu yeni kapitalist sistem çok iyi bilinmektedir: Özel bireyler, ücretli işçilerden yararlanarak sermaye biriktirmekte ve bunu ticaret ve meta üretimini artırmak için kullanmaktaydılar. İmal edilen ürünler, daha sonra üretim maliyetlerini aşan fiyatlarda satıldı. Bu, kapitalistlerin kendilerine ayırdıkları ve bazı durumlarda daha fazla üretim için yeniden yatırıma dönüştürdükleri bir kazanç elde etmelerine yol açtı. Kapitalist girişimler on beşinci yüzyılın sonuna kadar Avrupa'nın büyük ticaret merkezlerinde oluşturuldu, on altıncı ve on yedinci yüzyıllarda etkinliklerini önemli oranda genişletti. Avrupa'da ticaret arttı ve dünyanın başka yerleriyle ticari ağlar kuruldu. Wallerstein ve di-

ğerlerinin belirttikleri gibi, dünyanın başka bölgeleri Avrupa'yla ticari ilişkiler içine sokuldu. Amsterdam ve daha sonra Londra gibi şehirler, küresel boyutlu ticari ilişkiler ağı içinde sermaye birikimi ve ekonomik iktidarın dev merkezleri oldular.

On sekinci yüzyılın sonu ve on dokuzuncu yüzyılın başlarındaki Endüstri Devrimi, Avrupa'da ve başka yerlerde birkaç yüzyıldır varolan bir ekonomik sistem temelinde ortaya çıktı. Bu devrim, yeni üretim yöntemlerini sunmakla –güç makinesinin (power machinery) kullanımı, fabrika sistemi içinde emeğin ayrışımı gibi- büyük boyutlu imalatların yapıldığı sanayi dönemine yön verdi ve üretici girişimin kapasitelerini devasa boyutta artırdı. Ancak bu gelişmeler, görece istikrarlı kalmayı sürdüren sahiplik ve üretici ilişkileri içinde ortaya çıktı. Ekonomik kurumların merkezi devlet iktidarına bağlı kılındığı çok farklı sahiplik ve üretici ilişkilerin ortaya çıktığı yirminci yüzyıldaki Sovyet, Çin ve başka deneyimlere kadar, büyük çaplı imalat sanayini geliştirecek başka tip uygulamalar görülmemiştir.

Bugün bildiğimiz modern devletin – 'ulus devlet' veya 'ulusal devlet'- özgün biçimi uzun bir devlet oluşum sürecinden yavaş yavaş doğan kurumlar toplamıdır.² Ortaçağ Avrupası, görece küçük şehir devletlerinden ve kentsel federasyonlardan, daha büyük, güçlü krallıklara ve prensliklere kadar değişen ölçü ve güçte pek çok siyasal birimle tanımlanabilir. Siyasal örgütlenme bağlamında Ortaçağ

² Örnek için bkz. Charles Tilly(ed.), *The Formation of National States in Western Europe*, Princeton Üniversitesi, Princeton, 1975; Charles Tilly, *Coercion, Capital and European States, AD 990–1990*, Blackwell, Oxford, 1990; Mann, *The Sources of Social Power*; Anthony Giddens, *The Nation- State and Violence: Volume Two of a Contemporary Critique of Historical Materialism*, Polity Press, Cambridge, 1985; Gianfranco Poggi, *The State: Its Nature, Development and Prospects*, Polity Press, Cambridge, 1990.

Avrupası oldukça parçalıydı; 1490 gibi geç tarihlerde Avrupa'da devlet benzeri 500 birim vardı. Beş yüzyıl sonra Avrupa'daki egemen birimlerin sayısı 25 civarında devlete indi. Bu güçlenme ve merkezileşme sürecinin ortaya çıktığı mekanizmalar Charles Tilly tarafından oldukça iyi analiz edilmiştir.³ Tilly'e göre iki kilit etken vardır. Yöneticiler bir taraftan zorlayıcı iktidarı uygulayacak araçlar oluşturdular –özellikle dış tehditlere karşı savaşacak ve bu tehditleri savuşturacak; yamsıra kendi yönetim alanı içerisinde olduklarını iddia ettikleri topraklardaki iç ayaklanmaları bastıracak ve düzeni sağlayacak araçlar– Yöneticiler diğer taraftan, zorlayıcı iktidar uygulamasının araçlarını oluşturmak için yönettikleri nesnelerden, içinde erkeklerin, donanımın ve sermayenin yer aldığı kaynakları toplama yöntemlerini geliştirmek zorunda kaldılar. Bu kaynaklar nadiren rızayla ödendi, bu yüzden yöneticiler gerekli olduğunda güç uygulama yeteneğiyle takviye edilebilen etkili vergi toplama ve yönetme araçları geliştirdiler. Askeri çatışmaların boyutu arttığında, büyük kalıcı ordular tesis etmek ve bu orduları uzun dönemli savaş koşullarına hazır tutmak amacıyla beslemek için kaynak toplayabilen devletler materyal üstünlüğe sahiptiler. Bu devletler, nihayetinde, birbirine bağımlı bir ulus-devletler sistemi içinde, herbiri merkezi hükümet ve yönetim sistemi tarafından tanımlanan, belirli bir toprak parçasında açıkça egemenlik iddia eden ve bu iddiasını savunmak için gerekli olduğu takdirde güç kullanma araçlarına sahip anahtar birimler haline geldiler.

Avrupa devletleri Avrupa kıtasındaki komşu topraklar üzerinde kontrollerini sağlamlaştırırlarken, bazı büyük Av-

³ Bkz. Tilly, *Coercion, Capital and European States*, s. 14–15 ve *passim*.

rupa güçleri ayrıca denizaşırı alanlardaki nüfuz alanlarını genişletmekteydiler. Avrupa devletleri yabancı topraklardan ek gelir elde ettiler ve Avrupa'da konumlanan kapitalist firma ve tüccarlar için önemli ticari ortaklar haline geldiler. Denizaşırı toprakların ekonomik önemi büyüdüğünde, büyük Avrupa güçleri kendi nüfuz alanlarını sürdürmek, genişletmek ve rakiplerinden gelebilecek tehditleri savuşturmak için kaynaklarının daha fazlasını ayırdı. Bu toprakların çoğunda, Avrupa çizgisinde model alman siyasal kurumların daha sonraki gelişimlerine temeller hazırlayan sömürge yönetim sistemleri tesis edildi. Sömürge bölgelerinin açıkça belirlenmiş sınırlara ve özerk kurumlara sahip bağımsız ulus-devletlere dönüşümü, yavaş ve sarsıntılı, ulus-devletin tarihinde görece geç gelen (çoğu örnekte yirminci yüzyılın ortasından önce değildi) ve modern dünyada yerel gerilimi ve çatışmayı barındıran bir süreçti.

Doğan Avrupa devletlerinin iç siyasal örgütlenmesi, zamanla ve bir bölgeden diğerine önemli ölçüde değişkenlik gösterdi. Onbeşinci ve onsekizinci yüzyıllar arasındaki dönemde Fransa, Avusturya, Prusya, İspanya ve başka yerlerde mutlaki rejimler veya mutlak monarklar ortaya çıktı.⁴ Mutlakiyet, devletin tüm toprakları üzerinde görece tek yönlü iktidar uygulamasını üzerine alan monarkın elindeki iktidarın artan yoğunlaşmasıyla karakterize edildi. Bu görev, özellikle Prusya'da görülen daimi merkezi bürokrasi ve kalıcı ordu gibi gelişmelerle sağlandı. Mutlak monark, genellikle insan kaynaklı hukukun tek kaynağı olduğunu, temsili meclislere karşı sorumsuzluğunu ve sadece Tanrı'nın kanununa bağlılığını ileri sürdü. Gelgelelim Avrupa'da başka yerlerde –özellikle de İngiltere'de– mutlak devlet inşa etme pro-

⁴ Bkz. Poggi, *The State*, s. 40; Mann, *The Sources of Social Power*, s. 475.

jesi asla gerçekleşmedi. İngiliz devleti pek çok tarihsel nedenden dolayı, monarkm iktidarının hukukun üstünlüğüne, parlamento içinde ve dışında güçler ayrılığına ve muhalefetin rolüne daha fazla vurguyla yumuşatıldığı bir anayasacılığa evrimlendi. Onsekizinci yüzyılın sonundaki dramatik siyasal ayaklanmalar ve siyasal katılıma yönelik artan baskıyla birlikte bu vurgu, yirminci yüzyılda çoğu devletin liberal, temsili ve çok partili demokrasi çeşitlerini geliştirmelerine katkı sağladı.

Avrupa veya dünyanın diğer bölgelerinde modern ulus-devletlerin oluşumu, ulusal kimlik düşüncesi ve sembollerin yaratımıyla karmaşık yönlerde dokuluydu. Güçlü devletin kurulması, genellikle onun sınırları içinde güçlü bir ulusal kimlik duygusu inşasının önünde yer almıştı. Ulusal kimlik, kabaca, belirli bir toprak parçasında konumlanmış ulus veya 'vatan' duygusuna ait olma ve ortak hakları, düşünceleri ve gelenekleri paylaşma duygusu olarak tanımlandı.⁵ Çoğu modern devlet nüfusun değişik kesimlerinin farklı toprak birimlerine zorla yerleştirilmesiyle inşa edildiği için, devlet oluşumunun ilk devrelerinde açık ve kapsayıcısı bir ulusal kimlik duygusu hemen hiç yoktu. Fakat ulusal kimlik duygusunun oluşumu siyasal yöneticilere avantajlar sağladı: Bu duygu, ulus devleti sağlamlaştırmaya, kırılganlık yönelimlerini dengelemeye, askeri ve başka hedefler için destek seferber etmeye katkı sağlayabildi. Üstelik, ulusal kimlik duygusunun- ve, gerçekte, ulusal kimliğin belli siyasal amaçlara kanalize edilmesi olarak anlaşılan milliyetçiliğin- ortaya çıkışı, sembol ve fikirleri ortak bir dilde ifade etmeye ve yaymaya olanak veren yeni iletişim araçlarının gelişimleriyle yakından bağlantılıydı. Bu tartışmaya daha son-

⁵ Anthony D. Smith, *National Identity*, Penguin, Harmondsworth, 1991, s.14.

ra döneceğiz. Ancak ondan önce, sembolik iktidarın doğasını ve zamanla dönüşümünü daha yakından incelemeliyiz.

Geç ortaçağ ve erken modern Avrupa'daki modern toplumların ortaya çıkışıyla birlikte sembolik iktidarın örgütlenmesindeki değişim biçimleri nelerdi? Sosyolojik ve tarihsel literatürde iyi tartışılmış iki değişiklik gözlenir. İlki, dinsel kurumların kayan rolleriyle ilgilidir. Ortaçağ Avrupasında dinsel sembollerin üretiminde, yayımında ve dinsel inancın aşılmasında hemen hemen tek merkezi kurum, Roma Katolik Kilisesiydi. Roma İmparatorluğu'nun çöküşünü müteakip Kilise, Avrupa çapında gevşek bir normatif çerçeve temin etmeyi sürdürdü, okuma yazma öğretiminde ve kutsal bilgiyi yaymayı öğretmede uzmanlaşmış manastır okulları sistemini kurdu. Avrupa'da devlet oluşumunun ilk safhalarında dinsel ve siyasal elitler arasında ittifaklar oluşturuldu. Piskoposlar ve baş rahipler, egemenlikleri altındaki topraklar üzerinde denetimi sağlama konusunda yöneticilere yardım ettiler ve yöneticiler otoritelerini sürdürmede ve yönetimlerini meşru kılmada dinsel doktrine başvurdular.⁶ Papazlık ayrıca, bazı yöneticileri sınırlamaya ve iktidar dengesini sürdürmeye yardımcı olarak, devletler arası ilişkilerde bir ölçüde düzenleme ve tarafsızlık sağladı. Ancak Avrupa devletleri güçlendiğinde ve kendi profesyonel yönetsel sistemlerini yerleştirdiklerinde, Kilise, siyasal iktidar uygulamalarında giderek marjinal konumda kaldı. Üstelik, on altıncı yüzyılda Protestanlığın ortaya çıkışıyla birlikte Katolik Kilisesinin tekeli sarsıldı. Dinsel otorite, farklı tarzları savunan ve manevi gerçekliğe ulaşmada alternatif patikaları izleyen tarikatların çoğulluğu arasında giderek kırılganlaştı.

⁶ Bkz. Poggi, *The State*, s. 40; Mann, *The Sources of Social Power*, s. 379.

Dinsel otoritenin parçalanması ve siyasal iktidar üzerindeki etkisinin azalması ikinci bir kaymayla eş gitti: Esasında seküler özellikte olan bilgi ve öğrenme sistemlerinin tedricen genişlemesi. On altıncı yüzyıl astronomi, botanik ve tıp gibi önemli bilimlerin gelişimlerine tanıklık etti. Bu ortaya çıkan disiplinler, Avrupa çapında bilgili toplumların oluşumunu teşvik etti ve daha liberal üniversitelerin programlarında kendilerine yer buldu. Bilimsel bilginin dinsel geleneğin etkisinden tedricen sıyrılmasına benzer şekilde, eğitim sistemi de Kiliseden ayrıldı. Okullar ve üniversiteler bir dizi yetenek sahalarına ve bilgi formlarının yayılmasına yöneldi. Kutsal kitaptaki bilgiler, bu bilgi biçimlerinin cüzi bir parçasını oluşturmaktaydı. Şüphesiz ki, eğitim sistemine erişim modern dönemin başlarında hayli kısıtlıydı; üniversite öğrencilerinin neredeyse tamamı kentlerdeki elitlerin çocuklarıydı ve kırsal nüfusun büyük bölümü cahil kalmıştı. Standart bir ulusal dilde okur yazarlık gibi temel yetenek alanlarının aşılması için ulus özelinde çerçeveler sunan kapsamlı eğitim sistemleri on dokuzuncu yüzyıla kadar ortaya çıkmadı.

Gelgelelim, sembolik iktidarın örgütlenmesinde, az önce belirtilen iki kaymaya göre daha az dikkat çeken üçüncü bir önemli kayma daha vardı: El yazısından basımcılığa ve sonra medya endüstrilerine doğru bir gidiş. Şimdi bu gelişmeye bakalım.

İletişim, Metalaşma ve Basımcılığın Doğuşu

Sembolik iktidarın yeni kurumları olarak medya endüstrilerinin ortaya çıkışı on beşinci yüzyılın ikinci yarısına kadar uzanan bir süreçtir. Gutenberg'in orijinal olarak geliştirdiği basımcılık teknikleri bu dönemde Avrupa'nın

kentsel merkezlerine yayıldı. Bu teknikler çoğunlukla ticari girişim olarak örgütlenen matbaalar tarafından kullanıldı. Matbaaların başarıları ve devam eden varlıkları, genellikle, sembolik biçimleri etkin bir şekilde metalaştırma kapasitelerine bağlıydı. Böylece ilk matbaaların gelişimi geç Ortaçağ ve erken modern Avrupa'daki kapitalist ekonominin büyümesinin bir parçasıydı. Ancak bu matbaalar aynı zamanda, bir taraftan ortaya çıkan ulus-devletlerin siyasal kurumlarıyla, diğer taraftan sembolik iktidarın uygulanmasıyla ilgili belirli bir otorite iddiasındaki dinsel kurumlarla gerilimli ilişkileri olan yeni sembolik iktidar kurumları haline geldiler. Basım endüstrisinin doğuşu, sembolik iktidarın yeni merkezlerinin ve ağlarının ortaya çıkışını temsil etti. Bu merkez ve ağlar, genellikle Kilise ve devletin doğrudan denetiminin dışında kaldı, ancak Kilise ve devlet onlardan kendi lehlerine yararlanmaya ve de zaman zaman onları bastırmaya çabaladı.

Basımcılığın gelişimini mümkün kılan teknik yenilikler iyi bilinmektedir ve bunları burada kısaca açıklamak yeterli olacaktır. Kağıt ve basımcılık henüz Batı'da yaygın hale gelmeden çok önce ilk biçimleriyle Çin'de geliştirildi.⁷ Kumaşlar liflere ayrıldı, sulandırıldı, matlaştırıldı ve kurutuldu. Kıldan yapılan bir yazım fırçasıyla, isten üretilen mürekkep, birkaç bin karakteri kapsayan işaretler sistemini kaydetmek için kullanıldı. Kağıt, M.S. üçüncü yüzyıla kadar, yazı ve başka amaçlarla Çin'de kullanıldı. Kağıt imalatı giderek batıya

⁷ Bkz. Thomas Francis Carter, *The Invention of Printing in China and its Spread Westward*, Ronald Pres, New York, 1955; Joseph Needham, *Science and Civilization in China*, Cilt 5; *Chemistry and Chemical Technology*, Bölüm 1: Tsien Tsuen-Hsuei, *Paper and Printing*, Cambridge Üniversitesi, Cambridge, 1985; Lucien Febvre ve Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book: The Impact of Printing 1450-1800*, Çev. David Gerard, Verso, Londra, 1976, bölüm 1.

doğru yayıldı ve sekizinci yüzyıldan itibaren Bağdat ve Şam'da kağıt fabrikaları kuruldu. Avrupa'da on üçüncü yüzyıla kadar önemli boyutta kağıt üretimi başlanamamakla birlikte tüccarlar bu kıtaya kağıdı getirmişti. 1268-76 döneminde İtalya'da ilk kağıt fabrikası kuruldu. Çok geçmeden Bologna, Padua ve Geneo gibi diğer İtalyan şehirlerinde de kağıt fabrikaları kuruldu ve İtalya, Avrupa'nın diğer bölgelerine kağıt tedarik eden önemli bir üretim merkezi haline geldi. Hafifliği, pürüzsüz dokusu ve yazıma elverişli ortamıyla basım için ideal bir yüzey olduğunu kanıtlayan kağıt, on dördüncü yüzyılın ortasına kadar Avrupa'nın kullanımındaydı.

Kağıt gibi, basım teknikleri de ilk defa Çin'de geliştirildi. Silme ve damgalama süreçlerinden yavaş yavaş blok basımcılığı doğdu. Muhtemelen ilk defa M.S. 700 dolaylarında blok basımcılık kullanıldı. Sung hanedanlığı (970-1280) sırasında hareket edebilir tipin ilk versiyonlarını kapsayan gelişmiş yöntemler kullanıma sokuldu. Hareket edilebilir tipin icadı, 1041-48 döneminde karakter yapmak için genellikle ateşte pişirilmiş kil kullanan Pi Shang'e atfedilir.⁸ Kore'de on üçüncü yüzyıldan itibaren hareket edebilir tipteki araçlar vasıtasıyla basımcılık yöntemleri geliştirildi. Koreliler esasında para basımında kullanılan yöntemlerden yararlanarak metalden yapılmış hareket edebilir tipteki basımcılığı muhtemelen ilk geliştirenlerdi. Kore'deki siyasal otoriteler hurufatçılığa, basımcılığa ve kitap imalatına ilgi gösterdiler. Onbeşinci yüzyıla kadar basılı malzemelelerin üretiminden sorumlu bir Yayınlar Bürosu kurdular. Basım tekniklerinin Çin ve Kore'den Avrupa'ya geçişine dair doğrudan bir kanıt olmasa da, bu yöntemler, Çin'de

⁸ Bkz. Carter, *The Invention of Printing in China*, Bölüm 22; Needham, *Science and Civilisation in China*, s. 201-3.

basılan kağıt paranın, oyun kartlarının ve kitapların yaygınlaşmasıyla ve giderek Doğu ve Batı arasında ticari ve diplomatik temasların artmasıyla yayılabilir.⁹ Avrupa'da on dördüncü yüzyılın sonlarında blok baskı görüldü ve blok basımlı kitaplar 1409'da ortaya çıktı. Gelgelelim Gutenberg ile özdeşleştirilen gelişmeler iki kilit noktada orijinal Çin yönteminden ayrıldı: İdiografik karakterler yerine alfabetik tipin kullanımı ve matbaanın icadı.

Mainz'de bir nalbant olan Johann Gutenberg 1440 dolaylarında basımcılıkla uğraşmaya başladı.¹⁰ On beşinci yüzyılın başına kadar Avrupa'da metal döküm teknikleri bilinmekteydi ancak bunlar basımcılığın amaçlarına adapte edilmemişti. Gutenberg, uzun metinlerin kompozisyonu için çok sayıda hurufat üretimi amacıyla metal harflerin dökümüne yönelik bir yöntem geliştirdi. Gutenberg ayrıca, Avrupa'da M.S. birinci yüzyıldan beri bilinen geleneksel kabartma baskıyı basılı metinler üretmek amacına uydurdu. Bu tekniklerin bileşimi sonucunda bir sayfa hurufat tek bir blok halinde bir araya getirilebildi, birleştirilebildi ve el ile idare edilebildi. Bundan sonra, kağıdın harflerin izini alacak şekilde, bloğa ve onun karşısında baskı yapılan kağıda mürekkep sürüldü. Sonraki yıllarda teknik ayrıntılar çok yönlü geliştirilmesine karşın, Gutenberg baskısı üç yüzyıldan daha fazla kullanımda kaldı.

Gutenberg, 1450'ye kadar, basım tekniklerini ticari kazanç sağlayacak derecede ileri götürdü. 1455'e değin Mainz'de birkaç basım yeri faaliyete geçmişti. Matbaacılar, kendi malzeme ve becerilerini bir yerden diğerine taşıdık-

⁹ Bkz. Carter, *The Invention of Printing in China*, Bölüm 19 ve 24; Needham, *Science and Civilisation in China*, s. 303-19.

¹⁰ Bkz. S.H. Steinberg, *Five Hundred Years of Printing*, Penguin, Harmondsworth, 1974, s. 17,; Febvre ve Martin, *The Coming Book*, s. 45.

ları için basımcılık teknikleri çok hızlı yayıldı. 1480'e kadar yüzden fazla kasabada baskı tezgahı kurulmuş ve canlanan bir kitap ticareti ortaya çıkmıştı. Almanya ve İtalya'daki şehirler, özellikle önemli basımcılık merkezleri haline geldi, fakat baskı tezgahları Fransa, Almanya, İngiltere, İspanya ve başka yerlerde de tesis edildi. Bu ilk yılların baskı makinelerinden çıkan ürünler muazzamdı. Febvre ve Martin, on beşinci yüzyılın sonuna kadar, dolaşımda en az 15 veya 20 milyon kopyaya ulaşan asgari 35.000 baskılı kitabın üretildiğini tahmin etmektedirler.¹¹ Bu dönemde basımcılığın yapıldığı ülkelerdeki nüfus 100 milyondan daha azdı ve bunun sadece küçük bir azınlığı okuyabilmekteydi. İlk baskı makinelerinde basılan kitapların çoğu -1500 yılından önce basılan 'ilk baskılar' (incunabula)- Latinceydi. Bu kitapların önemli bölümü (yaklaşık yüzde 45'i) dinsel nitelikliydi.¹² Bunlar Books of Hours gibi kilise hizmetlerinde ve özel dualarda kullanılan kitaplar kadar, (Latince ve yerel dillerdeki) kutsal kitapların baskılarını içerdi. İlk baskı makinelerinde ayrıca, esas olarak üniversite çevresine hitap eden hukuk ve bilimsel metinlerle birlikte, klasik ve ortaçağ felsefe ve teolojî kitapları üretildi. İlk matbaa makineleri bu kitapların üretilmesinde basımcılıktan çok önce var olmuş bir ticareti geliştirmekte ve genişletmekteydi. Ortaçağlar boyunca manastırlarda kendileri için hazırlanmış odalarda çalışan yazmanlar, üniversite fakültelerine

¹¹ Febvre ve Martin, *The Coming of the Book*, s. 186, 248-9. 1500 öncesinde tahmini değerlendirmelere göre her basım ortalama 500 adet civarında yapılmaktaydı.. Onaltıncı yüzyılın göstergeleri daha bir çarpıcıydı. Febvre ve Martin'in tahminlerine göre 1500 ve 1600 arasında 150.000 ile 200.000 arası basım yapılmıştır. Ortalama 1000 nüsha sayısından yola çıkılarak 16. yy'da 150-200 milyon kopya üretilmiştir.

¹² Ibid, s. 249ff.

kitaplar sağlayan sıradan kırtasiyeciler için çalışan kopyacılar kadar elyazması kitaplar üretmişlerdi.¹³ İlk basımcılar varolan pazarı gördüler ve bu pazara girmek için hayli etkili araçlar geliştirdiler. Onlar, başlangıçta, kopyası çıkarılmış el yazma kitaplara çok benzeyen basılı kitaplar ürettikleri ve çoğu kitap satıcısı kitap raflarında yan yana dizilmiş el yazması ve basılı kitap satışı yaptılar. Ancak, basımcılık, giderek yazmanların ve kopyacıların etkinliklerinin yerini aldı. Basılı kitaplar, kendi özgün formatına ve görünüşüne, hurufat ve yazı düzenine kavuştu.

İlk matbaa makineleri, çoğunlukla kapitalist çizgide örgütlenen ticari girişimler tarafından örgütlendi. Basımcılar, üretim araçlarına –baskı makineleri, hurufat, bina gibisahip olmak için önemli miktarda sermaye ortaya koymak ve kağıt ile kitap üretmek için gerekli diğer ham maddeleri satın almak zorundaydılar. İlk basımcıların bazıları, basılacak malzemeleri seçen ve basımla ilgili riskleri alan bir basımcı-yayıncı olarak kendi başına bu işe girecek ve etkin bir şekilde faaliyette bulunacak malvarlığına sahip olmak zorundaydı. Başka basımcılar dışardan finansal destek arayışına girdiler. Bazı durumlarda basılacak malzemeyi seçen ve basımcıları görevlendiren yayıncılardan, kitap satıcılarından, özel finansörlerden destek aldılar; başka bazı koşullarda dua metni ve resmi yayın üretmek isteyen Kili-se ve devlet tarafından tayin edildiler. Çoğu basımcılık şirketi modern dönemin başlangıcında görece küçük boyutta kaldı. Örneğin on yedinci yüzyılda Paris'te bir çok çalışma yerindeki basım makinesi sayısı dörttü, işçi sayısı da on'u

¹³ Bkz. Elizabeth L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent Of Change: Communication and Cultural Transformations in Early – Modern Europe*, Cilt 1 ve 2, Cambridge Üniversitesi, Cambridge, 1979, s. 12.

geçmiyordu.¹⁴ Ancak daha büyük başka şirketler de ortaya çıktı. Nurembergli Anton Koberger on altıncı yüzyılın başlarına kadar Avrupa'nın çoğu önemli ticaret merkezinde yer alan geniş bir ticari ağla birlikte, 24 baskı makinesine ve yaklaşık 100 çalışana sahip bir yayıncılık örgütü kurdu. Antwerp'li Plantin 1563'te bir yayımcılar birliği kurdu ve İspanyol Habsburg İmparatorluğu'nda dinsel metinlerin satışında fiili bir tekel elde eden büyük ve güçlü bir yayıncılık örgütü oluşturdu.¹⁵

Modern Avrupa'nın ilk dönemlerinde ortaya çıkan basımcılık ve yayıncılık örgütlenmeleri ekonomik olduğu kadar kültürel kurumlardı. Bu çift yüzlü özellik, ticari işlerin yanı sıra din adamları, bilim insanları ve entelektüeller için de görüşme yerleri haline gelen ilk yayımevlerinin birçoğunun özgün atmosferinde somutlaştı. Üstelik, basım ve yayımcıların sembolik biçimlerin metalaşmasıyla uğraşmaları, onların dinsel ve siyasal otoritelerle olan ilişkilerinin muazzam derecede önemli ve zorluklarla dolu olması anlamına gelmekteydi. Basımcılık endüstrisinin doğuşu, esas olarak meta üretiminde temellenen ve bu yüzden Kilise ile devletin elinde bulundurduğu siyasal ve sembolik iktidardan görece bağımsız olan yeni sembolik iktidar ve ağları yarattı. Kilise ve devlet bu oluş halindeki endüstriyi, resmi dokümanlar, basılı uyarılar ve düzenlemeler aracılığıyla kendi amaçları doğrultusunda kullanmaya çalıştı. Ancak Kilise ve devletin, basımcıların ürünlerini kontrol etme ve bu sayede sembolik iktidarın bu yeni merkezleri üzerindeki sıkı hakimiyetlerini sürdürme kapasiteleri değişik biçimlerde sınırlı kaldı.

¹⁴ Febvre ve Martin, *The Coming of the Book*, s.126.

¹⁵ Ibid. s. 125–6. Ayrıca bkz. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, s. 408–9, 443–5.

Basımcılığın ilk yıllarında Kilise, metin çoğaltımının yeni yöntemlerindeki gelişmeleri destekledi. Ruhban sınıfı, basımcıları liturjik ve teolojik çalışmalar üretme konusunda görevlendirdi ve çoğu manastır kapılarını basımcılara açtı. Ancak Kilise, el yazması kitaplar çağında yazmanlar ve kopyacılar üzerindeki dikkatli denetimlerini basımcılar ve kitap satıcıları üzerinde uygulayamıyordu. Kilise'nin üzerlerinde etkin bir denetim kuramayacağı kadar çok sayıda matbaa şirketi ve satış yeri bulunmaktaydı. On beşinci yüzyılın sonları ve on altıncı yüzyılın başlarında, Kilise, basılı malzemeleri baskı altına almak için seküler otoritelerle işbirliği halinde sayısız girişimlerde bulundu.¹⁶ Mainz'li Başpiskopos Berthold, 1485'te Frankfurt şehir meclisinden Lenten Fuar'ında teşhir edilen kitapları incelemesini ve Kilise'nin zararlı çalışmalara baskı yapmasını istedi. Papa VI. Alexandar 1501'de kilise iktidarının onaylamadığı basılı kitapları yasaklayarak daha sert ve kapsamlı bir sansür sistemi kurmaya çalıştı. Yasaklı kitapların sayısı arttığında Kilise nihayet, ilk defa 1559'da yayımlanan, sürekli gözden geçirilen ve dört yüzyıl kullanımda kalan *Index librorum prohibitorum*'u derledi. Ancak dinsel ve siyasal otoritelerin on beşinci yüzyılın sonlarında ve on altıncı yüzyıl boyunca süren sayısız müdahalesi sınırlı denilebilecek bir başarıya ulaştı. Basımcılar sansürden kaçmanın çok çeşitli yöntemlerini buldular, bir şehir veya bölgede yasaklanan kitaplar başka şehir veya bölgelerde basıldı, tüccarlar ve seyyar satıcılar tarafından gizlice sokuldu. Sansür, canlı bir kaçak kitap ticaretini teşvik etti.

Reformasyon, basılı malzeme ticaretini denetim altına alma çabalarındaki asıl zorlukları iyi gösterir. Basımcılık-

¹⁶ Bkz. Steinberg, *Five Hundred Years of Printing*, s. 260–72; Febvre ve Martin, *The Coming of the Book*, s. 244–7, 297.

taki yeni tekniklerin Luther ve diğer reformcuların fikirlerini yaymada oynadıkları asli roller şüphesizdi.¹⁷ İlk olarak 31 Ocak 1517'de Witenbern'de Augustinian Kilisesi duvarına asılan Luther'in Doksanbeş Tezi çok geçmeden yerel dilere çevrildi, broşürler halinde basıldı ve Avrupa çapında dağıtıldı. Tezlerin Almanya'nın tümünde iki haftada, Avrupa'da ise bir ayda öğrenildiği tahmin edilmektedir.¹⁸ Luther'in vaazları ve risaleleri sayısız kereler basıldı ve muazzam bir popülerliğe ulaştı. *To the Christian Nobility of the German Nation (Alman Ulusunun Hristiyan Asaletine)* risalesi 18 Ağustos 1520'de basıldı ve üç haftada 4000 kopya sattı. 1522'ye kadar 13 ayrı baskısı yapıldı.¹⁹ Çok geçmeden protestan ayaklanmasıyla ilgisi olduğu düşünülen literatürü kontrol altına almak için değişik şehir ve ülkelerde girişimler başlatıldı. Papalık, Luther'in çalışmalarına suçlamalar yöneltti, mutlak krallar kitaplarının yakılmasını emreden fermanlar çıkardılar. Örneğin, Fransa'da 17 Mart 1521'de yayımlanan bir kraliyet kararı, Parlamento'dan Paris Üniversitesi damgasını taşımayan hiçbir çalışmanın yayınına izin verilmemesini istedi ve Parlamento 13 Haziran 1521'de Üniversite'nin Teoloji fakültesi tarafından onaylanmamış kutsal kitapla ilgili metinlerin basım ve satışına ambargo koydu.²⁰ Ancak bu karar ve ambargoların etkisi sınırlı kaldı. Çoğu basımcı Antwerp, Strasbourg ve Basel gibi

¹⁷ Matbaa ve Reform arasındaki ilişki için bkz. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, Bölüm 4; Febvre ve Martin, *The Coming of the Book*, 287-319.

¹⁸ Bkz. Margaret Aston, *The Fifteenth Century: The Prospect of Europe*, Thames and Hudson, 1968, s. 76; Aston'a göre, 'Kopyacıların Wycliffe için yaptıklarını Luther için yapan matbaalar, iletişim alanını dönüştürerek uluslararası bir devrime önyak oldular. Bu bir devrimdi.'

¹⁹ Febvre ve Martin, *The Coming of the Book*, s. 291.

²⁰ Ibid, s. 197.

Fransa sınırının biraz ötesindeki şehirlere göç etti ve burarlarda Fransa'ya gizlice gönderilecek malzemeleri bastı. Bu materyallerin büyük bölümü tüccar ve seyyar satıcılar tarafından üretilip Fransa'ya sokuldu. Yasaklı kitapların dağıtımında uzmanlaşmış yasa dışı örgütlenmeler ortaya çıktı. 1534'teki 'affaire des placards'tan sonra yasaklanmış çalışmaların ticaretini baskı altına almaya yönelik yeni girişimler gerçekleştirildi ve I. François, içinde basımcı ve kitap satıcılarının kazıkta yakıldığı bir dizi görkemli idam gerçekleştirilmesini emretti. Ne var ki, ticaret devam etti. Papalık veya kraliyet kararlarının ticareti etkin bir şekilde denetleyemeyeceği kadar çok sayıda basım makinesi ve kitapların sınırlar boyunca nakledilmesini sağlayacak çok çeşitli yollar vardı.

Basım medyası protestanlığın yayılmasına ve Hristiyanlığın parçalanmasına etki yaparken, aynı zamanda erken modern Avrupa'daki kültürün başka yönleri üzerinde de önemli sonuçlar yarattı. İlk dönemlerin matbaa makineleriyle üretilen kitapların büyük kısmı dinsel özellikte olmasına karşın, klasik otoritelerin çalışmaları -Virgil, Ovid, Cicero- çoklu edisyonlarda basıldı. Klasik kitaplara artan erişim, onikinci yüzyıldan beri İtalyan edebiyatına girmiş antikiteye yönelik ilginin yeniden canlanmasına olanak verdi. İtalyan hümanizmasının Kuzey Avrupa'ya yayılması, kuşkusuz basımcıların, yayımcıların ve tercümanların aracı rollerine çok şey borçluydu²¹; ve basım medyası, bilim insanlarının antik dünyanın metinlerini standartlaştırmasına ve düzenlemesine olanak verdi. Her bir metnin bireysel olarak kopya edilmek zorunda olduğu zamanlarda

²¹ Bkz. Peter Burke, *The Renaissance*, Macmillan, Londra, 1987, s. 46-7.

böyle bir olanak bir ölçüde yoktu.²² Bilimle uğraşan insanlar, çoğaltılacak metinler arasında temel konum edinmiş klasik çalışmaların eleştirel edisyonlarını hazırlamaya kendilerini adanmışlardı. Basımın çoğaltıcı ve koruyucu iktidarı sayesinde, on beşinci yüzyıl hümanistlerinin çalışmaları, klasik düşüncenin yerel ve geçici dirilişinden daha fazla bir şeyi ifade etti.

Basım medyası ayrıca, doğal ve toplumsal dünyalar hakkında veri biriktirmeyi ve yaymayı; sınıflandırmada, temsilde ve uygulamada standart sistemlerin gelişimini çok daha fazla kolaylaştırdı. İlk dönemlerdeki bazı matbaacılar, üniversite projeleri ve bilimsel çalışmalara hazırlık yapan fakültelerle yakından çalışarak tıp, anatomi, botanik, astronomi, coğrafya, matematik gibi metinlerin üzerinde uzmanlaştılar. Basımcılık, Avrupa'daki bilim camiasının başvurduğu ve tartıştığı veri, tablo, harita ve teorilere yeni bir akış sağladı.²³ Ayrıca basımcılığın ilk dönemlerinde bol satan pek çok popüler bilim kitabı, pratik el işleri ile ilgili kitaplar ve almanaklar basıldı. Almanaklar, diğer şeylerin yanında, malların maliyetlerini, mesafeleri ve seyahat zamanlarını hesaplamak; para sistemlerini, ağırlıkları ve ölçüleri dönüştürmek için standart hale getirilmiş tablolara yer verdi. Tüccar ve işadamları almanaklara çok sık başvurmaktaydılar çünkü almanaklar onların kendi yakın çevrelerinin dışındaki uzak yerlerde ticaret yapmalarına olanak verecek bir çerçeve sağlamaktaydı. Pratik el işleri ve danışma kitapları, davranış, ahlak ve hitabet biçimlerinden iş pratiği yöntemlerine kadar geniş bir sahadaki etkinliklere rehberlik yaptı. Erasmus'un çocukların yetiştirmelerine

²² Bkz. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, 181.

²³ Matbaa ve bilimsel devrim arasındaki ilişki için bkz. Ibid, Bölüm 5-8.

rehberlik yapan ve davranış kodlarını sabitleştiren *Dev Civitate Morum Puerilium* özellikle başarılıydı. 1530'da ilk baskısı yapılan bu kitabın 1600'e kadar en az 47.000 kopyasının dolaşımında olduğu tahmin edilmektedir. Erasmus'un bu çalışması pek çok yerel dile çevrildi, eserin pek çok taklit ve intihal versiyonları türedi.²⁴

İlk baskı makineleriyle üretilen kitapları okuyanlar kimlerdi? İlk okuma kamusunun toplumsal bileşkesi nasıldı? İlk baskı makinelerinde üretilen kitapların ana müşterileri, kuşkusuz, ruhban sınıfını, bilim insanı olmaya aday öğrencileri, siyasal elitleri ve yükselen ticari sınıfı içeren eğitimli şehir seçkinlerden oluşmaktaydı. Ancak kitapların şehirlerdeki esnaf ve zanaatkarların önemli bir bölümüne ulaşması ve onlar tarafından okunması da muhtemeldir. Avrupa'da modern dönemlerin başlarındaki okuma oranına dair bilgiler yetersiz ve parçalı olsa da, bazı kanıtlar, okuma yazma oranının, eczacı, cerrah, basımcı, ressam, müzisyen ve metal işçileri gibi gruplar arasında görece yüksek olduğuna işaret etmektedir.²⁵ Kitaplar, şehir dükkanları ve market raflarında satılmaktaydı; daha küçük ve ucuz 'Bibliothèque Bleue' olarak adlandırılan halk kitapları gibi kitaplar, şehirlerde işçilerin ve zanaatkarların kullandığı belli başlı medyaydı.²⁶ Bu bireylerin, kitapları gerçekte hangi oranda satın aldıkları ve okuduklarını kestirmek çok zordur. Ölüm

²⁴ Ibid, s. 430.

²⁵ Bkz. Natalie Zemon Davis, 'Printing and the People, *Society and Culture in Early Modern France*, Stanford Üniversitesi, Stanford, s. 210. Erken dönem modern Avrupa'daki okuryazarlık hakkında genel tartışmalar için bkz. Carlo M. Cipolla, *Literacy and Development in the West*, Penguin, Harmondsworth, 1969; R.A. Houston, *Literacy in Early Modern Europe: Culture and Education 1500–1800*, Longman, Londra, 1988.

²⁶ Bkz. Peter Burke, *Popular Culture in Early Modern Europe*, Temple Smith, Londra, 1978, s. 253–4.

sonrasındaki ev eşyası kayıtları, onaltıncı yüzyılın ilk dönemlerinde Fransa'daki çoğu zanaatkarın hiç kitaba sahip olmadığını göstermektedir.²⁷ Gelgelelim çoğu bireyin kitap satın alması ve okuması, daha sonra bunları satması veya başkalarına ödünç vermesi olasılığı da yüksektir. Kitapların yeniden satışı görece kolaydı ve ortalama gelire sahip bireyleri -İncil veya Books of Hours gibi referans çalışmaların dışında- kitap biriktirmeye sevk edecek çok az güdü söz konusu olabilirdi.

Erken modern Avrupa'da şehir nüfusunun önemli bölümünü oluşturan kadın, çocuk ve vasıfsız işçi gibi kesimler ile köylüler arasında okuma yazma oranı son derece düşüktü. Ancak bu durum, anılan gruplar içindeki bireylerin basılı sözcüklerle hiç temas etmediği anlamına gelmemelidir. Halk kitapları, almanaklar ve diğer basılı malzemeler, köy köy eşya taşıyıp satan seyyar satıcılar tarafından kırsal bölgelerde dağıtıldı.²⁸ Üstelik, bazı durumlarda kitapların değişik nedenlerle bir araya gelen gruplara sesli okunması muhtemeldir. Bu durumlar, İncil'i okumak ve tartışmak üzere toplanan gizli Protestan toplulukları gibi özel okuma gruplarının toplantılarının yanı sıra, aile ve arkadaşların rutin birlikteliklerini, özel şölen ve festivalleri kapsamaktaydı.²⁹ Sesli okuma

²⁷ Davis, 'Printing and the People', s. 211.

²⁸ Bkz. Laurence Fontaine, *Histoire du Colportage en Europe, XVe- XIXe siècle*, Albin Michel, Paris, 1993.

²⁹ Bkz. Davis, 'Printing and the People', s. 213-214; Roger Chartier, 'Figure of the "Others": Peasant Reading in the Age of Enlightenment', *Cultural History: Between Practices and Representations*, Çev. Lydia G. Cochrane, Polity Press, Cambridge, 1988, s. 151-71; Susan Zimmerman ve Ronald F. E. Weissman (ed.), *Urban Life the Renaissance*, Delaware Üniversitesi, Newark, 1989, s. 105-20; Robert Darnton, 'History of Reading ' *New Perspectives on Historical Writing*, Polity Press, Cambridge, 1991, s. 140-67.

pratiği sayesinde basılı malzemelere muhatap kalan dinleyici, okuma yazma bilen görece küçük birey gruplarından çok daha genişti. Kitaplar ve diğer metinler, esas olarak sözlü özellikteki popüler gelenekler içerisine eklemelendi ve giderek basılı sözcükler, geleneklerin içeriğini ve yayılma modunu dönüştürdü.

Basılı kitap okuyuculuğu on altıncı yüzyılda genişlediği için kitapların giderek daha büyük bölümü Latince yerine ana dillerde basıldı. Basımcılar, yayımcılar ve yazarlar, yavaş yavaş Almanca, Fransızca ve İngilizce gibi ana dilleri okuyabilen belirli halklara üretim yapmaya başladılar.³⁰ Ana dillerin artan kullanımı, bu dilleri tek biçimli hale getirmeye yönelik girişimleri teşvik etti. Hecelemeyi, sözcük haznesini ve dilbilgisini standartlaştırma anlayışı doğrultusunda pek çok sözlük ve dilbilgisi kitabı üretildi. Ulusal edebiyat geleneği ortaya çıkmaya ve ayırt edici bir özellik kazanmaya başladı. Kilise'nin resmi dili on altıncı ve on yedinci yüzyıllarda halen Latince'ydi, bu dilin diplomatik ve bilimsel alanlardaki kullanımı sürmekteydi. Ne var ki on yedinci yüzyılın sonlarına kadar çoğu dilsel çevrede ve Avrupa'nın pek çok bölgesinde Latince yerini ulusal ana dillere bıraktı.³¹ Fransızca bir süre bilimsel ve diplomatik ilişkilerde ortak kullanılan bir dil oldu ancak Latince'nin daha önce işgal ettiği konuma asla ulaşamadı. İngilizce'nin uluslararası –gerçekte küresel– iletişimin yeni ortak dili olarak ortaya çıkışı yirminci yüzyıla kadar gerçekleşmedi.

³⁰ Febvre ve Martin, *The Coming of the Book*, s. 319-22.

³¹ Böyle genel bir düşünüş modeline rağmen Latince aniden yok olmadı: 19 ve 20. yy'da belli bazı alanlarda hala daha yazılıp konuşuluyordu. Bkz. Peter Burke, " 'Heu Domine, Adsunt Turcae' ": A Sketch for a Social History of Post-Medieval Latin", *The Art of Conversation*, Polity Press, Cambridge, 1993, s. 34-65.

Latince'nin etkisini kaybetmesi ve yeni dillerin yükselmesi kısmen basımcılık endüstrisi tarafından tetiklenen bir süreçti, ancak bunun endüstrinin bile ötesine uzanan sonuçları oldu. Kilise'nin değişen konumuyla ve ulus-devletlerin konumlarını sağlamlaştırmasıyla karmaşık yönlerde iç içe geçen bir süreçti bu. Katolik ruhban sınıfı ve sıradan insanlar arasında zaten varolan dil engelleri büyüdü. Ruhban sınıfı daha ötesine gitti, dualar kitabı daha gizemli niteliğe büründü ve –zaten Protestanlığın son derece derin darbeleriyle meşgul olan- Kilise otoritesi eleştiriye karşı daha kırılgan hale geldi. Diğer yandan, esas olarak Protestan karakterli ülkelerde İncil'in diğer dinlerin ve dinsel metinlerin ana dildeki basımları, görece yekpare ve ulusal olarak kabul edilen bir dili oluşturmada hayati bir rol oynadı. Luther'in kendisi Aşağı Saksonya yerel lehçesini terketmeye ve Alman topraklarında kolaylıkla anlaşılabilir bir dil oluşturmaya gayret etti.

Ana dillerin artan öneminin, ayrıca, ulus-devletlerin gelişmesi ve güçlenmesiyle de bağlantısı vardı. Bazı durumlarda ilk modern devletlerdeki siyasal otoriteler, belirli bir ulusal dili devletin resmi dili olarak benimseyerek dilsel birlik sürecini etkin bir şekilde desteklediler. Örneğin I. François, 1539 tarihli Villers-Cotterêts Fermanı ile mahkemelerdeki resmi dilin Fransızca olduğunu duyurdu.³² Bölgesel diller ve lehçeler taşrada ve gündelik yaşamda konuşmaya devam etti, ancak yavaş yavaş kurumsal temellerini kaybetti ve ulusal dilin altında bir konuma yerleşti. Devlet görevlileriyle etkileşimin ve işgücü pazarına erişimin araçları olarak ulusal dildeki akıcılık giderek önem

³² Hugh Seton-Watson, *Nations and States: An Inquiry into the Origins of Nations and the Politics of Nationalism*, Methuen, Londra, 1977, s. 48.

kazandı.³³ –Genellikle sözlü kalan ve basımda nadiren kullanılan- pek çok bölgesel şive önemini kaybetti veya tamamen yok oldu. Üstelik, Avrupa devletleri denizaşırı etki alanlarını genişlettiklerinde, Avrupa iktidarlarının resmi dilleri, sömürge altındaki insanların yerel dillerini egemenlikleri altına alarak, dünyanın başka bölgelerine egemen oldu. Ondokuzuncu ve yirminci yüzyıllarda sömürgecilik karşıtı hareketler ivme kazandığında bu egemen diller, çoğu durumda, yeni kurulan ulus-devletlerin resmi dilleri olarak kalmayı sürdürdü.

Ana dilleri basımcılık sayesinde sabitlemenin ve dillerin bazılarını devletin resmi dilleri haline getirmenin, modern dünyada ulusal kimliğin ve milliyetçiliğin ortaya çıkışının önemli önkoşulları olduğu ileri sürülmüştür. On beşinci yüzyılın sonları ve on altıncı yüzyıl Avrupası'nda kapitalizmin yöndeşmesinin, basımcılık teknolojisinin ve dillerin farklılaşmasının, Hristiyan cemaatinin gizeminin çözülmesine ve ulus bilincinin oluşumunun temeli olan 'hayali cemaatler'in çoğulluğuna neden olduğunu ileri süren Benedict Anderson'un argümanıdır bu.³⁴ Basımcılar ve yayımcılar anadil kullanımına yöneldiklerinde, Latince'den daha farklı ve konuşulan çoğul şivelerden daha az farklı olan bütünleşik iletişim alanları yarattılar. Bireyler ana dil-

³³ Eugen Weber, *Peasants into Frenchmen: The Modernization of Rural France 1870–1914*, Chatto and Windus, 1979, özellikle Bölüm 6; Pierre Bourdieu, *Language and Symbolic Power*, ed. John B. Thompson, Çev. Gino Raymond ve Adamson, Polity Press, Cambridge, 1991, s. 46.

³⁴ Bkz. Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, Londra, 1991, s. 43–6. Elbette matbaanın gelişimi ve milliyetçiliğin yükselişi arasındaki muhtemel ilişkiye ilk işaret eden kişi Anderson değildir. İlk dönem tartışmalar için bkz. Harold Innis, *Empire and Communications*, Oxford Üniversitesi, Oxford, 1950, s. 211; Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic*, Toronto Üniversitesi, Toronto, 1962, s. 216.

lerinde okumakla, giderek asla doğrudan etkileşime geçemedikleri ancak basımcılık aracılığıyla bağlandıkları bir sanal okuyucu cemaatine ait olduklarının farkına vardılar. Anderson'un savma göre bu sanal okuyucu cemaati, hayal edilmiş ulus cemaati haline geldi.

Bu önemli ve kışkırtıcı bir tezdır ve son yıllardaki tartışmalar üzerinde önemli etkisi olmuştur. Ulusal cemaatlerin oluşumunun ve toprak parçası temelli bir ulusa modern bir algıyla bağlanmanın, bireyler birbirleriyle doğrudan asla iletişim kuramasalar bile onları ortak bir dilde ifade edilen sembol ve inançları paylaşmaya –yani kabaca, ulusal geleneği paylaşmaya- yönelten yeni iletişim sistemlerinin gelişimleriyle bağlantılı olduğunu ileri sürmek elbette mantıklıdır. Gelgelelim Anderson'un savında bazı sorunlar bulunmaktadır. Ana problem, basımcılığın gelişimiyle milliyetçiliğin yükselişi arasında iddia edilen bağlantının gerçek doğasının ayrıntılarıyla ortaya konulamamasıdır. On altıncı yüzyıl Avrupasında çoğul okuma kamularının ortaya çıkışıyla, on dokuzuncu ve yirminci yüzyıllardaki ulusal kimliğin değişik şekillerinin ve milliyetçiliğin ortaya çıkışı arasında önemli uçurum–kavramsal olduğu kadar tarihsel olarak da- vardır. Şayet ilk dönemlerin okuma kamusu hayal edilmiş ulusal cemaatin çekirdeğiye, bunun olgunlaşması niçin yaklaşık üç yüzyılı buldu?

Anderson, basım ve diğer teknik iletişim medyasının gelişiminin ulusal bilincin ortaya çıkışı için yeterli bir koşul olmayıp, en iyisinden gerekli bir şart olduğunu elbette kabul etmektedir. Yazar, on dokuzuncu ve yirminci yüzyılların milliyetçi akımlarını biçimlemede önemli rol oynayan sömürgeciliğe karşı mücadeleler üzerinde oldukça fazla durmaktadır. Ancak Anderson, bu son gelişmelerle ilgili tartış-

mayı, kendisinin erken modern Avrupa'da 'basım kapitalizmi' olarak nitelediği yenilikle açık ve ikna edici bir şekilde ilişkilendirememektedir. Anderson, en iyisinden gevşek ve geçici bir bağlantının taslağını çıkarır; (eğer varsa) nedensel ilişkileri ayrıntılı incelemeyiz. Bu yüzden, milliyetçiliğin ortaya çıkışına dair açıklaması bağlamında Anderson'un savı, iddialı, ancak tamamen ikna edici değildir. Basımcılığın gelişmesinin bir miktar rolü olduğu savunulurken, milliyetçiliğin doğuşuna dair temel açıklamanın başka etmenlere yollandığı izlenimi edinilmektedir.

Daha genel olarak Anderson'un savı, dikkatimizi, modern Avrupa'nın ilk dönemlerinde iletişim medyasının doğasındaki değişikliklerin muhtemel toplumsal ve siyasal sonuçlarına yoğunlaştırmakla birlikte, bu sonuçların izini ikna edici bir üslupta sürmez. Bu, kısmen, onun iletişim medyasının etki ve doğasını incelemekten ziyade milliyetçilik olgusunu anlamaya çalışmaya daha fazla eğilim göstermesinden dolayı olabilir. Böylece, örneğin, bireylerin medya ürünlerini kullanma tarzlarını, yeni iletişim medyasının olanaklı kıldığı eylem ve etkileşimin değişen biçimlerini ve iletişim medyasının gelişiminin geleneğin doğasını ve bireylerin bu doğayla bağlantısını giderek değiştirdiği yönleri incelememektedir. Bunlar, izleyen bölümlerde daha ayrıntılı araştıracağımız bazı konular olacaktır.

Haber Ticaretinin Doğuşu

Basımcılığın gelişmesinin erken modern Avrupa'da modern iletişim desenlerini dönüştürdüğü başka bir alan daha vardır: Basımcılığın gelişmesi olayları aktaran, siyasal ve ticari karakterli enformasyonu taşıyan değişik süreli yayınların

ortaya çıkışına yol açtı. Avrupa'da basımcılık öncesi bir dizi düzenli iletişim ağı kurulmuştu. Basım öncesinde en az dört tür iletişim ağı sınıflandırması yapabiliriz. İlk olarak, Katolik Kilisesi tarafından tesis edilen ve denetlenen yaygın bir iletişim ağı bulunmaktaydı. Bu ağ, Roma'daki papalığın; ruhban sınıfı ve siyasal elitlerle temasını sürdürmesini olanaklı kıldı. İkinci olarak, devlet ve prenslik otoritelerinin kurduğu iletişim ağları vardı. Bu ağlar, yönetim ve pasifikasyon imkanı sağlayarak hem belli devletlerin sınırları içinde hem de birbirleriyle değişik tarzlarda diplomatik ilişki kuran devletler arasında işlev gördü. Üçüncü ağ tipinin ticari etkinliğin büyümesiyle ilintisi vardı. Ticaret ve imalat arttığında, iş topluluğu ve büyük ticaret merkezleri arasında yeni iletişim ağları kuruldu. Ticaret ve banka binaları –Augsburg'dan Fugger ailesi ve Floransa'daki büyük tüccar evleri gibi- yaygın iletişim sistemleri oluşturdu ve müşterilere ticari temelli enformasyon sundu. Son olarak, tüccar ağları, seyyar satıcılar ve hikaye anlatıcıları, aşıklar gibi gezgin gösterimciler enformasyonu köy ve kasabalara yaydılar. İnsanlar pazar yerleri veya meyhanelerde bir araya geldikleri ve tüccarlar ile gezgincilerle etkileşim içerisine girdikleri için uzak yerlerde ortaya çıkan olaylar hakkındaki haberlere ulaştılar.

On beşinci, on altıncı ve on yedinci yüzyıllarda, bu iletişim ağları kilit önemde iki gelişme tarafından etkilendi. İlk olarak, bazı devletler, giderek genel kullanıma açılacak düzenli posta hizmetlerini oluşturmaya başladı. Fransa'da XI. Louis 1464'te bir kraliyet postası kurdu. Özel şahıslar bu postadan özel izin ve ücret karşılığı yararlanabilmekteydiler.³⁵ Orta Avrupa'da I. Maximilian, Habsburg İmpa-

³⁵ Bkz. Howard Robinson, *The British Post Office: A History*, Princeton Üniversitesi, Princeton, 1948, Bölüm 4.

ra-torluğu'nun can damarını Avrupa'daki şehirlere bağlayan yaygın bir posta ağı geliştirdi. 1490'da Franz ve Johann von Taxis'i postane müdürü atayarak, birkaç yüzyıl için Taxis ailesinin denetimi altında kalan imparatorluk posta sistemini tesis etti.³⁶ İngiltere'de genel kamunun yararlanacağı düzenli posta hizmetleri on yedinci yüzyılın başlarına kadar geliştirilmedi, ancak VIII. Henri'nin ilk yıllarında kraliyet postası oluşturuldu ve 1516 dolaylarında bir posta müdürü atandı.³⁷ On yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda yavaş yavaş yerel ve yabancı posta için ortak taşıma hizmetleri sunan birleşik bir kamusal posta iletişim ağı doğdu. Kuşkusuz yirminci yüzyıl standartlarına göre modern Avrupa'nın ilk dönemlerindeki posta iletişimi çok yavaştı. Yetersiz kalitede yolların bulunduğu Avrupa'nın çoğu bölgesinde iletiler, at ve at arabasıyla nakledildi. Mektuplar aşırı uzak mesafelerde saatte 10 mili nadiren geçen hızda dolaştı. On sekizinci yüzyılın sonlarında, Londra-Edinburg arası seyahat halen 60 saatti ve Londra'dan Manchester'e ulaşım 24 saat sürmekteydi. On dokuzuncu yüzyılın başında demiryollarının gelişmesine kadar iletileri posta yoluyla taşıma zamanını keskin bir şekilde azaltmak mümkün olmadı.

Erken modern Avrupa'da iletişim ağlarının kurulmasını etkileyen ikinci önemli gelişme haber üretimi ve dağıtımında basımcılığa yönelmektir. On beşinci yüzyılın ortalarında basımcılığın ortaya çıkışından hemen sonra basılı en-

³⁶ 'Thurn und Taxis' posta servisinin değerlendirmesi için bkz. Martin Dallmeier, *Quellen zur Geschichte des Europäischen Postwesens, 1501-1806*, Bölüm 1; *Quellen - Literature - Einleitung*, Michael Lassleben, Kallmünz, 1977, s. 49-220.

³⁷ Robinson, *The British Post Office*, Bölüm 1-3; J. Crofts, *Packhorse, Waggon and Post: Land Carriage and Communications under the Tudors and Stuarts*, Routledge ve Kegan Paul, Londra, 1967, Bölüm 8-17.

formasyon, broşürler, posterler ve gazete sayfası ebadında reklamlar görünmeye başladı. Bunlar, resmi veya gayri resmi hükümet kararlarının, tartışmalı risalelerin, askeri çatışmalar veya doğal felaketler gibi belirli olayların betimlenmelerini; devler, kuyruklu yıldızlar ve hayalet gibi doğaüstü olgular veya bunların sansasyonelleştirilmiş açıklamalarını içermekteydi. Bu broşürler ve haber kağıtları genellikle bir kerelik veya düzensiz yayımlandı. Binlerce kez basıldı ve sokaklarda tellallar, işportacılar tarafından satıldı. Broşür ve haber kağıtları, yakın ve uzak yerlerde geçen olaylar hakkında bireylere engin bir enformasyon kaynağı oldu.

Sürelî haber ve enformasyon yayımı on altıncı yüzyılın ikinci yarısında başladı, ancak modern gazetenin kökenleri, haber bültenlerinin bir ölçüde güvenilir düzenli aralıklarla haftalık çıkmaya başladığı on yedinci yüzyılın ilk yirmi yılına uzanmaktadır.³⁸ 1609'da içinde Ausburg'un, Strasbourg'un ve Wolfenbüttel'in yer aldığı birkaç Alman şehrinde haftalık gazeteler yayımlandı. Haftalık bir gazetenin daha önce (1607) Amsterdam'da yayımlandığına dair bazı kanıtlar da bulunmaktadır. Basılı haftalıklar –veya, haberlerin ilk dönemlerde derlendiği adla 'korantolar' ('corantos') - diğer şehir ve dillerde gözüktü. Avrupa'da önemli ticaret yolları üzerindeki Cologne, Frankfurt, Antwerp ve Berlin gibi şehirler, ilk gazetelerin üretim merkezleri oldu. Korantolardaki haberler, sık sık bölgelerindeki haberleri toplayan ve sonra bunları büyük şehirlere gönderen

³⁸ Birçok tarihçinin modern anlamda gazeteye benzeyen ilk basımın 1610 civarı ortaya çıktığında hem fikir olmasına rağmen, 'ilk gazete'yi tanımlama konusunda hala tartışmalar devam etmektedir. Bkz. Eric W. Allen, 'International Origins of the Newspapers: The Establishment of Periodicity in Print, *Journalism Quarterly*, 7, 1930, s.307–19; Joseph Frank, *The Beginnings of the English Newspaper 1620–1660*, Harvard Üniversitesi, 1961, Bölüm 1.

posta müdürleri tarafından tedarik edildi. Tek bir kişi, posta müdürlerinin raporlarını bir araya getirip düzenleyerek, enformasyon tarihi ve yerinin de yer aldığı kısa paragraflı bir dizi formda basmaktaydı. Haftalıklar ayrıca, diğer dillere çevrilmekte, farklı şehir ve ülkelere satılmaktaydı.

Amsterdam 1620'ye kadar haber ticaretinin hızla büyüyen merkezi haline geldi. Halk, Otuz Yıl Savaşlarına giderek artan bir ilgi duymaktaydı ve bu, yeni oluşan gazetecilik endüstrisindeki gelişime büyük bir itici güç sağladı. İngiltere'de yayımlanan ilk gazete, muhtemelen Alman basımcı ve harita oymacısı Pieter van den Keere tarafından Amsterdam'da üretildi ve Londra'ya satışı yapıldı.³⁹ Van der Keere, 2 Aralık 1620 ve 18 Eylül 1621 arasında 15 sayılı koranto çıkarttı. Haftalık olmasına karşın oldukça sık aralıklarla yayımlandı ve Otuz Yıl Savaşları'nın düzenli iletilmesini sağladı. Muhtemelen İngiltere'de basılan ilk koranto, Londra'da kırtasiye dükkanı olan Thomas Archer tarafından 1621'de çıkarıldı. Archer, daha sonra, Palatinate'deki savaş hakkında izinsiz haber kağıdı yayımladığı için hapse atıldı, ancak çok geçmeden İngiltere'de başka korantolar ve haber broşürleri ortaya çıktı.

Gazetelerin bu ilk biçimleri esas olarak yabancı haberlerle, yani uzak yerleşim yerlerinde meydana gelen (ya da meydana gelmiş) olaylarla ilgiliydi. Bu kağıtları okuyan veya başkaları tarafından sesli okunanları dinleyen kişiler, Avrupa'nın uzak bölgelerinde gelişen olayları öğrenebilmekteydiler. Bu olaylar, bireylerin asla doğrudan tanık olamayacakları, asla ziyaret edemeyecekleri yerlerde geçmekteydi. Böylece ilk gazete biçimlerinin dolaşımı, bireyin yakın çevresinin ötesine uzanmasına karşın kendi yaşamıyla ilgili olan ve bu yaşama potansiyel etki yapan dünya olaylarının algılanmasına yar-

³⁹ Frank, *The Beginnings of the English Newspaper*, Bölüm 3.

dımcı oldu. Şüphesiz, o dünyanın coğrafi kapsamı on yedinci yüzyılın başlarında oldukça sınırlıydı: Kapsam, Avrupa'nın belli başlı şehir ve ülkelerinin ötesine nadiren geçti. Üstelik, kağıtlar bir kişiden daha fazlası tarafından ve ortak bir şekilde sesli okunmasına rağmen, ilk gazetelerin tirajı günümüz ölçülerine göre oldukça düşüktü (İlk gazetelerin basımlarının 400 kopya olduğu tahmin edilmektedir.⁴⁰ Çoğu durumda büyük olasılıkla bundan daha fazla değildi). Ancak, sayesinde uzaktaki olayların basılı raporlarının sınırsız sayıda alımlayıcılara düzenli bir şekilde sunulduğu bu yeni enformasyon iletim tarzının önemi küçümsenmemelidir.

İlk korantolar asıl olarak yabancı haberlerle ilgili olmasına karşın çok geçmeden gazeteler yerel olaylara da yöneldi. İngiltere'de bu gelişme, hükümetin basın üzerindeki katı denetimini gevşetmeye başladığı 1640'a kadar beklemek zorunda kaldı. 1586'daki bir Star Chamber kararı, İngiltere'deki basımcıların sayılarını sınırlayan ve onları her yayım türü için özel sansürcülere tabi kılan bir lisans ve sansür sistemi (1637'deki bir kararla bunun da ötesine geçildi) kurmuştu. Fakat I. Charles ve Parlamento arasındaki kriz derinleştğinde, basın üzerindeki denetimi artırmak giderek zorlaştı ve Temmuz 1641'de karar kaldırıldı. Kriz, ayrıca, ülke içi siyasal sorunlarla ilgili en son haberlere yönelik kamusal talebi canlandırdı. 1641 Kasım ortası ve 1641 Aralık sonu arasında, herbiri Parlamento süreçlerinin özetlerini sunan üç haftalık gazete çıktı ve 1642'nin ilk üç ayında, bazıları çok uzun süreli olmasa da, sekiz gazete yayımlandı.⁴¹ Bu, İç Savaş'a ilişkin olaylar ve onun çevresindeki konularla meşgul olan haber kitaplarının, broşürlerin ve gazetelerin görece denetimsiz ve

⁴⁰ Folke Dahl, *A Bibliography of English Corantos and Periodical Newsbooks, 1620–1642*, Bibliographical Society, Londra, s. 22.

⁴¹ Frank, *The Beginnings of the English Newspaper*, s. 21–2.

sık yayımlandıkları dönemin başıydı. 1645'in birçok haftasında, diğer pek çok broşür ve siyasal risale kadar 14 gazete Londra sokaklarında satılıyordu. Katı denetimler 1660'da monarşinin restorasyonundan sonra II. Charles tarafından yeniden yürürlüğe konurken, 1641 ile restorasyon arasındaki dönem basın tarihi açısından çok önemliydi. Çünkü süreli yayınların devlet meselelerinde kilit oyuncular haline gelmesi bu zamanda ortaya çıkmıştı. Süreli yayınlar güncel olaylar üzerine sürekli bir enformasyon akışı temin etmiş ve kamunun ilgisi dahilindeki konular üzerine bir dizi farklı – bazen oldukça çekişmeli- görüşleri dillendirmişti.

Devlet iktidarından bağımsız ve genel meseleler üzerine enformasyon aktarma ve eleştiri yapma kapasitesindeki bir süreli basının gelişimi, on sekizinci yüzyıl İngiltere'sinde yeni bir safhaya girdi. 1662'de II. Charles tarafından yeniden yürürlüğe konulan lisans sistemi on yedinci yüzyıl sonunda ortadan kalktı ve bunu büyük sayılarda yeni süreli yayınlar takip etti. İngiltere'de ilk günlük gazete olan Samuel Burckley'in *Daily Courant*'ı 1702'de yayımlandı. Bunu çok geçmeden diğerleri izledi. Eğlenceye ve kültürel olaylara, finans ve ticari haberlere, toplumsal ve siyasal yorumlara odaklı daha uzman süreli yayınlar belirdi. Toplumsal ve siyasal yorumlara yoğunlaşmış süreli yayınlar, *Tatler*, *Spectator*, Nicholas Amshurst'un *Craftsmen*, Daniel Defoe'nin *Review* ve Jonathan Swift'in *Examiner* gibi siyasi deneme türünü popülerleştirenleri içerdi. 1750'ye kadar Londra, günlük düzenli yayımlanan beş, haftada üç kez çıkan altı ve bunların arasında haftalık tirajı 100.000 dolaylarında olan düşük fiyatlı birkaç başka süreli yayına sahipti.⁴² Gazetelerin dağıtımı şehir içinde tellal ve ajanslar ağı tarafın-

⁴² Anthony Smith, *The Newspaper: An International History*, Thames and Hudson, Londra, 1979, s. 56-7.

dan olduğu kadar, genellikle büyük gazeteleri müşterilerin kullanımına sunan gevşek bir kahvehane federasyonu tarafından gerçekleştirildi. Çoğu gazete, meyhane ve kahvehane gibi kamusal merkezlerde okunduğu için okuyucuların sayısı gazetelerin tirajından çok daha yüksekti –belki on kat. Ayrıca Londra gazeteleri hızlı gelişen posta arabası ve posta hizmetleriyle taşraya dağıtıldı.

Siyasal otoriteler, bir taraftan Kraliyet gelirlerini artırmak, diğerk taraftan iş sahasının dışındaki daha marjinal süreli yayınların üretimini sınırlamak ve zorlamak düşüncesiyle özel vergiler koyarak gazete ve süreli yayınların artışı üzerinde biraz denetim kurmaya çalıştı. 1712 tarihli Pul Yasası gazete sahiplerinden, basılan her bir gazete için bir peni ve yayımlanan her ilan için bir şilin ödemesini talep etti. Daha sonraki Pul Yasaları yasanın uygulanması olanaklarını artırdı, temellerini genişletti. Basın özgürlüğü mücadelesinde Pul Yasalarına sert bir karşı çıkış sergilen-di, bu yasalar üzerinde değişik gruplar bir araya geldi. Vergilerin tedricen indirilmesine 1830'lara kadar girişilmedi. Nihayet bu yıllarda vergiler kaldırıldı. On sekizinci yüzyıldaki süreli basın Avrupanın başka yerlerinde sertliğı değişen oranlarda baskı ve sansüre tabi kaldı.⁴³ Birleşik Eyaletlerde basın, yerel siyaset tartışmalarında cesareti kırılmasına ve ara sıra yoğun sansüre uğramasına karşın görece özgür kaldı. Fransa'da Devrim'e kadar merkezi ve hayli sınırlayıcı lisans, gözetim ve sansür sistemi varoldu; devrim sonrası kısa süren basın özgürlüğü dönemi, sonunda katı bir sansür ve denetim sistemi tesis etmiş olan Napol-

⁴³ Basın üzerindeki sansür ve politik denetim hakkında daha ayrıntılı tartışmalar için bkz. F. S. Siebert, *Freedom of the Press in England, 1476–1776*, Illinois Üniversitesi, Urbana, 1952; A. Aspinall, *Politics and the Press, c.1780–1850*, Harvester, Brighton, 1973; Smith, *The Newspaper*, Bölüm 3–5.

yon tarafından nihayete erdirildi. Almanya ve İtalya'daki prenslikler ve devletlerde resmi denetimin derecesi bir devletten diğerine değişkenlik gösterdi, ancak iç siyaset tartışmalarına göre dış haberleri sunmada gazetelere genellikle daha fazla hareket sahası tanındı.

Devlet müdahalesi ve denetiminin asgari düzeyde olduğu, olayları bildiren ve onlar üzerine yorum yapan bağımsız bir basın için mücadele etmenin modern anayasal devletin gelişiminde kilit bir rol oynadığı argümanı anlamlı derecede güçlüdür. Jeremy Bentham, James Mill ve John Stuart Mill gibi ilk liberal ve demokratik düşünürlerin bir kısmı basın özgürlüğünün ateşli taraftarıydılar. Bu düşünürler, bağımsız basın organlarında kanaatlerin özgürce ifade edilebilmesini, devlet iktidarının despotik kullanımına karşı hayati derecede önemli bir güvence olarak gördüler.⁴⁴ Britanya Krallığına karşı Bağımsızlık Savaşını kazanan Amerikan kolonilerinin Anayasa'ya basın özgürlüğünü koyması anlamlıdır. Benzer şekilde 1789'un des Droits de L'Homme (İnsan Hakları, ç.n.) üzerine inşa edilen 1791 ve 1793 devrimleri sonrasında çıkarılan Fransız anayasaları, açıkça basın özgürlüğünü korudu (her ne kadar Napolyon tarafından daha sonra kaldırılrsa da). İfade özgürlüğünün yasal garantileri nihayet değişik Avrupa hükümetlerince benimsenmişti; öyle ki, basın özgürlüğü on dokuzuncu yüzyılın sonuna kadar çoğu Batı devletlerinin anayasal bir özelliği haline gelmişti.

⁴⁴ Özellikle bkz. James Mill, 'Liberty of the Press', *Essays on Government, Jurisprudence, Liberty of the Press and Law of Nations*, Kelly, New York, 1967; John Stuart Mill, 'On Liberty' *Utilitarianism, on Liberty and Considerations on Representative Government*, ed. H. B. Acton, Dent, Londra, 1972. Bölüm 8'de bu konuya tekrar döneceğim.

Kamusal Alan Teorisi: Bir Başlangıç Değerlendirmesi

İlk liberal ve liberal-demokratik düşünürlerin çoğu, bağımsız basın önemli görürlerken, son yılların toplumsal ve siyasal teorisyenlerinin çalışmalarında bu konu, birkaç istisna hariç, gözden kayboldu. İstisnalardan birisi Habermas'ın ilk çığır açıcı çalışması olan *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*'dür.⁴⁵ Habermas, on altıncı yüzyılda merkantilist kapitalizmin gelişiminin, siyasal iktidarın değişen kurumsal şekilleriyle birlikte, Avrupa'da modern dönemin başlangıcında yeni bir kamusal alanın doğuş koşullarını yarattığını savunmaktadır. Bu bağlamda, 'kamu otoritesi'nin anlamında kayma görülmeye başladı: Kamu otoritesi, saray yaşamı alanıyla daha az, hukuken yargı alanı olan ve tanımlanmış ve meşru şiddet kullanımı hakkını kazanmış yeni ortaya çıkan devletin etkinlikleriyle ise daha fazla ilgili hale geldi. Aynı zamanda, kamu otoritesinin himayesi altında filizlenen özel ekonomik ilişkilerin alanı olarak 'sivil toplum' ortaya çıktı. 'Özel' alan böylece, giderek çekirdek aile kurumuna demirlemiş ve ekonomik etkinlikten kopmuş kişisel yakın ilişkilerin alanını, genişleyen ekonomik ilişkiler alanını içerdi. Bir tarafta kamu otoritesi veya devlet alanı, diğer tarafta sivil toplum ve kişisel ilişkiler alanı arasında yeni bir 'kamusal alan' doğdu: Devlet eylemi ve sivil toplumun düzenlenişini kendi arala-

⁴⁵ Bkz. Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Çev. Thomas Burger ve Frederick Lawrence, Polity, Cambridge, 1989. Habermas'ın fikirlerinin eleştirel tartışması ve daha ayrıntılı açıklaması için bkz. Craig Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, MIT Press, Cambridge, 1992; John B. Thompson, 'The Theory of the Public Sphere', *Theory, Culture and Society*, 10, 1993, s. 173-89.

rmda tartışmak üzere bir araya gelen özel bireylerin içerdıği bir burjuva kamusal alanı. Bu yeni kamusal alan devletin bir parçası değildi; tersine, devlet etkinliklerinin sorgulandığı ve eleştiriye tabi tutulduğu bir alandı. Bu sorgulamanın aracı anlamlıydı: *İlke olarak* açık ve sınırlanmamış tartışma içinde yer alan özel bireyler tarafından dillendirilen aklın kamusal kullanımı.

Burjuva kamusal alanının ortaya çıkışını açıklayan Habermas, süreli basının yükselişine özel önem atfeder. Avrupa'da onyedinci yüzyılın sonlarında ve onsekizinci yüzyılda görölmeye başlayan eleştirel dergiler ve ahlaki içerikli haftalıklar kamusal tartışmada yeni bir forum temin etti. Bu yayınlar genellikle edebiyat ve kùltür eleştirisi üzerine odaklı dergiler olarak belirse de, giderek daha genel sosyal ve politik konularla ilgilenmeye başladılar. Üstelik, Avrupa'da modern dönemin başlangıcında şehir ve kasabalarda bir dizi yeni sosyalleşme merkezi ortaya çıktı. Bunlar, onyedinci yüzyılın ortasından başlayarak eğitilmiş elitlerin birbirleriyle ve az-çok eşit temelde soylularla etkileşebildikleri tartışma yerleri ve ortamları olan kahvehaneleri ve salonları kapsadı.

On sekizinci yüzyıl başında burjuva kamusal alanının ortaya çıkışı için en avantajlı koşulların yaratıldığı ÷lke İngiltere'ydi. Burada sansür ve basın üzerindeki siyasi denetim Avrupa'nın diğer bölgelerine göre daha az katıydı ve gazeteler ile dergiler çoğalmıştı. Aynı zamanda kahvehaneler mantar gibi bitmişti; on sekizinci yüzyılın ilk onyılda sadece Londra'da, her biri düzenli müşterilerin uğrak merkezi haline gelmiş üç bin kahvehane bulunmaktaydı. Yeni süreli yayınların çoğu, günlük olayları tartışmak üzere bir araya gelen bireyler tarafından okundukları ve tartış-

şıldıkları için kahvehane hayatının ayrılmaz parçaları haline gelmişti.

Habermas'ın tartışmasının bir bölümü, süreli basının tetiklediği eleştirel tartışmanın, modern devletin kurumsal biçimi üzerinde dönüştürücü etki yaptığıydı. Sürekli olarak kamusal forum önüne çıkarılan parlamento giderek gözetime daha açık hale geldi ve sonunda yayıncılığa engel olma hakkını terk etti. Parlamento ayrıca, basma daha fazla duyarlı hale geldi ve kamuoyunun oluşumunda daha yapıcı bir rol oynamaya başladı. Bu ve diğer gelişmelerin anlamı çok büyüktü; bunlar burjuva kamusal alanının siyasal etkisinin ve Batı devletlerini şekillendirmede oynadığı rolün sağlam kanıtlarıdır. Ne var ki, Habermas ayrıca, on sekizinci yüzyılda özgün formunda varolmuş burjuva kamusal alanının çok uzun süreli olmadığını savunmaktadır. Aşağıda onun bu görüşüne döneceğiz.

Burada kısaca taslağı çizilen haliyle Habermas'ın bu iddiası, Avrupa'da modern dönemin başlarında süreli basının gelişmesinin siyasal anlamını vurgulamada önemli değere sahiptir. Basının gelişimi geniş sosyo-tarihsel süreçlerden ayrı bir tarih olarak ele alınmak yerine daha ziyade bu süreçlere bitişik olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte Habermas'ın açıklamasının pek çok sorunu bulunmaktadır. Sonraki bölümlerde bu açıklamada ima edilen kamusallık kavramının ve bu kavramdan türeyen normatif konuları ayrıntılı bir şekilde işleyeceğim. Burada kendimi bazı tarihsel problemler üzerinde düşünmekle sınırlandıracam.

1) Habermas'ın açıklamasına yönelik en sık eleştirilerden birisi, burjuva kamusal alan üzerine yoğunlaşmakla onyedinci, onsekizinci ve ondokuzuncu yüzyıl Avrupa-

sındaki diğer kamusal söylem ve etkinlik biçimlerinin anlamını ihmal etmesidir. Bu biçimler burjuva sosyalliğinin bir parçası değildi, bazı durumlarda ondan ayrı ve ona karşıtı.⁴⁶ E.P. Thompson, Christopher Hill ve diğerlerinin çalışmaları modern dönemin başlarında değişik popüler sosyal ve siyasal akımları aydınlatmıştır.⁴⁷ Bu akımların burjuva kamusal alanındaki etkinliklerden türedikleri veya bu etkinliklerle benzer hatlar boyunca örgütlendikleri savunulamaz. Tersine, burjuva kamusal alanı ile popüler sosyal akımlar arasındaki ilişki çoğunlukla çatışmalıydı.⁴⁸ Ortaya çıkan burjuva kamusal alanın kendisini kraliyet iktidarının geleneksel otoritesine karşıtlıkla tanımlaması gibi, kendisi de içermeye çalıştığı yükselen popüler akımlarla çatıştı.

Bu, güçlü bir eleştiridir ve 30 yıl sonra bunları yanıtlayan Habermas⁴⁹, önceki yaklaşımlarındaki eksiklikleri kabul etmiştir. Erken modern dönemdeki popüler sosyal akımlar Habermas'm başta varsaydığından çok daha fazla öneme sahip değildiler yalnızca, ama aynı zamanda açıktır ki bunlar, onun fazla üzerinde durmadan bir şekilde ace-

⁴⁶ Oskar Negt ve Alexander Kluge, *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*, Suhrkamp, Frankfurt, 1972; Günther Lottes, *Politische Aufklärung und plebejisches Publikum. Zur Theorie und Praxis des englischen Radikalismus im späten 18. Jahrhundert*, Oldenbourg, Münih, 1979; Geoff Eley, 'Nations Publics and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century', *Habermas and the Public Sphere*, s. 289-339; Arlette Farge, *Subversive Words: Public Opinion in Eighteenth-Century France*, Çev. Rosemary Morris, Polity Pres, Cambridge, 1994.

⁴⁷ Özellikle bkz. E. P. Thompson, *The Making of English Working Class*, Penguin, Harmondsworth, 1968; Christopher Hill, *The World Turned Upside Down*, Penguin, Harmondsworth, 1975.

⁴⁸ Eley, 'Nations, Publics and Political Cultures', s. 306, 321.

⁴⁹ Bkz. Jürgen Habermas, 'Further Reflections on the Public Sphere' çev. Thomas Burger, *Habermas and the Public Sphere*, s. 421-61.

leyle ileri sürdüğü gibi, liberal burjuva kamusal modelinin yalnızca bir çeşitlemesi olarak ele alınamaz.⁵⁰ Popüler sosyal akımlar ve popüler kültürel biçimlere dair bir değerlendirme, bunların belki kendi başlarına bir şekil ve dinamîğe sahip olma olasılığının hesaba katılacağı daha esnek bir yaklaşımı gerekli kılar.

2) Habermas'ın on sekizinci yüzyılın başlarındaki süreli basına dair vurgusu benzer bir bağlamda sorgulanabilir. Habermas'ın bu materyal üzerine niçin yoğunlaştığını anlamak zor değildir: Defoe'nin *Review*'i ve Swift'in *Examiner*'ı gibi siyasal süreli yayınlar, Habermas'ın kamusal alan fikri içinde özetlemek istediği kültürel eleştiri ve tartışma türünü örneklediler. Ancak bu süreli yayınlar, hiçbir şekilde ilk ve en yaygın erken dönem basılı malzeme biçimleri değillerdi. Daha önce belirtildiği üzere, on yedinci yüzyıl –özellikle İngiliz İç Savaşı yılları– süreli basımcılığın yoğun olduğu bir dönemdi; üstelik kitaplardan ve broşürlerden haber kağıtlarına ve afişlere kadar geniş basılı malzemeler serisi, *Review* ve *Examiner* gibi süreli yayınlar kurulmadan önce en az iki yüzyıldır Avrupa'da dolaşımdaydı. Habermas'ın bu erken basılı formları kendi tartışmasında dışarıda bırakmasının nedenleri tam olarak açık değildir.⁵¹ Üstelik, Habermas başka türdeki basılı malzemelere daha fazla yoğunlaşırdı pek ala biraz daha farklı bir erken modern kamusal yaşam portresi çizebilirdi. Çizdiği portrede kahvehane tartışmasına girmiş beyefendi insanlar üzerine daha az vurgu yapabilir ve ilk dönemlerde-

⁵⁰ Habermas'ın *The Structural Transformation of the Public Sphere*'deki önsözüne bkz., p. xviii.

⁵¹ Bu konunun kısa ve bir nebze anlaşılması zor bir değerlendirmesi için bkz. Jürgen Habermas, 'Concluding Remarks', *Habermas and Public Sphere*, s. 464–5.

ki basının ticari karakteri ile onun bir miktar küfür ve sansasyonel yüklü içeriğine daha keskin biçimde işaret edebildi.

3) Habermas'ın görüşündeki üçüncü problem, burjuva kamusal alanının sınırlı doğasıyla ilgilidir. Açıktır ki, Habermas bu modele gerçek tarihsel sürecin idealleştirilmesi olarak itibar etti. Burjuva kamusal alanı prensipte evrensel erişim üzerine kurulu olmasına rağmen, pratikte eğitimli ve bu alana katılacak mali kaynaklara sahip bireylere kısıtlıydı. Gelgelelim Habermas'ın açıklamasında yeterince belirgin olmayan husus, burjuva kamusal alanının yalnızca eğitimli ve mülk sahibi seçkinlere sınırlanması değil ama aynı zamanda egemen bir *erkek* özel alanı olmasıydı. Habermas burjuva kamusal alanında kadınların marjinalleştirilmesinden, burjuva ailesinin ataerkil özelliğinden habersiz değildi. Ne var ki, *Yapısal Dönüşüm*'ün yazıldığı dönemde bu meseleyi tam anlamıyla değerlendirmedini ileri sürmek mantıklıdır.

Son yıllarda bir dizi feminist akademisyen, modern dönemdeki kamusal alanın ve siyasal söylemin cinsiyetçi karakterini incelemiş ve Habermas'ın açıklamasında oldukça muğlak kalmış bazı sorunları keskin bir tarzda odağa almışlardır.⁵² Fransa'da 1750-1850 arası döneme yoğunlaşan Joan Landes'e göre kadınların kamusal alanın dışında bırakılması, kamusal alanın idealden uzak kaldığı tarihsel bir olgudan ibaret değildi sadece; bu dışsallaştırma,

⁵² Örnek için bkz. Joan Landes, *Women and the Public Sphere in the Age of the French Revolution*, Cornell Üniversitesi, New York, 1988; Mary P. Ryan, *Women in Public: Between Banners and Ballots, 1825-1880*, Johns Hopkins Üniversitesi, Baltimore, 1990; Carole Pateman, *The Sexual Contract*, Polity Press, Cambridge, 1988; Catherine Hall, *White, Male and Middle Class: Explorations in Feminism and History*, Polity Press, Cambridge, 1992.

daha ziyade, kamusal alan görüşünün esasıydı. Çünkü, zamanın siyasal söyleminde dillendirildiği üzere kamusal alan fikri, cinsiyet yönelimli mahrem alanla yan yana konuldu. Kamusal alan, genellikle, içinde erkeklerin yekpare donanımıyla katıldıkları bir akıl ve evrensellik alanı olarak algılandı. Buna karşın titizliğe ve yapmacıklığa meyilli olan (olduğu varsayılan) kadınların evcil yaşama daha uygun oldukları düşünöldü. Bundan dolayı burjuva kamusal alanın erkeksi özelliğı, rastlantısal bir bakış açısından ibaret değildi: Cinsiyet farklılıkları hakkındaki yerleşik yargıların biçimlendirdiğı kamusal alanın asli bir özelliğıydi.

Habermas bu tartışma çizgisinin gücünden etkilendi. Bugün Habermas, kadınlar kadar işçi ve köylülerin de burjuva kamusal alanından dışlandığını kabul etmekle birlikte, kadınların kamusal alanın dışında bırakılmasının daha farklı düşünölmesinin gerektiğini, çünkü kendi ifadesiyle bu dışsallaştırmanın 'yapısal anlam' içerdiğini belirtmektedir.⁵³ Habermas'm yaklaşımındaki bu değışim ötemlidir, ancak bunun kamusal alan analizi ve teorisi için pratikte taşıyabileceğı sonuçlar Habermas tarafından ayrıntılı biçimde açıklanmamıştır.

4) Tarihsel bağlamda Habermas'm açıklamasının en zayıf yönü, muhtemelen burjuva kamusal alanın doğuşuyla ilgili savları değil, daha ziyade kamusal alanın çöküşüne dair görüşleridir. Habermas burjuva kamusal alanın on sekizinci yüzyılın uygun koşullarında yeşerdiğini, daha sonraki gelişmelerin, giderek onun dönüşümüne ve çöküşüne öncülük ettiğini ileri sürmektedir. Devletler giderek müdahaleci bir karaktere büründüklerinde, yurttaşların refahını yönetmede daha fazla sorumluluk sahibi olmaya başladık-

⁵³ Habermas, 'Further Reflections on the Public Sphere', s. 428.

larında ve örgütlü çıkar grupları siyasal süreçte yavaş yavaş hak iddia eder hale geldiklerinde, devlet ve sivil toplum –ki bunlar burjuva kamusal alanı için kurumsal bir ortam yaratmışlardı- ayrımı bozulmaya başladı. Aynı zamanda, burjuva kamusal alanı için bir ara tartışma ortamı olan kurumlar ya öldü ya da radikal değişikliğe uğradı. Salon ve kahvehaneler anlamlarını kaybetti ve süreli basın giderek büyük ölçekli ticari amaçlar doğrultusunda örgütlenen medya kurumlarının bir parçası haline geldi. Medyanın ticarileşmesi, medyada köklü değişikliklere yol açtı: Bir zamanlar rasyonel-eleştirel tartışmanın örnek bir forumu olan, sadece kültürel bir tüketim alanı olur ve burjuva kamusal alanı, imaj yaratımı ve kanaat yönetiminin sahte dünyasına dönüşür. Kamusal yaşam yarı feodal niteliğe bürünür. Gelişmiş yeni medya teknikleri, bir zamanlar kraliyet figürlerine ait prestijli ve haleli kamusal otoriteyi kurmak üzere işletilir. Bu ‘kamusal alanın yeniden feodalleşmesi’ politikayı, içinde lider ve partilerin zaman zaman depolitik nüfusun alkışlayıcı rızasını aradıkları yönetsel bir gösteriye dönüştürür. Halk, kamusal tartışma ve karar verme süreçlerinden dışlanır; siyasal liderlerin, medya teknikleri yardımıyla kendi siyasal programlarını meşrulaştırmak için yeterli rıza sağlayabilecekleri yönetsel bir kaynak olarak muamele görür.

Kamusal alanın yeniden feodalleşmesine dair bu tez geçerli midir? Elbette tez, ilk bakışta mantıklı görünür. Yirminci yüzyıl boyunca ve özellikle televizyonun icadından itibaren siyasal davranış, halkla ilişkiler yönetiminden (veya daha sonraki bölümlerde ‘görünürlük yönetimi’ olarak adlandıracağımdan) ayrılamaz hale geldi. Ancak daha dikkatli incelendiğinde Habermas’ın görüşünün ciddi zayıflıklar içerdiği görülebilir. Bunların ikisine dikkat çekmek

gerekir. Habermas'ın iddiası, ilk olarak, medya ürünlerinin alımlayıcılarının medya tekniklerince kolayca yönlendirilen ve seyirle büyülenen görece edilgen tüketiciler olduklarına dair oldukça tartışmalı bir varsayımda bulunmaktadır. Habermas, bu varsayımda bulunmakla, kamusal alan görüşüne kısmen ilham veren Adorno ve Horkheimer'in kitle kültürüne ilişkin çalışmalarına olan borcunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, günümüzde bu açıklamanın bireylerin edilgenliğini abarttığı, alımlama sürecini çok fazla verili kabul ettiği açıktır. Bu tür yargılar, bireylerin medya ürünlerine ulaşacakları, onları kullanacakları ve kendi yaşamlarına dahil edecekleri daha bağlamsal ve yorumsamacı açıklamalarla yer değiştirmelidir.

Habermas'ın görüşlerindeki ikinci problem, kamusal alanın modern toplumlarda 'yeniden feodalleştiği' iddiasıdır. Habermas'ın bu savı ortaya atma nedenini anlamak çok zor değildir: Dolayımlanmış siyasetin günümüzdeki gösterişsel özelliği ve eleştirel tartışmayı harekete geçirmek yerine kişisel aura yaratmaya yönelik ilgisi, en azından ilk bakışta, Ortaçağların tipik 'temsili kamusallık' tarzını andırmaktadır. İzleyen bölümlerde göstermeye çalışacağım gibi, iletişim medyasının gelişimi, modern dünyada yeni etkileşim biçimleri, yeni görünürlük türleri ve yeni enformasyon iletişim ağları yaratmıştır. Bunların tümü toplumsal yaşamın sembolik karakterini öyle köklü değiştirmiştir ki, feodal saraylar çevresindeki tiyatrosal pratiklerle bugünkü dolayımlanmış siyaset arasında karşılaştırma yapmak, en azından yüzeysel kalır. Yirminci yüzyılın sonlarındaki dolayımlanmış arenayı geçmiş çağlarla karşılaştırmak yerine, yeni enformasyon teknolojilerinin istila ettiği bir dünyada 'kamusallığın' ne anlama geldiğini tek-

rar düşünmeye ihtiyacımız vardır. Bu dünyada bireyler başka birey ve olaylarla aynı mekân ve zamanda karşılaşmaksızın onları gözlemlemekte ve onlarla etkileşim kurabilmektedirler.

Kamusal alanın çöküşüyle ilgili görüşü değişik açılardan kusurlar içerse de Habermas, medya endüstrilerinin on dokuzuncu ve yirminci yüzyıllarda geçirdiği devasa değişikliklere dikkat çekmekte elbette haklıydı. Habermas'ın -medyanın giderek ticarileştirilmesi olarak vurgulanan- bu değişikliklere dair açıklamaları, gördüğümüz üzere ikna edici değildir, dile getirdiği suçlayıcı imalar sorunludur. Ne var ki, iletişim medyasının etkilerinin izleri sürülmek isteniyorsa, medya endüstrilerinin değişen özelliklerine dair kurumsal bir analiz yapılması asli hale gelmektedir.

Medya Endüstrilerinin Büyümesi: Genel Bir Değerlendirme

Bu bölümü medya endüstrilerinin on dokuzuncu yüzyıldan itibaren gelişim çizgileri üzerine dikkati çekmekle sonuçlandırmak istiyorum. Üç yönelimi vurgulayacağım: 1) Medya kurumlarının büyük ölçekli ticari şirketlere dönüşümü; 2) İletişimin küreselleşmesi; ve 3) İletişimin elektronik olarak dolayımlanmış biçimlerinin gelişimi. Bu trendlere dair tartışmam kısa olacak. Bu gelişimlerin bazıları literatürde derinlemesine tartışılmıştır, bu külliyatta dile getirilen meselelerin bazıları sonraki bölümlerde daha ayrıntılı anlatılacaktır.

1) Medya kurumlarının büyük ölçekli ticari şirketlere dönüşümü on dokuzuncu yüzyılda başlayan bir süreçtir.

Medya ürünlerinin ticarileşmesi kuşkusuz yeni bir olgu değildir; daha önce belirtildiği gibi, ilk matbaalar esasında sembolik biçimlerin metalaşmasma yönelmiş ticari kurumlardı. Ne var ki, on dokuzuncu yüzyılda ticarileşmenin çapı önemli oranda arttı. Bu, kısmen basımcılık sanayiindeki bir dizi teknik yenilikler; kısmen de medya endüstrilerinin mali temellerindeki ve ekonomik değerlerindeki tedrici dönüşümler yüzündendi. Koenig'in buharla çalışan basım makinesi ve daha sonra rotatif basım makinesi gibi teknik yenilikler, basımcılık endüstrisini geliştirdi. Bu teknik yenilikler meta üretiminin başka alanlarında devrimci değişikliklere yol açan bir dizi sürece –makine gücünden yararlanma, fabrika sisteminde emek ayrımı gibi- tabi gazete ve diğer basılı malzemelerin üretimlerini olanaklı kıldı. Aynı zamanda Batılı toplumların çoğu, on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında basılı malzemeler için istikrarlı büyüyen bir pazarın koşullarını temin edecek kentsel nüfusta anlamlı değişimler ve okuma-yazma oranında önemli artışlar gibi tecrübeleri yaşadı.

Basımcılık endüstrisi giderek endüstriyel niteliğe büründüğünde ve pazar genişlediğinde, basının mali temelleri değişmeye başladı. On yedinci ve on sekizinci yüzyılların gazeteleri esas olarak refah düzeyi görece yüksek, iyi eğitilmiş sınırlı bir kesimi hedeflerken, on dokuzuncu ve yirminci yüzyılın gazetecilik endüstrisi daha geniş bir kamuya yöneldi. Teknolojik değişiklikler ve vergilerin kaldırılması fiyatların aşağıya çekilmesini sağladı; çoğu gazete geniş bir okuyucu topluluğunu çekmek için sunumda canlılık gibi daha hafif ve renkli bir gazetecilik anlayışını benimsedi.⁵⁴ Okuyucu sayısı arttığında, ticari

⁵⁴ Bkz. Alan J. Lee, *The Origins of the Popular Press in England 1855–1914*, Croom Helm, Londra, 1976.

reklamcılık endüstrinin mali temellerinde önemli rol oynadı; gazeteler diğer mal ve hizmetlerin satışında esaslı bir aracı oldu ve gazetelerin reklamcılık gelirlerini sağlama alması, gazete okuyucularının boyutu ve profiliyle doğrudan bağlantılı hale geldi. Gazeteler –ve de bir ölçüde diğer basın sektörleri- artan rekabet karşısında yayın hayatına başlamak ve onu sürdürmek için görece daha fazla sermaye gerektiren büyük ölçekli ticari girişimlere dönüştü. Bir aile şirketi olarak bir veya iki gazetesi olan geleneksel yayımcılar, yerlerini, iletişimde büyük ölçekli çok sayıda gazeteye ve medyaya sahip örgütlere bıraktı.

Medya endüstrilerinin yirminci yüzyıldaki sosyal ve ekonomik tarihi burada ayrıntılarıyla açıklanmasını gerektirmeyecek derecede iyi ortaya konulmuştur.⁵⁵ Gelişme ve konsolidasyon süreçleri, pazar payları fazla olan birkaç örgütle birlikte endüstrinin çoğu sektöründe kaynakların artan bir şekilde yoğunlaşmasına yol açtı. Yoğunlaşma derecesi özellikle gazete endüstrisinde çarpıcıdır (sadece onunla özdeşleştirilmese bile), Britanya’da 1990’ların başlarına kadar, örneğin, aşağı yukarı ulusal günlük gazetelerin tirajının yüzde 92’si ve pazar gazetelerinin yüzde 89’u dört medya grubu tarafından kontrol

⁵⁵ İlgili çalışmaların kısa bir seçkisi için bkz. George Boyce, James Curran ve Pauline Wingate, *Newspaper History from the Seventeenth Century to the Present Day*, Constable, Londra, 1978; James Curran ve Jean Seaton, *Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*, 4. Basım, Routledge, Londra, 1991; Ben H. Bagdikian, *The Media Monopoly*, 4. Basım, Beacon Press, Boston, 1992; Jeremy Tunstall ve Michael Palmer, *Media Moguls*, Routledge, Londra, 1991; Alfonso Sanchez – Tabernero, *Media Concentration in Europe: Commercial Enterprise and Public Interest*, Avrupa Medya Enstitüsü, Dusseldorf, 1993. Ana eğilimlerin özeti için bkz. John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, Polity, Cambridge, 1990, s. 193–205.

edildi.⁵⁶ Üstelik, büyük ortaklıklar, yerel ve ulusal gazetelerden karasal ve uydu televizyonculuğuna, kitap ve magazin yayımcılığından film üretimi ve dağıtımına kadar medya endüstrilerinin değişik sektörlerine yoğun ilgi gösterdiklerinde, büyüme ve konsolidasyon süreçleri giderek multimedya karakterine bürünüyordu. Büyük şirketlerin ekonomik iktidarıyla karşılaşan çoğu küçük medya örgütünün ya faaliyette bulunmaları zorlaştırıldı ya da kendilerini koruyucu birleşmelere yöneltildi. Ancak kaynakların artan yoğunlaşması daha küçük örgütleri tümüyle ortadan kaldırmadı; veya teknolojik yeniliklerden ticari anlamda yararlanma kapasitesine sahip özel pazarlara hitap eden ve enformasyonla - ve iletişimle- bir dizi hizmet sağlayan yeni girişimlerin gelişimini boğmadı. Günümüzde büyük şirketlerin birçok medya endüstrisi alanındaki egemenlikleri, pek çoğu alt sözleşmeler ve taşeron düzenlemeler sayesinde birbirlerine bağlanan farklı bir dizi küçük üretim ve hizmet örgütleriyle bir arada bulunur.⁵⁷

⁵⁶ 'From Press Baron to Media Mogul', *Labour Research*, 1993, s. 11-12. Rupert Murdoch'un dört grubu bulunmaktadır: News International (*Sun, The Times, Today, News of World ve Sunday Times*); the Mirror Group (*Daily Mirror, Sunday Mirror, People, Sporting Life, Sunday Mail ve Daily Record*); United Newspapers (*Daily Express, Sunday Express, Daily Star*); Viscount Rothermere's Daily Mail and General Trust, (*Daily Mail, Mail on Sunday*).

Yoğunlaşma modelleri, medya endüstrilerinin geliştiği farklı koşulları yansıtarak, sektörden sektöre, bir ülkeden diğerine farklılık göstermektedir. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde ancak birkaç tane ulusal gazete bulunmaktadır, fakat yaklaşık 1600 kadar yerel ve bölgesel günlük gazete vardır. 1980'lerin sonundan itibaren, 14 büyük şirket ABD'deki basın sektörünün yarısını kontrol etmeye başlamıştır. (Bkz. Bagdikian, *The Media Monopoly*, s. 17.)

⁵⁷ İngiliz televizyon endüstrisi, bir arada var olmanın güzel bir örneğini oluşturmaktadır. BBC ve büyük bağımsız televizyon şirketleri (ITV) egemen konumda bulunur ve kaynakların büyük bir kısmını ellerinde bulundururken, BBC, ITV ve Channel Four gibi kanallar için programlar üreten, Londra menşeli

Kısmen birleşmeler, devralmalar ve diğer farklılaştırma biçimleri sayesinde büyük iletişim holdingleri ortaya çıktı ve bunlar medya alanında önemli roller üstlendi. İletişim holdingleri, enformasyon ve iletişimle ilgili değişik endüstri şirketleriyle ilgilenen uluslararası ve multimedya şirketleridir. Küresel çapta çeşitlendirme faaliyetleri büyük şirketleri, çoğu ulusal koşullarla ilgili olan sahiplik sınırlamalarından kaçınma yollarını genişletme olanağı sağlamaktadır. Farklılaştırma etkinlikleri, şirketlere aynı zamanda belirli türde çapraz sübvansiyonlardan yararlanma olanağı sunmaktadır. Günümüzde –Time Warner, Bertelsmann Grup, Rupert Murdoch’ın News Corporation, Silvio Berlusconi’nin Fininvest gibi– dev iletişim holdingleri medya endüstrilerinde anahtar oyuncular haline geldiler. Bu devasa ekonomik ve sembolik iktidar tekelleri, enformasyon ve sembolik içerik üretimi ve bunun küresel çaptaki dağıtımını için kurumsal temel temin etmektedirler.

2) İletişimin küreselleşmesi, kökeni on dokuzuncu yüzyıl ortasına giden bir süreçtir. Daha önceki yüzyıllarda, basılı malzemeler uzak mesafelerden ve devletlerin, krallıkların ve prensliklerin sınırları boyunca taşınmıştı. Gelgelelim on dokuzuncu yüzyılda uluslararası enformasyon ve iletişim akışı daha da yaygın ve örgütlü bir biçim aldı. Avrupa’nın belli başlı ticaret şehirlerinde toplanan uluslararası haber ajanslarının gelişimi, imparatorlukların çevre bölgelerini Avrupa merkezlerine bağlayan iletişim ağlarının büyümesiyle giderek dal budak saran ve karmaşık hale gelen küresel bir iletişim enformasyon sistemine

birçok bağımsız, küçük yapım şirketleri de bulunmaktadır. Bkz. Jeremy Tunstall, *Television Producers*, Routledge, Londra, 1993; Scott Lash ve John Urry, *Economies of Signs and Space*, Sage, Londra, 1994, Bölüm 5.

zemin oluşturdu. Bu sistemin analizini ve sonuçlarını sonraki bölüme ayırıyorum.

3) Elektrik enerjisinin iletişimde kullanımı, on dkuzuncu yüzyılın önemli keşifleri arasındaydı.⁵⁸ Elektromanyetik telgraflı ilk deney 1830'larda Birleşik Devletler'de, İngiltere'de ve Almanya'da yapıldı. İlk gerçek telgraf sistemleri 1840'larda tesis edildi. Elektromanyetik iletim 1870'lerde szn aktarımına başarılı bir şekilde tatbik edildi ve ticari kullanımlı telefon sistemlerine dair gelişimin temelini oluşturdu. Ondokuzuncu yüzyılın son onyılında Marconi ve diğerkleri, elektronik dalgalar yoluyla sinyallerin iletimi üzerine yaptıkları deneyler sayesinde iletici tellere olan ihtiyaç sorununu gidermeye başladılar. Marconi, 1898'de, sinyalleri deniz boyunca 23 km başarıyla ilette. 1889'da ise İngiliz Kanalı boyunca sinyalleri aktardı. Elektronik dalgalar vasıtasıyla konuşma aktarımı teknolojisi yirminci yüzyılın ilk onyılında Fessenden ve diğerkleri tarafından geliştirildi. Birinci Dünya Savaşından sonra Birleşik Devletlerde Westinghouse ve İngiltere'de Marconi, yayıncılık deneylerine başladı –açarsak, elektromanyetik dalgalar yoluyla belirsiz ve potansiyel açıdan büyük dinleyicilere ileti aktarımı deneyleri. Yayıncılık sistemlerinin sonraki gelişimi –1920'lerden başlayarak radyo, 1940'ların sonlarından itibaren televizyon- hızlı ve yaygındı.

Bu değerişik teknolojilerin gelişimi ve işletimi ekonomik, siyasal ve zorlayıcı iktidarla karmaşık yönlerde i içedir. Ticari, siyasal ve askeri ihtiyaçlar, daha sonraki bir bölümde

⁵⁸ Teknik yenilikler hakkında daha çok ayrıntı için bkz. M. MacLaren, *The Rise of the Electrical Industry during the Nineteenth Century*, Princeton Üniversitesi, Princeton, 1943; D. G Tucker, 'Electrical Communication ', *A History of Technology*, Cilt 6; *The Twentieth Century c. 1990 to c. 1950*; Oxford Üniversitesi Yayınları, Oxford, 1978.

göreceğimiz gibi, on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısındaki kablo ağlarının genişlemesinde hayati rol oynadılar. Marconi'nin telsiz telgrafla ilgili ilk deneyleri İngiliz Postanesi, Deniz Kuvvetleri ve Savaş Ofisi tarafından desteklendi ve Britanya Donanması Marconi'yle sözleşmeler yaptı. Radyonun ticari potansiyelini ve stratejik önemini kabul eden Britanya, Almanya, Amerikan hükümetleri ve askeri oluşumlar etkin bir rol üstlendi.⁵⁹ Yayıncılık sistemlerinin sonraki evrimi, bir ulusal bağlamdan diğerine muazzam derecede değişkenlik gösteren ve genellikle, bir yanda medya endüstrilerinin ticari çıkarlarını, diğer yanda yeni medyayı düzenlemeye, yeşertmeye ve denetlemeye yönelik siyasal ilgi arasında bir anlaşma türünü temsil eden kurumsal çerçeveler içinde ortaya çıktı.

On dokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarındaki gelişmelerin bizlere bıraktığı medya ortamına dair miras günümüzde oldukça akışkandır. Bu, kısmen, yüzyıldan daha önce harekete geçirilen yoğunlaşma süreçlerinin bir sonucudur: İletişim holdinglerinin büyümesi sürmüş ve bunların talancı eylemleri hükümet denetimlerinin gevşemesiyle pek çok alanda hararetli bir noktaya ulaşmıştır. Küreselleşme süreçleri, dünyanın en uzak yerlerini daha sıkı ve daha fazla karşılıklı bağımlılık ağlarıyla sardığı için derinleşmiştir. Gelgelelim yeni etkenler de vardır. Bunlar arasında, sayısal sistemli kodlama temelindeki yeni enformasyon süreçlerinin gelişmesi, ortak bir sayısal iletişim, işleme ve depolama ile ilgili iletişim ve enformasyon teknolojilerinin tedrici yöndeşmesi bulunmak-

⁵⁹ Bkz. W. R. Maclauren, *Invention and Innovation in the Radio Industry*, Macmillan, New York, 1949; S. G. Sturmey, *The Economic Development of Radio*, Duckworth, Londra, 1958.

tadır.⁶⁰ Bu gelişmeler, içinde enformasyon ve sembolik içeriğin hızlı bir şekilde ve farklı formlara görece kolay bir şekilde dönüştürülebildiği yeni bir teknik senaryo yaratmaktadır. Bu gelişmeler, enformasyonu işlemede ve yaymada çok daha esnek olanaklar sunmaktadır. Sonraki bölümlerde –bu gelişmelerle bağlantılı aşırı iyimser bazı iddiaları olduğu kadar- gelişmelerin bazı etkilerini araştıracağız. Ancak öncelikle bu bölümde çerçevesi kurulan temeli anımsatmak ve izini sürdüğümüz gelişmeler hakkında farklı bir düşünme yönteminin ayrıntılarını ortaya koymak istiyorum.

⁶⁰ Bkz. Peter Hall ve Paschall Preston, *The Carrier Wave: New Information Technology and the Geography of Innovation, 1846–2003*, Unwin Hyman, Londra, 1988, Bölüm 4.

III

DOLAYIMLI ETKİLEŞİMİN YÜKSELİŞİ

İnsanlık tarihinin uzun bir bölümünde çoğu toplumsal etkileşim biçimi yüzyüze geçmiştir. Bireyler, esas olarak ortaklaşa paylaştıkları fiziksel bir mekânda bir araya gelerek ve sembolik biçimleri değiş tokuş ederek veya başka tür eyleme girişerek birbirleriyle etkileşim kurdular. Gelenekler, öncelikle sözlü karakterliydi. Geleneklerin varlıklarını devam ettirmesi, yüzyüze etkileşim bağlamlarında gerçekleşen hikaye anlatma gibi etkinlikler yoluyla, devamlı bir yenilenme sürecine bağlıydı. Bu yüzden geleneklerin içeriği bir miktar açık uçluydu, çünkü yenilenme süreci, tıpkı bir ortaçağ ozanının kendinden önce anlatılan bir hikayeyi her bir anlatışında yeniden oluşturmasındaki gibi, içinde bireylerin kendi hafızaları ve davranışlarına kazınmış ifadeleri ve eylemleri mümkün olduğu kadar iyi tekrar ettiği bir dizi yaratıcı eylem süreciydi. Gelenekler ayrıca coğrafi erişim koşullarına da kısıtlanmıştı, çünkü geleneklerin yayılması bireylerin bir mekândan diğerine fiziksel hareketlerine ve yüz yüze etkileşimlerine bağlıydı.

İletişim medyasının gelişimi geleneksel toplumsal etkileşim desenlerini nasıl etkiledi? On beşinci yüzyılın sonlarından itibaren medya ürünlerinin artan yayılımının toplumsal etkilerini nasıl anlamlandırmalıyız? Bu soruları yanıtlamak için yeni iletişim medyasının gelişiminin, sadece temel toplumsal ilişkileri değişmemiş bireyler arasındaki enformasyon aktarımına hizmet edecek yeni ağlar tesis etmediğini anlamamız gerekir. İletişim medyasının gelişimi daha ziyade, *yeni* etkileşim ve eylem biçimleri, *yeni* toplumsal ilişki biçimleri –insanlık tarihinin uzun bir dönemine hakim olmuş yüzyüze etkileşim türünden oldukça farklı biçimler- yaratmıştır. İletişim medyasının gelişimi, ayrıca, zaman ve mekân boyunca gerçekleşen insanı etkileşim kalıplarının karmaşık bir yeniden düzenlenmesine yol açmaktadır. İletişim medyasının gelişimiyle birlikte toplumsal etkileşim, fiziksel mekândan ayrıldı. Bu sayede bireyler, ortak bir zaman-mekân bağlamını paylaşmasalar bile birbirleriyle etkileşim kurabilirler. İletişim medyasının kullanımı, böylece, mekânda (ve belki de zamanda) genişletilebilen yeni etkileşim biçimlerini olanaklı kılmaktadır. Bu biçimler yüz yüze iletişimden farklı bir dizi özelliğe sahiptir. İletişim medyasının kullanımı, ayrıca, bireylerin uzak yerlerde meydana gelen eylem ve olaylara tepki vermelerine olanak sağladığı gibi, onların zaman ve mekânda dağılmış başkalarına yönelik eylemde bulunmalarına imkan sağlayan yeni ‘uzakta eylem’ biçimleri oluşturmaktadır.

Bu bölümde, medya tarafından yaratılan yeni eylem ve etkileşim biçimleri için kavramsal bir çerçeve geliştirmeye çalışacağım. Önce üç etkileşim biçimini ayırmakla ve onların özelliklerini analiz etmekle başlayacağım.

Daha sonra, 'kitle medyası' tarafından yaratılan etkileşimsel durumlar üzerine yoğunlaşacağım. Televizyon örneğini alarak televizyonun özelliklerini biraz ayrıntılı inceleyeceğim. Son iki kısımda iletişim medyası kullanımının sağladığı uzaktaki eylem biçimlerinin bazılarını araştıracağım.

Üç Tip Etkileşim

İletişim medyasının kullanımı tarafından yaratılan etkileşimsel durum tiplerini araştırmak için -'yüzyüze etkileşim', 'dolayımlı etkileşim' ve 'yarı dolayımlı etkileşim' olarak adlandıracağım- üç tip etkileşim biçimi arasında ayırım yapmak yararlıdır. Yüzyüze etkileşim *ortak bir arada bulunma bağlamı* içinde oluşur; etkileşim içerisindeki katılımcılar o anda hazırdırlar ve ortak bir zaman-mekân referansını paylaşırlar. Bu nedenle katılımcılar aracısızlığı gösteren ifadeler ('burada', 'şimdi', 'bu', 'şu' gibi) kullanırlar ve bunların anlaşılacağını varsayarlar. Şayet bir işaret zamirinin göndergesi belirsizse, konuşmacı, konu edilen nesneyi işaret ederek karışıklığı önleyebilir. Yüzyüze etkileşim genellikle iki yönlü enformasyon akışını içermesi; alımlayıcıların (en azından ilkece) üreticilere tepki verebilmesi ve üreticilerin bu tepkilerin alımlayıcıları olabilmeleri bağlamında *söyleşmelidir* (dialogical). Yüzyüze etkileşimin ek bir özelliği, katılımcıların iletileri aktarmak ve kendilerine aktarılanları yorumlamak için *çoğul sembolik ipucu* kullanmalarıdır. Bu etkileşim sözcükler, göz işaretleri ve jestlerle, kaş çatmaları ve gülümsemelerle, tonlama değişiklikleriyle tamamlanabilir. Yüzyüze etkileşimin katılımcıları iletideki belirsizliği

azaltmak ve iletinin anlaşılmasını kolaylaştırmak için sembolik ipuçları kullanarak, kendilerini sürekli ve rutin bir şekilde konuşmacıların kullandıkları değişik sembolik ipuçlarını karşılaştırmaya adanmışlardır. Katılımcıların birbirleriyle uyuşmayan ipuçlarını ve uyumsuzlukları keşfetmesi, etkileşimin devamını tehdit edebilen ve konuşmacının saygınlığı konusunda şüphe yaratabilen bir sorun kaynağı olabilir.

Yüzyüze etkileşim, mektup yazma, telefon konuşması ve bunun gibi etkileşim biçimleri anlamında kullandığım 'dolayımlı etkileşim'den farklıdır. Dolayımlı etkileşim mekân, zaman veya her ikisi bağlamında uzakta olan bireylere enformasyon veya sembolik içeriğin aktarılması imkanını sağlayan (kağıt, elektrik telleri, elektromanyetik dalgaları gibi) teknik medyanın kullanımını içerir. Dolayımlı etkileşimin mekân ve zaman boyunca genişletilmesi ona yüz yüze etkileşimden farklı bir dizi özellik kazandırır. Yüzyüze etkileşim ortak birarada bulunma bağlamında gerçekleşirken, dolayımlı etkileşim içindeki katılımcılar zamansal ve/veya farklı bağlamlarda yer alırlar. Katılımcılar aynı zamansal-mekânsal referans sistemini paylaşmazlar ve kullandıkları aracısız ifadeleri muhataplarının anlayacaklarını zannetmezler. Bu yüzden katılımcılar, değiş tokuşta ne kadar bağlamsal enformasyonun bulunması gerektiğini daima dikkate almak durumundadırlar –örneğin bir telefon konuşmasının başında kendini tanıtmaya veya bir mektubun üstüne yer ve tarihin konulması gibi.

Dolayımlı etkileşim, katılımcıların kullanabilecekleri sembolik ipuçları alanının darlığını da kapsar. Örneğin mektuplar aracılığıyla etkileşim, katılımcıları fiziksel bir

arada olmayla ilintili (jestler, yüz ifadeleri, tonlama gibi) bir dizi ipucundan yoksun bırakırken, (yazmayla bağlantılı) başka ipuçları vurgulanır. Aynı şekilde telefon aracılığıyla iletişim sözlü ipuçlarını korur ve öne çıkarırken, yüzyüze etkileşimle ilgili görsel ipuçlarına yer vermez. Dolayimli etkileşim, sembolik ipuçları sahasını daraltmakla, katılımcılara belirsizliği azaltacak daha az sembolik araçlar sunar. Bu etkileşim bu nedenle yüz yüze etkileşimden biraz daha açık uçlu özelliktedir. Bireyler, sembolik ipuçları alanı daraldığında, aktarılan iletileri yorumlamak için kendi kaynaklarına daha fazla yönelmek zorunda kalacaklardır.

Şimdi -'yarı dolayimli etkileşim'- olarak adlandırdığım üçüncü etkileşim biçimini ele alalım. Bu terimi (kitaplar, gazeteler, radyo, televizyon gibi) kitle iletişim medyası tarafından tesis edilen toplumsal ilişki türlerine gönderme yapmak için kullanmaktayım.¹ Dolayimli etkileşim gibi, bu üçüncü etkileşim biçimi de zaman ve/veya mekânda enformasyon ve sembolik içeriğin yaygınlaştırılmış varlığını içerir. Başka anlatımla yarı dolayimli etkileşim zaman ve mekân boyunca genişletilir. Yüzyüze etkileşimle karşılaştırıldığında bu etkileşim ayrıca sembolik ipuçları alanında belirli bir daralmayı içerir. Gelgelelim, yarı dolayimli etkileşimi yüzyüze etkileşim ve dolayimli etkileşimin ikisinden de farklı kılan iki anahtar nokta vardır. İlki, yüzyüze etkileşim ve dolayimli etkileşime giren katılımcıların özgül ötekilere yönelmele-ridir. Bu etkileşimdeki katılımcılar özgül ötekiler için eylem

¹ Bu terim, Horton ve Wohl'un anlatımı ile benzerlik taşımaktadır: erken dönemdeki bir makalelerinde Horton ve Wohl kitle iletişiminin, kendilerinin 'toplum ötesi etkileşim' olarak adlandırdıkları bir sosyal ilişki biçimine neden olduğunu ifade etmişlerdir. Bkz. Donald Horton ve R. Richard Wohl, 'Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance', *Psychiatry*, 19, 1956, s. 215-29.

ve ifade üretirler. Buna karşın yarı dolayımli etkileşim durumunda sembolik biçimler, belirsiz sayıdaki potansiyel alımlayıcılar için üretilir. İkincisi, yüzyüze etkileşim ve dolayımli etkileşim söyleşmeli doğaya sahipken, yarı dolayımli etkileşimin, iletişimin akışının ağırlıklı olarak tek-yönlü olması bağlamında, monolojik özellikli olmasıdır. Örneğin bir kitabın okuyucusu, üreticisi doğrudan ve ani tepki talep etmeyen (ve genellikle bu tepkiyi alamayan) sembolik bir formun başlıca alımlayıcısıdır.

Dolayımli yarı etkileşim monolojik özellikte olduğu ve belirsiz potansiyel alımlayıcılara yönelik sembolik formların üretimini kapsadığı için, onu bir yarı etkileşim türü olarak nitelemek yerindedir. Bu etkileşim dolayımli ve yüzyüze etkileşim biçimlerinin kişilerarası özellik ve karşılılık düzeyine sahip değildir. Gelgelelim yarı dolayımli etkileşim yine de bir etkileşim biçimidir. Bireylerin iletişim ve sembolik değiş tokuş sürecinde birbirilerine bağlandıkları belirli bir toplumsal durum yaratmaktadır. Bu, bazı bireylerin fiziksel olarak aynı mekânı paylaşmadıkları başkalarına sembolik formlar ürettikleri yapılaşmış bir durumdur. Süreçte, başkaları, esas olarak tepki veremedikleri ancak arkadaşlık, duygu veya samimiyet bağları kurabilecekleri birilerinin ürettikleri sembolik biçimleri almaktadırlar.²

Tablo 3.1 üç tip etkileşim arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları özetlemektedir. Tablo, zaman-mekân oluşumu ve sembolik ipuçlarına erişim sahası bağlamında, dolayım-

² Elbette bir okuyucunun yazara cevap verme yolları vardır: Yazara (eğer hala yaşıyorsa) yazabilir ya da yazarın okuyabileceği bir eleştiri yazabilir veya yazar tarafından yazılan diğer tüm eserleri okumayı reddedebilir. Fakat bu cevap şekilleri, niteliksel olarak sınırlıdır ve yüzyüze iletişim ya da dolayımli etkileşimin söyleşimsel fikir teatisi özelliğinden oldukça farklılık gösterir.

lı etkileşim ve yarı dolayimli etkileşimin yüz yüze etkileşimden farklı olduklarını göstermektedir. Gelgelelim yarı dolayimli etkileşim, eylem yönelimi ve monolojik karakter açısından dolayimli etkileşimden ayrılır.

Tablo 3.1 Etkileşim tipleri

Etkileşimsel özellikler	Yüzyüze etkileşim	Dolayimli etkileşim	Yarı dolayimli etkileşim
Zaman-mekân oluşumu	Ortaklaşa biraradalık bağlamı; paylaşılan zamansal-mekânsal referans sistemi	Bağlamların ayrımı; zaman ve mekânda genişletilmiş mevcudiyet	Bağlamların ayrımı; zaman ve mekânda genişletilmiş mevcudiyet
Sembolik ipuçları sahası	Sembolik ipuçlarının çokluğu	Sembolik ipuçlarının azlığı	Sembolik ipuçlarının azlığı
Eylem yönelimi	Özgül ötekilere yönelim	Özgül ötekilere yönelim	Belirsiz potansiyel alımlayıcılar sahasına yönelim
Söyleşmeli (diyalojik)/Tek yönlü (monolojik)	Söyleşmeli	Söyleşmeli	Tek yönlü

Bu üç tip etkileşim tipi arasında ayırım yapmakla, özel etkileşimsel durumların bu etkileşim türlerine her zaman uyduklarını iddia etmek istemiyorum. Tersine, günlük yaşamın akışında gelişen çoğu etkileşimler, farklı etkileşim biçimlerinin sentezini içerebilirler. Diğer anlatımla, etkileşim tipleri melez karakterlidir. Örneğin bireyler, televizyon seyrederken aynı odayı paylaştığı başkalarıyla tartışabilir ve

böylece aynı etkileşimsel durumda yüzyüze etkileşim ile yarı dolayimli etkileşimi kaynaştırabilirler. Benzer şekilde, bir televizyon programının farklı alımlayıcıları ile televizyon programında yer alan panelin üyeleri ile stüdyodaki izleyici topluluğu arasında ilişkiler birlikte değerlendirildiğinde, program yarı dolayimli etkileşim biçimi olmasına karşın panelde yer alanlar ve stüdyodaki izleyici topluluğu arasındaki yüzyüze etkileşimi de içerebilmektedir. Daha karmaşık varyasyonları kanıt olarak ortaya koymak kolaydır (örneğin bir stüdyo panelindeki üyelerin, televizyonda kendilerine yöneltilen ve tepkileri izler kitle tarafından işitilen ve görülen sorulara yanıt vermeleri). Yukarıda taslağı çıkarılan analitik çerçevenin kazançlarından birisi, bizleri bu tür karmaşık durumları kapsayan farklı etkileşim tiplerini ayırmaya muktedir kılmasıdır. Bu durumlar bir derece incelikli ve duyarlıklı analize ve böylece medya tarafından yaratılan etkileşimsel durumlara yönelik acele değerlendirmelerden kaçınmaya olanak sağlamaktadır. (Bu yanlış anlamaları daha sonra ele alacağız.)

Bu noktada daha ileri bir değerlendirmenin eklenmesi gerekir: Bu üç tip etkileşimi ayırmakla, örneğin, alımlayıcılara daha fazla girdi sağlayan yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı yeni etkileşim biçimleri olasılığını göz ardı etmek istemiyorum.³ Yukarıda taslağı çıkarılan analitik çerçeve,

³ Telekomünikasyon sisteminin bilgisayar teknolojisi ile birlikte kullanımı, bazı yönlerden yarı dolayimli ve dolayimli etkileşim özelliklerinden uzaklaşan iletişim ve etkileşim biçimlerinin ortaya çıkışına neden olabilir. Örneğin, bilgisayar ağları, özünde “çok kullanıcıdan çok kullanıcıya” (konferans, forumlar, vb.) özelliğine sahip olan, ancak belli kişiler dışındakilere bu hizmetleri sunmayan, iki yönlü bir iletişime olanak sağlamaktadır. Etkileşim ya da ‘bilgisayar-dolayimli etkileşim’ biçimleri hakkında görüşler için bkz. Linda S. Harasim, John Si Quarterman ve Howard Rheingold, *Global Networks: Computers and International Communication*, MIT Press, Cambridge, 1993, Bölüm 1.

değeri bu çerçevenin kullanılışlılığına göre değerlendirilmesi gereken sezgisel bir keşif olarak zihinde kurulmaktadır; daha özgöl amaçlar için daha ayrıntılı analitik bir çerçeve olasılığına açıktır.

Sonraki bölümde, medyanın yarattığı toplumsal ilişkilerin bazı etkileşimsel özelliklerini incelemek için bu analitik çerçeveden yararlanacağım. Ancak önce, tarihsel olarak kullanışlı bu analitik çerçevenin, yeni iletişim medyasının on beşinci yüzyılın ortasından itibaren başlayan gelişimini anlamaya nasıl katkı sağlayabileceğini göstermek istiyorum. Avrupa'da modern dönemin öncesinde ve dünyanın diğer bazı bölgelerinde son yıllara kadar, çoğu insan için sembolik içerik ve enformasyon alışverişı özellikle yüzyüze durumlardaki bağlamda ortaya çıkan bir süreçti. Dolayimli etkileşim ve yarı dolayimli etkileşim biçimleri var oldu; gelgelelim bunlar görece sınırlı kaldı. Dolayimli veya yarı dolayimli etkileşime katılmak siyasal, ticari veya dinsel seçkinlere ait olan okuma veya yazma kapasitesi gibi özel yetenekler gerektiriyordu. Ne var ki on beşinci ve on altıncı yüzyıl Avrupasında basımcılık endüstrisinin yükselişı ve daha sonra dünyanın diğer bölgelerinde gelişimi ve ondokuzuncu ile yirminci yüzyıllarda değişik elektronik medya türlerinin ortaya çıkışıyla birlikte, yüzyüze etkileşim, giderek dolayimli ve yarı dolayimli etkileşim biçimlerine takviye edildi. Toplumsal dünyadaki enformasyon ve sembolik içerik alışverişı, aynı mekânı paylaşan bireyler arasındaki yüzyüze etkileşim bağlamları yerine, her zamankinden daha fazla boyutta dolayimli ve yarı dolayimli etkileşim bağlamlarında gerçekleşti.

Dolayimli ve yarı dolayimli etkileşimin tarihsel yükselişı illâ yüzyüze etkileşim aleyhine gerçekleşmedi. Bazı

durumlarda medya ürünlerinin yayılımı, yüzyüze etkileşimi teşvik etti –önceki bölümlerde görüldüğü üzere Avrupa’da modern dönemin başlarında yazılı sözcükleri işitmek üzere bir araya gelmiş bireylere kitaplar okunması durumunda olduğu gibi. Gerçekten de on altıncı ve on yedinci yüzyıllarda kitapların çoğu sesli okunacak bir görsellikte kurgulandı: Kitaplar, göze olduğu kadar kulağa da hitap etti ve böylece yüzyüze etkileşim bağlamlarına yeniden ilişkilendirilmesi (re-embedded) amacıyla üretildi.⁴ Gelgelelim dolayimli ve yarı dolayimli etkileşimin giderek artan önemi ve alımlama ile özgüllemenin yeni biçimlerindeki tedrici gelişmeler (okumanın sessiz, münzevi bir pratik olarak gelişimi gibi⁵), toplumsal yaşamın modern dünyada giderek yüz yüze karakterli olmayan etkileşim formlarından oluştuğu anlamına gelmektedir. Dolayimli ve yarı dolayimli etkileşimin yükselişiyle birlikte, toplumsal yaşamın ‘etkileşimsel sentezi’ değişikliğe uğramıştır. Bireyler yavaş yavaş günlük yaşamlarında doğrudan etkileşime geçtiği kişilerden daha farklı olan enformasyon ve sembolik içerikle beslenir hale gelmektedir. Geleneklerin yaratımı ve canlanması, giderek dolayimli sembolik mübadeleye bağlı olan süreçlerdir. İzleyen bölümlerde bu dönüşümün bazı sonuçlarını araştıracağız.

⁴ Bkz. Roger Chartier, *The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries*, Çev. Lydia G. Cochrane, Polity Press, Cambridge, s. 8.

⁵ Bkz. Paul Saenger, ‘Silent Reading: Its Impact in Late Medieval Script and Society’, *Viator: Medieval and Renaissance Studies*, 13, 1982, s. 364–414; Robert Darnton, ‘History of Reading’, ed. Peter Burke, *New Perspectives on Historical Writing*, Polity Press, Cambridge, 1991, s. 140–67.

Yarı Dolayımlı Etkileşimin Toplumsal Örgütlenmesi

Şu ana dek birkaç etkileşim biçimi arasında ayırım yapmak ve bu biçimlerin genel bazı özelliklerini tanımlamakla ilgilendim. Bu bölümde yarı dolayımlı etkileşim üzerine odaklanmak ve onun özelliklerini ayrıntılı incelemek istiyorum. Bu defa Goffman'ın çalışmalarından çıkarılan daha ileri bir ayırımla başlamak yararlıdır.⁶ Herhangi bir eylem veya gösterim, performansın geçtiği ortamın fiziksel özellikleri kadar (mekânsal yerleşim, mobilya, donanım, elbise gibi) belirli yargılar ve uzlaşımları da içeren özel bir etkileşim çerçevesinde gerçekleşir. Bu çerçevede eylemde bulunan birey, kendi imajını, az çok çerçeveye ve bireyin iletmeyi arzuladığı izlenimle sergilemeye çalışarak, kendi davranışını bir ölçüde bu çerçeveye uyduracaktır. Eylem çerçevesi ve bu çerçevenin içinde yer alan bireyler tarafından öne çıkarılan özellikler, Goffman'ın 'ön bölge' olarak nitelediği alanı kapsar.⁷ Uygunsuz olduğu düşünülen veya kişinin kendini sergilemeye çalıştığı imaja gölge düşürebilecek benlik görünüşleri ve eylemleri, başka ortam ve karşılaşmalar için bastırılır ve yedeğe alınır. Arka bölgelerdeki bireyler, ön bölgelerde sunmaya çalıştıkları imajlara ters düşen eylemlerde bulunurlar. Bireyler arka bölgelerde kendilerini yeniler-

⁶ Bkz. Ervin Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Harmondsworth, Penguin, 1969. Goffman'ın çalışması çeşitli yazarlar tarafından imgesel olarak medya analizinde kullanılmaktadır. Bkz. Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford Üniversitesi Yayınları, New York, 1985; David L. Altheide, *Media Power*, Sage, Beverly Hills, 1985; Richard V. Ericson, Patricia M. Baranek ve Janet B. L. Chan, *Negotiating Control: A Study of News Sources*, Toronto Üniversitesi Yayınları, Toronto, 1989.

⁷ Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, s. 100.

ler, kendilerini daha az denetim altında tutarlar – Yani, ön bölgelerde eylemde bulunurlarken başvurdukları aynı yüksek düzeyli düşünömsellikle kendi eylemlerini izlemeye artık gereksinim duymazlar.

Ön ve arka bölgeler arasındaki ayrım pek keskin değildir ve bireyler sürekli olarak davranışlarını kaygan sınırlara göre uyarlarlar. Bazı durumlarda arka bölgeler sadece bir ön bölgenin periferisinde konumlanabilir; öyle ki failler ana gösterimden görece kolay kaçınabilirler; ancak bu durumlarda arka bölgedeki davranışın görölebilmesi veya işitilebilmesi riski daima bulunmaktadır. Bölgeler arasındaki sınırların belirsizliği, fiziksel sınırlar inşa edilerek asgariye indirilebilir. Örneğin restoranlardaki mutfaklar; koridorlar veya döner kapılardan ve yemek yenen bölgelerden genellikle ayrılırlar ve pek çok işyerinin çalışma alanlarından ayrı olan ve bu alanların görölemeyeceği resepsiyon bölgeleri bulunmaktadır. Arka bölge davranışı bireylerin veya örgütlerin yaratmak istediği izlenimle uyuşabildiği için ön ve arka bölgeler arasındaki sınır genelde sıkı bir şekilde denetlenir.

Teknik iletişim aracının kullanımını içersin veya içermesin ön ve arka bölgeler arasındaki ayrım, çoğu eylem bağlamının özelliğidir. Ancak iletişim medyasının kullanımı, ön ve arka bölgelerin doğası ve onlar arasındaki ilişkiler üzerinde oldukça esaslı etkilerde bulunabilir. Dolayimli etkileşim, genellikle katılımcıların konumlandığı bağlamların ayrımını içerdği için, mekânda ve belki de zamanda ayrılan iki veya daha fazla bölgeyi kapsayan etkileşimci bir çerçeve tesis eder. Bu bölgelerin her birinin kendi arka bölgeleri bulunmaktadır ve dolayimli etkileşimdeki her bir katılımcı bu bölgelerin arasındaki sınırı

yönetmeye çabalamak zorundadır. Örneğin telefon konuşması süresince birey, konuştuğu fiziksel yerden kaynaklanan –televizyon sesi, arkadaş veya tanıdığın yorumları ve kahkahaları gibi- sesleri bastırmaya çalışabilir. Bu sesler, dolayimli iletişimle ilgili arka bölge davranışı olarak değerlendirilebilir. Telefonu özel bir odaya ve kapalı kapılarla çevreli münzevi bir mekâna yerleştirmekle, arka bölge davranışından gelebilecek müdahale riski büyük oranda azaltılabilir.

Yarı dolayimli etkileşim durumunda etkileşimci çerçeve, bu etkileşimi bir telefon konuşmasında ortaya çıkan dolayimli etkileşim tipinden farklı kılacak şekilde parçalanır. Sembolik biçimler ('etkileşimci üretim çerçevesi' olarak kavramsallaştıracakım) bir bağlamda üretilir ve başka bağlamlar çoğulluğunda ('etkileşimci alımlama çerçevesi') alınır. Bu bağlamların herbiri, kendi bölgeleri ve bölgesel sınırları tarafından karakterize edilir. İletişim akışı, ağırlıklı olarak tek yönlü olduğu için, üretim çerçevesinin ön bölgesi alımlayıcılara ulaşır ve alımlama çerçeveleriyle ilgili bir ön bölge halini alır. Ancak alımlama alanındaki bölgeler, üretim çerçevesini doğrudan etkilemez ve dolayısıyla da bu çerçeveye ilgili ön ve arka bölgeler değildir.

Etkileşimci alımlama çerçevesi yalnızca televizyon veya diğer teknik biçimler tarafından dolayımlanmış olan yarı etkileşim ortamı olarak değil, aynı zamanda, biraz alımlama eylemine bağlı olan yüzyüze etkileşim ortamı olarak hizmet eder. Örneğin televizyon seyreden ve müzik dinleyen bireyler alımlama eylemine katılırlarken birbirleriyle etkileşim kurabilirler. Bu durumlarda alımlama eyleminin, yüzyüze etkileşimi birincil odağa

alma derecesi bir örnekten diğerine değişkenlik gösterecektir. Bireyler aldıkları iletiler ve imajlar üzerine yorumlamalara giriştikleri zaman, yüzyüze etkileşimdeki konuşma içeriği büyük oranda alımlama etkinliğiyle belirlenebilir. Başka durumlarda, alımlama etkinliği büyük oranda yüz yüze etkileşimin kısıyında yer alabilir ve dolayımıı sembolik biçimler yüzyüze gerçekleşen bir konuşmadaki fon müziği veya sesinden biraz daha fazla alımlanabilir.

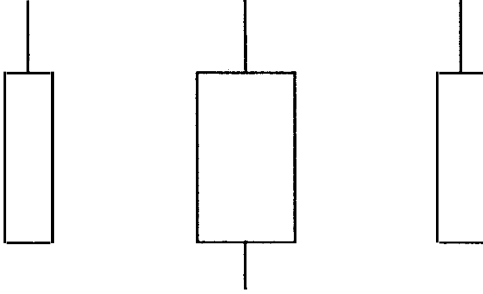
Kuşkusuz ki, etkileşime giren bireyler, bu etkileşim ister dolayımıı isteryüzyüze olsun farketmez, daima değişik türde yeteneklere ve birikmiş kaynaklara başvurmaktadırlar. Bireylerin eylemi, onların erişebilecekleri fırsatlar sahasını yaratan ve sınırlayan yapılaşmış etkileşim alanının daimi bir parçasıdır. Ne var ki dolayımıı ve yarı dolayımıı etkileşim alanlarının günümüzde mekân (ve belki de zaman) sınırlarını aşmaları ve katılımcıların, kurumsal ve yapısal özellikler açısından oldukça farklı bağlamlarda konumlanmaları nedeniyle bu iki etkileşim tipi ek bir karmaşıklık içermektedir.

Şekil 3.1, 3.2 ve 3.3. yüzyüze, dolayımıı ve yarı dolayımıı etkileşimin toplumsal örgütlenmesindeki bazı ayrımları özetlemektedir. Yarı dolayımıı etkileşimi düşünerek ve onu yüzyüze etkileşimle karşılaştırarak bu açıklamayı geliştirebiliriz. Elbette çok farklı yarı dolayımıı etkileşim tipleri bulunmakta; teknik aracın doğası ile tipik özgülleme tarzı gibi durumlara bağlı olarak bu etkileşim tiplerinin özellikleri belli açılardan farklılaşabilmektedir. Burada televizyon örneği üzerine yoğunlaşarak, bu aracın bazı etkileşimsel özelliklerini inceleyeceğim.

Arka bölgeler

Ön bölge

Arka bölgeler

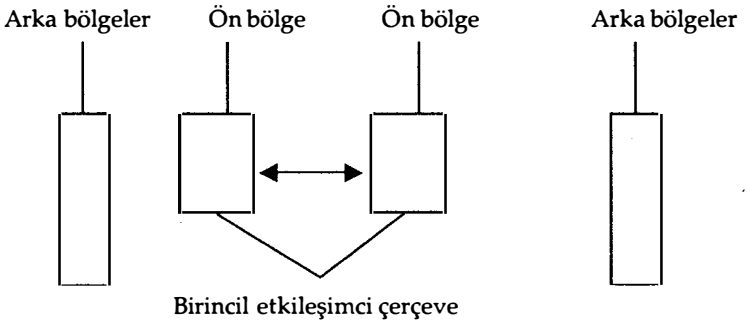


Birincil etkileşimci çerçeve

Şekil 3.1 Yüzyüze etkileşimin toplumsal örgütlenmesi

Televizyonun teknik üstünlüklerinden birisi hem sesli hem de görsel tipte geniş sembolik ipuçlarına yer verme kapasitesidir. Pek çok başka teknik medya sembolik ipuçları sahasını tek tip biçime (konuşulan veya yazılan sözcük gibi) sınırlarken, televizyon, yüzyüze etkileşimin bazı özelliklerini barındıran televizyon deneyimini bahşeden bir sembolik zenginliğe sahiptir: İletişimciler işitilebilir, izlenebilir ve tıpkı günlük toplumsal etkileşimdeki katılımcılar gibi zaman ve mekânda hareket edebilirler. Yine de televizyon izleyicisinin kullandığı sembolik ipuçları sahası, yüzyüze etkileşimdeki katılımcıların kullandıklarından daha farklı ve bazı açılardan daha dardır. Farklıdır, çünkü televizyon, alımlayıcıların dikkatini seçilen bazı özelliklere odaklar ve yüzyüze etkileşimin özelliği olmayan teknikler sahasına (filmlerde geriye dönüşler, ses bindirmeleri, arşiv malzemesi kullanımı gibi) yer verir. Gelgelelim televizyon, bazı açılardan sembolik ipuçlarını daraltır da. Televizyon, pek çok teknik medyadan daha zengin sembolik içeriklere sahip olmasına karşın, yine

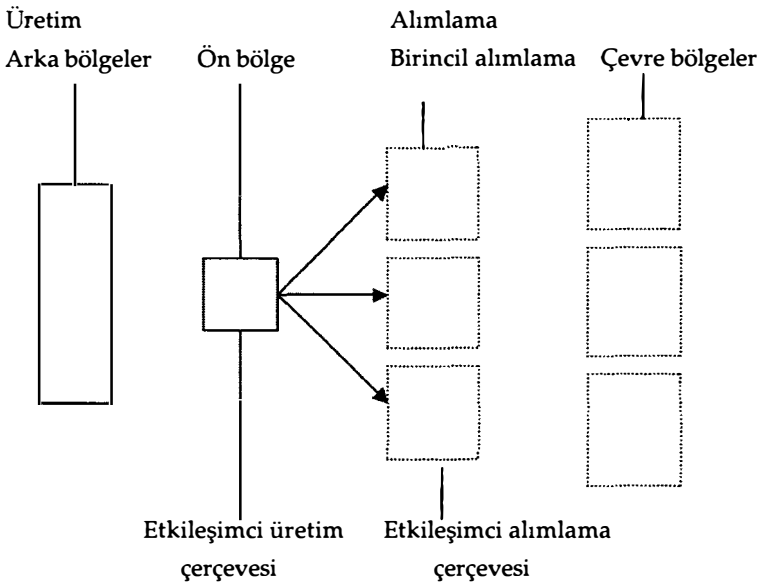
de, dokunmak veya koklamak gibi sembolik ipuçlarını iletememektedir. Üstelik, televizyonun yarattığı yarı dolayımli etkileşim içinde yer alan katılımcılar, yüzyüze etkileşimin bir özelliğı olan ve etkileşim içindeki katılımcıların rutin bir şekilde kendi davranışlarının düşünömsel takibine kattıkları sürekli ve ani geri besleme tiplerinden yoksundurlar.



Şekil 3.2. Teknik dolayımli etkileşimin toplumsal örgütlenmesi

Dolayımli ve yarı dolayımli etkileşimin bütün biçimleri gibi televizyon da, bu araçtan aktarılan iletilerin zaman ve mekânda genişletilmiş erişebilirliğe ulaşması için üretim ve alımlama bağlamlarının ayırımını gerektirir. Ancak televizyon örneğinde bu genişletilmiş erişebilirliğin etkileri yarı dolayımli diğer etkileşim tiplerine göre biraz daha farklıdır; çünkü televizyon sayesinde iletişimde bulunan bireyler, özgül bir zamansal-mekânsal bağlam içinde hareket ediyor görülebilirler. Bu konuları daha ayrıntılı incelemek için üç tip zaman-mekân koordinatı arasında ayırım yapmak yararlıdır. İlk olarak, üretim bağlamlarının zaman-mekân koordinatları bulunmaktadır. Bu koordinat içerisinde iletişimciler eylemde bulunmakta ve birbirleriyle etkileşim kurmaktadır. İkinci-

si, telegörsel iletilerin zaman-mekân koordinatları vardır. Bu koordinatlar üretim bağlamındaki koordinatlarla uyuşabilir veya uyuşmayabilir; koordinatlar, biçimleme ve diğer tekniklerle değiştirilebilir, anlaşılabilir kılınabilir veya tamamen yeniden tanımlanabilir. Üçüncüsü, farklı alımlama bağlamları koordinatları bulunmaktadır. Televizyon tarafından yaratılan yarı etkileşim bu üç koordinat düzeneğiyle birlikte, 'zaman-mekân eklemelenmesi' olarak tanımlayacağım daimi bir süreci içerir. Telegörsel iletileri alan bireyler, alımlama bağlamlarının zaman-mekân koordinatlarından farklı olan zaman-mekân koordinatlarına yönelirler veya dolayımli zaman-mekân çerçeveleri içine eklemelenirler.



Şekil 3.3 Yarı dolayımli etkileşimin toplumsal örgütlenmesi

Telegörsel yarı etkileşim böylece *süreksiz zaman-mekân deneyimi* olarak adlandıracağım şeyi yaratır. Televizyon seyreden bireyler gündelik yaşamlarının zaman-mekân çerçevelerini bir ölçüde askıya almak ve farklı zaman-mekân koordinatlarına kendilerine bırakmak zorundadırlar. İzleyiciler farklı zaman-mekân çerçeveleri arasında müzakere yapmalı, zamanların ve yerlerin dolayımı deneyimini kendi gündelik yaşam bağlamlarıyla ilişkilendirmelidirler. İzleyicilerin bu çerçeveleri müzakere etme kapasitesi ve gündelik yaşam bağlamlarına güvenli bir şekilde dönmeleri, usta televizyon seyircileri olarak sahip oldukları yeteneklerinin bir parçasıdır. Telegörsel iletiler onlara bu süreçte yönlendirecek sembolik ipuçları çeşitliliğini sunar. Örneğin Britanya'da tipik bir akşam haberleri programı Londra'nın görsel bir manzarasıyla veya program yayına girdiği anda çalan Big Ben karesiyle başlayabilir; ve dünyanın farklı yerlerindeki özel haberlere genellikle bindik imajlar (Beyaz Saray, Kremlin gibi) ve habercinin konuştuğu yer hakkında giriş niteliğinde ve sonuçlandırıcı ifadeleri buna eşlik edebilir. Haberlere muhatap kalan izleyici, dünyanın farklı bölgelerine muhayyel yönde seyahat etmeye hazırlanacak, ancak bu hayal edilmiş zamansal uzaklaşım görece kısa olduğunu (çoğu durumda bir günden fazla değil) kabul edecektir.

Telegörsel yarı etkileşimin başarıyla tamamlanması, alımlayıcıların hareket halindeki farklı zaman-mekân çerçeveleriyle etkili pazarlık kurabilme derecesine bağlıdır. İzleyiciler bir haber programını veya belgeseli açarlar ve sunulan olayların zaman-mekân koordinatları hakkında emin olmazlarsa kendilerini şaşkın ve yönelimsiz kalmış hissederler. İzleyiciler, kendilerini, programın ve program-

da sergilenen dünyanın zaman-mekân koordinatlarına yöneltmeye yardım edecek sembolik ipuçları arayacaklardır. Bu koordinatları tesis edene kadar bireylerin iletiyi anlamaları ve günlük yaşam bağlamlarıyla ilişkilendirmeleri zordur.

Telegörsel yarı etkileşimin zamansal ve mekânsal özelliklerini incelemede haberleri izleme örneğinden yararlandım. Açıktır ki gerçek kişileri veya olayları sergilemeye çalışan haber ve diğer programları izlemek zaman-mekân eklemlenmesinin belirli bir tipini kapsar, çünkü izleyiciler, birey veya olayların gerçek zaman ve mekânda –her ne kadar alımlama bağlamının zaman-mekân koordinatlarıyla bitişik ve eşzamanlı olmayan bir zaman ve mekân içindeyse de- var olduklarını zannederler. Gerçek olduğu varsayılan zaman-mekân bölgelerinin eklemlenmesi, izleyicilerin kurgusal karakterde olduğunu bildikleri ve böyle olduğuna inandıkları programları izlemeyi içeren eklemleme türlerinden ayırt edilebilir. Bu durumlarda izleyiciler, sembolik ipuçlarının çeşitliğinin (*Dallas*, *Miami Vice*, *LA Law*, *NYPD Blue* gibi bir programın veya dizinin adı) rehberlik yaptığı özel zaman-mekân koordinatları düzeneklerine doğru kendilerini yönlendirirler; ancak bu koordinatların gerçek zaman ve mekânla bağlantısı olduğu düşüncesini askıya alırlar. İzleyiciler, her ne kadar gerçek bir yer ve gerçek bir zamanla kurgusal bir ilişki taşıyabildiğini öngörse de, hayali olduğu varsayılan bir zaman ve mekâna girerler (örneğin *Dallas*, Texas). Sonraki bölümde, bireylerin kendilerine televizyonun ve diğer medyanın sunduğu değişik dünyaları tecrübe etme tarzlarını daha ayrıntılı inceleyeceğim. Bu noktada sadece şu gerçeğe dikkati çekmeyi istiyorum ki, televizyon izleme, gerçek zaman-mekân ka-

dar imgesel bir zaman-mekân eklemelenmesi türünü baştan varsaymakta ve izleyiciler bunlar arasındaki sınırlarları sürekli ve rutin bir şekilde müzakere etmektedir.

Bu yüzden telegörsel yarı etkileşim, farklı zaman-mekân koordinat alanlarının içiçe girmesi bakımından analiz edilebilir. Katılımcıların zaman-mekân koordinatlarının aynı veya çok benzer olduğu yüzyüze etkileşimin tersine, telegörsel yarı etkileşim, alımlayıcılarca tamamlanması gereken farklı zaman-mekân koordinatlarını içermektedir. Yetenekli izleyiciler zaman-mekân eklemlemede ustadırlar: Hangi sembolik ipuçlarını aradıklarını bilirler, kendilerini iletinin ve ileti içinde sunulan dünyanın zaman-mekân koordinatlarına ayarlamak için bu ipuçlarından ustaca yararlanırlar. İzleyicilerin zaman-mekân deneyimleri artık onların bedenlerinin zaman-mekân içindeki fiziksel hareketlerine, paylaşılan bir yerde ötekilerle yüzyüze etkileşimlerine kısıtlanamaz. Bir düğmeyi çevirmeyle gerçek ve hayali dünyalar arasında gezinebildikleri için izleyicilerin zaman-mekân deneyimleri giderek süresiz hale gelir. Bu artan hareketliliğe karşın yine de çoğu izleyici için alımlama bağlamının zaman-mekân çerçevesi 'demirleme çerçevesi' olarak kalmayı sürdürür; çünkü izleyicilerin hayat tasarıları esas olarak gündelik yaşamlarındaki pratik bağlamlar içine kökleşmiştir (Bu konuya yedinci bölümde döneceğiz.)

Şimdi dikkatimizi televizyonun bir diğer yanına çevirelim: Monolojik karakterine. Yarı etkileşimin tüm biçimleri gibi, televizyon da ağırlıklı olarak üreticilerden alımlayıcılara doğru tek yönlü ileti akışı sunar. Telegörsel yarı etkileşimde mübadele edilen iletiler genellikle bir tek katılımcı seti tarafından üretilir ve yarı etkileşimin içeriğini ve yö-

nünü doğrudan etkileme fırsatı görece az olan belirsiz alımlayıcı grubuna aktarılır. Şüphesiz alımlayıcıların müdahil olabileceği bazı kanallar vardır. Belirli programları beğenip beğenmediklerini söylemek için televizyon şirketlerine yazabilir ya da telefon açabilirler. Program saatlerini etkilemek babında baskı grupları oluşturabilirler. Bazı kanalların az sayıda izleyicinin kanaatlerini ifade etmesine olanak veren 'cevap hakkı' programları vardır. Gelgelelim, pratikte alımlayıcıların müdahil olduğu bu yollar görece az sayıdaki bireylerce kullanılır. Alımlayıcıların çok büyük çoğunluğunun yarı etkileşime katıldıkları tek yol, televizyonu açıp açmama, çalışır durumda bırakıp bırakmama ya da televizyonun kanallarını çevirerek veya kapatarak yayını sona erdirip erdirmeme kararıdır.

Üreticiler ve alımlayıcılar arasındaki yapısal eşitsizlik, sadece televizyonun monolojik karakterinden ileri gelmez. Televizyonun monolojik özelliği ve bu özellikle bağlantılı bağlamların ayrımı nedeniyle telegörsel yarı etkileşim (ve bu etkileşimin içinde biçimlenen ilişkiler), yüzyüze etkileşimin rutin ve daimi bir özelliği olan başkalarının tepkilerine yanıt verme özelliğinden yoksundur. Yüzyüze durumlarda muhataplar, söylediklerine diğerlerinin tepki verme şekillerini hesaba katma ve bu tepkiler ışığında sonraki eylemlerini ve ifadelerini düzeltme yeteneğindedirler (ve genellikle de buna zorunludurlar). Örneğin birisine yönelik konuşan ve karşısındakinin konuşulanları takip ettiğini gösterecek işaretler vermedeki başarısızlığını (göz teması eksikliği, 'evet' veya 'hı' gibi bir onaylayıcı ifadenin bulunmaması gibi) gören bir kişi, tepkisini ortaya koymak için karşısındakinin kendisini dinleyip dinlemediğini anlamaya yönelik bir yoklamayla ('Beni dinliyor musun?')

konuşmasını kesebilir. Dolayimli etkileşim (telefon konuşması gibi) diyalojik olduğu kadar başkalarının tepkilerinin düşünümsel izlenmesini de kapsar, ancak bu düşünümsel izleme için katılımcılara hazır olan sembolik mekanizma ve ipuçları, yüz yüze etkileşimdeki sembolik mekanizma ve ipuçlarına göre daha sınırlıdır. (Özellikle telefon konuşmalarında görsel ipuçlarının eksikliği nedeniyle alımlayıcıların 'evet' ve 'hı' gibi sözlü tepkileri özellikle önemlidir.)⁸

Genelde yarı dolayimli, özelde de telegörsel etkileşimde, diğerlerinin tepkilerini izleme, etkileşimin kurucu bir unsuru değildir. Üstelik, yarı etkileşimde başkalarının tepkilerinin düşünümsel izlenmesindeki yokluk, bu etkileşimin katılımcılarının da –alımlayıcılar kadar üreticilerin de- farkında oldukları ve rutin bir şekilde kendi katılım modlarına dahil ettikleri bir yarı etkileşim özelliğidir. Bu karakteristik, katılımcıları hem donanımlı kılmakta hem de sınırlamaktadır; bir belirsizlik, eylemsizlik ve sorun kaynağı olduğu kadar etkileşimsel yaratıcılığın ve özgürlüğün de kaynağıdır. Üreticiler açısından bakıldığında, bu durum, onların alımlayıcı tepkisini dikkate almaksızın yarı etkileşimin yönüne ve içeriğine müdahale imkanı sağlamaktadır. Başkalarının tepkilerini izleyememe, üreticilere yüzyüze etkileşim içerisinde tipik olarak sahip oldukları özgürlükten çok daha fazla özgürlük imkanı vermektedir. Üreticiler, alımlayıcıları hesaba katmak ve alımlayıcıların iletilenleri takip edip etmemelerini belirlemek zorunda değildirler. Üreticiler, başkalarının müdahaleleri-

⁸ Bkz. A. A. L. Reid, 'Comparing Telephone with Face to Face Contact', ed. Ithiel de Sola Pool, *The Social Impact of Telephone*, MIT Press, Cambridge, 1977, s. 386-414.

ni yanıtlamak mecburiyetinde değildirler. Ancak başkalarının tepkilerinin düşünömsel izlenmesindeki yokluk, üreticiler için aynı zamanda potansiyel bir belirsizlik ve sorun kaynağıdır, çünkü iletilerinin alınıp alınmadığını, anlaşılıp anlaşılmadığını ve nasıl alınıp anlaşıldığını belirlemelerini sağlayan devamlı ve ani geri beslemelerden yoksundurlar. Bu belirsizliği telafi etmenin bir yolu, üretim sürecini, chat showlarda ve panel tartışmalarında olduğu gibi, yüzyüze etkileşime dönüştürmektir. Bu stratejiye daha sonra tekrar döneceğiz.

Alımlayıcılar tarafından bakıldığında diğerlerinin tepkilerini düşünömsel izleyememe, alımlayıcıların üreticilere dikkat etme derecesini belirlemede özgür oldukları anlamına gelir. Alımlayıcılar kendi istekleriyle üreticilere dikkatlerini verebilir veya onlardan uzaklaştırabilir. Yüzyüze ve dolayimli etkileşimin temel özellikleri olan anlam işaretlerini gösterme yükümlölüğünde değildirler. Üreticilere ve onların iletilerine arzu ettikleri şekilde tepki gösterebilirler (gülme veya küfretme, zevk alma veya hoşnut olmama, ilgiyle, kayıtsızlıkla veya tamamen ilgisizlikle) ve bunu yarı etkileşimi bölmeden veya üreticileri gücendirmeden yaparlar. Bu anlamda alımlayıcılar, yarı etkileşime katılımlarının boyutu ve doğası açısından yüzyüze etkileşimdeki muhataplara göre daha az sınırlanmışlardır. Yarı dolayimli etkileşimdeki alımlayıcıların tepkileri, yüzyüze etkileşimin tersine, yarı etkileşimin içeriğini doğrudan ve ani olarak etkilememektedir. Alımlayıcılar, katılımlarının doğasını ve boyutunu kontrol edebilir ve yarı etkileşimi kendi ihtiyaç ve amaçlarına uyduracak şekilde kullanabilirler. Gelgelelim, yarı etkileşime müdahale etmede, bu etkileşimin yönünü ve içeriğini belirlemede görece daha az iktidara sahiptirler.

‘Katılım’ kavramını bireylerin telegörsel yarı etkileşime dahil olmaları anlamında kullanıyorum. Ama açıktır ki, diğerlerinin tepkilerini düşünömsel izleme eksikliği ve üreticiler ile alımlayıcıların yapısal eşitsizlikleri nedeniyle yarı etkileşimin katılımcı karakteri, yüzyüze durumlarda ortaya çıkan katılımcı karakterden oldukça farklıdır. Yüzyüze durumlar genellikle iktidar ve kaynaklarda önemli farklılıklar içermekle birlikte, yine de, telegörsel yarı etkileşimde olmayan, düşünömsellik ve karşılıklılık formlarıyla karakterize edilmektedir. Yüzyüze etkileşimin katılımcıları rutin bir şekilde diğerlerinin tepkilerini düşünömsel bir şekilde gözlemlerler ve onları katılıma teşvik eden işaretleler gönderirler. Katılımcılar *prensipte*, pratikte yapmasalar bile, konuşmaya müdahil olabilir ve katkıda bulunabilirler. Telegörsel yarı etkileşim, düşünömselliğin ve karşılıklılığın esas formlarından yoksun olduğu için, üreticilerin ve alımlayıcıların katılımını ‘yarı-katılım’ olarak tanımlamak daha doğru olabilir. Ne üreticiler ne de alımlayıcılar, karşılarındakilerin tepkilerini dikkate almada karşılıklı yükümlük altındadırlar; ve alımlayıcılar öyle bir konumdadırlar ki, üreticiler onların tepkilerini yarı etkileşimin oluştürücü bir özelliğı olarak değeriendirmezler.

Şimdi dolayımlı etkileşimle kurulan toplumsal ilişkinin doğasını daha ayrıntılı ele alalım. Yapısal eşitsizliğı ve sembolik zenginliğı bir sonucu olarak bazı üreticiler (ad verecek olursak üretici çerçeve bölgesinin önünde konumlananlar), alımlayıcılara tek ve özel bir tarzda ulaşırlar – ‘tele-görünörlüğü’ sahiptirler. Tele-görünörlüğün ayırıcı özelliğı, görsel-işitsel varlığı, zamansal-mekânsal mesafeyle birleştirmesidir. Böylece üreticiler, alımlama bağlamlarından uzak olmalarına karşın alımlayıcıların huzurundadır-

lar. Varlık ve yokluğun bu özel bileşimi, alımlayıcıların üreticilerle oluşturdıkları ilişkinin temelini oluşturur. Alımlayıcıların televizyon aracılığıyla tanıdıkları kişiler, özellikleri üretim alanının ön bölgesinde büyük oranda tanımlanan (gazete ve dergi gibi medyada ayrıntı ve ilavelerle takviye edilen) 'kişilikler'dir (veya 'personae'⁹dır). Bu kişilikler uzakta inşa edilirler. Kişilikler ve alımlayıcılar arasında kurulan ilişkinin yüzyüze etkileşimde kurulandan farkı vardır. Alımlayıcılar için üreticiler, sempati besledikleri veya empati kurdukları, hoşlandıkları veya hoşlanmadıkları, nefret ettikleri veya saygı duydukları kişiliklerdir ancak yüzyüze etkileşimin karakteristik özelliği olan söyleşmeli etkileşimle bu kişiliklerin karakterlerine biçim verilemez, bu karakterlere karşı çıkılamaz. Bu nedenle TV kişilikleri, kendilerini izleyicilerden ayıran mesafenin güçlendirdiği bir 'hale' edinirler. Olağanüstü istisnai durumlarda bu mesafeyle köprü kurulabilir – Örneğin, izleyiciler bir televizyon yıldızıyla tanıştıklarında ya da sadece medya aracılığıyla tanıdıkları siyasal bir liderle karşılaştıklarında. Gelgelim böyle karşılaşmaların tuhaf ve biraz da anlaşılmaz olan yönü, televizyon aracılığıyla kurulan ilişkinin normalde ortak bir mekânı paylaşımı kapsamamasıdır.

Üreticiler için alımlayıcılarla kurulan ilişki de ilginçtir. Alımlayıcılar çoğunlukla üreticilerin doğrudan ulaşamadıkları ancak onlarsız gösterim icra edemeyecekleri, tanınmayan, görünmeyen seyircilerdir. Üreticiler ve alımlayıcılar açısından tele-görünürlük karşılıklılığı içermez. Üreticileri görebilen ve işitebilen alımlayıcılar üreticiler tarafından görülemezler ve duyulamazlar. Üreticiler, gösterimin akışını

⁹ Bkz. Horton ve Wohl, 'Mass Communication and Para-Social Interaction' s. 216.

ve içeriğini belirleme konumundadırlar, lakin gösterimciler olarak varlıklarını sürdürmeleri için yine de alımlayıcılara bağımlıdırlar. Bu nedenle üreticiler, alımlayıcılarla bir diyalogun eşit ortakları olarak değil (çünkü eşit partner değildirler), daha ziyade dikkatleri çekilebilen veya kaybolabilen ve seyircilikleri üreticiler için *olmazsa olmaz* (*sine qua non*) koşul olan, eğlendirilebilen veya bilgilendirilebilen, hoşnut veya ikna edilebilen anonim seyirciler olarak ilgilenirler. Alımlayıcılar televizyonu açtıklarında muhatap kaldıkları gösterimin içeriği hakkında üreticilere bağlı kalırlarken, üreticiler alımlayıcıların seyir isteğine ve seyirle ortaya çıkan desteğe muhtaçtırlar. Bağımlılığın doğası her bir durumda değişse bile, üreticiler ve alımlayıcılar arasında karşılıklı bir ilişki vardır.

Yarı dolayımlı etkileşim sayesinde biçimlenebilen özgün yakınlık bağlarını araştırarak, üreticiler ve alımlayıcılar arasında kurulan toplumsal ilişkinin doğasına daha sonra yeniden döneceğiz. Bu bölümün geri kalan kısımlarında, her durumda ortaya çıkan eylem türlerini daha ayrıntılı inceleyerek, üretim ve alımlama alanlarına odaklanmak istiyorum.

Uzaktaki Eylem (1): Uzaktaki Ötekiler İçin Eylem

İletişim medyasının gelişimi sadece yeni etkileşim formları yaratmaz, aynı zamanda farklı özelliklere ve sonuçlara sahip yeni eylem türleri ortaya çıkarır. Bu yeni eylem türlerinin en genel özelliği mekânsal (ve belki de zamansal) açıdan uzak bağlamlarda konumlanan diğer kişiler veya eylemlere yönelmesi ve yanıt vermesidir. Diğer bir anlatımla iletişim medyasının gelişimi, giderek modern dünyanın or-

tak özelliği haline gelen 'uzaktaki eylem' türlerine yer vermektedir. Daha önceki toplumlarda eylemler ve bu eylemlerin sonuçları genellikle yüz yüze etkileşim bağamlarına ve yakın çevrelere kısıtlıyken, günümüzde bireylerin eylemlerini aynı zamanı-mekânı paylaşmadıkları ötekilere yöneltmeleri ya da bu eylemlerinin yakın çevrelerinin ötesinde sonuçlar yaratması genel hale gelmektedir.

Uzaktaki eylemin artan önemi, yalnızca yeni iletişim medyasının gelişimine özgü değildir. Büyük bir teknolojik yenilikler sahası –baruttan nükleer füzyona, elektrikten enformasyon teknolojilerine- mekân ve zamandaki insan eyleminin erişimini, bazen öngörülmez ve öngörülemez yönlerde, genişletmiştir. Ancak iletişim medyasının gelişimi özgün yeni uzak eylem türleri de yaratmıştır. Burada kendimi yine televizyon aracıyla sınırlandıracak ve onun olanaklı kıldığı bazı eylem biçimlerini inceleyeceğim.

Önce üretim bağlamını ele alalım. Alımlayıcılar üretim alanında fiziksel olarak yer almamasına, gösterimin yönü ve içeriğine doğrudan katkı yapamamasına karşın, üreticiler eylemlerini alımlayıcılara yöneltmektedirler. Her ne kadar üreticilerin alımlayıcılara yönelik eylemi değişik biçimlerde ortaya çıkabilse de, bu eylem kısmi bir belirleyici işleve sahiptir. Burada uzaktaki ötekiler için dört eylem türünü ayırıp kısaca inceleyeceğim: 'alımlayıcıya hitap', 'dolayımli günlük eylem', 'medya olayları' ve 'kurgulanmış eylem'.

Uzaktaki ötekiler için eylem yapmanın en açık türü, doğrudan veya dolaylı yapılabilen *alımlayıcıya hitaptır*. Alımlayıcıya doğrudan hitap, izleyicilerin konuşulandan etkilenmesini sağlamak için üreticilerin kameraya doğrudan baktıkları ve konuştukları durumlarda ortaya çıkar. Üretici hitabı, sayıları belirsiz olan uzaktaki alımlayıcılara

gönderilen bir monologdur. Alımlayıcıya doğrudan yapılan hitaba bir örnek, yayıncının kameraya baktığı ve önceden dikkatle hazırlanmış bir metni okuduğu geleneksel haber yayınıdır. Alımlayıcıya doğrudan hitap, bir ölçüde sade eylem biçimidir. Günümüzde bu biçimin düzenlenmemiş haline nadiren yer verilir. Bireysel haber yayıncısı, yerini genellikle yayıncılar ekibine bırakmıştır. Bu ekip, uzaktaki ötekilere gönderilen bir monologun monotonluğunu azaltmak için zaman zaman konuşmalara müdahil olur. İzleyicilerin dikkatlerini çekmek ve onlara 'konuşan kafa'nın dışında alternatif görsellikler sunmak için canlı film kullanılır. Yayının ön bölgesi çeşitli şekillerde düzenlenir. Örneğin bazı durumlarda, haber odasındaki hareketliliği izleyicilerin görebilmeleri için haber sunucusunun arkasında duvar yerine cam bariyer kullanılır. Cam bariyer inşası, üretim alanındaki arka ve ön bölge davranışları arasındaki sınırı yeniden çizmenin bir yoludur. Bu, izleyicilerin, geleneksel olarak arka bölge davranışı olarak muamele gören bir dizi sınırlı eylemi görmelerine olanak tanır (ancak boğuk sesli bir telefonda ara sıra çıkan ses hariç, işitmelerine imkan sağlamaz) ve alımlayıcıya doğrudan yapılan hitaptaki görsel eksiklikle baş etmenin bir yolu olarak bu genişletilmiş görünürlükten yararlanır.

Haber okuma, alımlayıcıya yönelik rutin bir hitap biçimidir: Haber, belirli bir zamanda ve düzenli esaslar dahilinde yayınlanmak üzere programlanır ve alımlayıcılar bunu kendi günlük yaşamlarının zamansal akışına dahil ederler. Gelgelelim, başkanın veya başbakanın ulusa seslenmesi gibi alımlayıcılara doğrudan yapılan hitapların özel biçimleri de bulunmaktadır. Böyle bir sesleniş olağanüstü durumlara -örneğin savaşın eşiğinde veya ortasın-

daki bir ulusa veya skandalla çalkalanan bir hükümete işaret eder. Olağanüstü koşullar sık sık vakur karakterli fırsatlar bahşeder: Önde gelen siyasal liderin normal enformasyon aktarım kanallarını es geçmeyi tercih edeceği ve nihayetle desteğine muhtaç olduğu insanlara doğrudan hitap edeceği bir fırsattır. Bu, ayrıca, liderin, profesyonel temsilcilerin daha kısıtlı olduğu siyasi alanda karşılaştığı muhalefeti yenmeye çalışabildiği bir fırsattır; liderler profesyonellerin tavsiyelerine uyarak muhalefeti marjinalleştirmeye ve onu önemsiz, kindar veya engelleyici olarak lanse etmeye çabalayabilirler. İnsanlara doğrudan hitap olarak bir başkanlık veya başbakanlık sunumu, esasında, kişisel karaktere sahiptir. Böylece lider ve üretim ekibi samimilik ve ciddilik arasında doğru bir denge bulmaya dikkat etmek zorundadır. Bu denge, örneğin şahıs zamirlerinin ('ben', 'sen', 'biz' gibi) kullanımı ve kişisel deneyimin anlatımı ile birlikte genel ilkeler ve yüce ideallerin telaffuz edilmesini birleştirir gözüken hitapta yansıtılacaktır. Konuşmanın kişisel karakteri göz önüne alındığında, ateşli nutuk ve retoriğe yer verilmeyebilir; kendini ifade etmenin dikkatle inşa edilmiş anlarıyla örülü daha sakin ve daha gayri resmi konuşma stili daha uygun hitap tarzıdır.¹⁰ Samimilik ve ciddilik arasındaki dengeye ön

¹⁰ Ronald Reagan, elbette ki, kamusal söylemin bu konuşmaya dayalı şeklinin en hünerli uygulayıcılarından biriydi. Reagan'ın retorik tarzı ilgili algısal bir analiz için bkz. Kathleen Hall Jamieson, *Eloquence in an Electronic Age: The Transformation of Political Speechmaking*, Oxford Üniversitesi Yayınları, New York, 1988, özellikle 6 ve 7. bölümler. Jamieson, televizyonun gelişiminin çok yaygınlaştığını ve halkın konuşmasının doğasında esaslı değişimleri güçlendirdiğini tartışmaktadır: 'Bir zamanlar coşkulu bir cazibeyle işlenmiş mesajları bekleyen bizler, artık daha abartısız ve söyleşimsel sanatlara tepki veriyoruz; eskiden seyirciler sanatın savaşı içerisinde fethedilmeyi umarken, günümüzün televizyon izleyicisi ise samimi bir uzlaşım retoriği beklemektedir' (s. 44).

bölge tasarımı da yer verilecektir. Köşede basiretli duran bir bayrak veya duvarda asılı uygun bir portre gibi ulusal kimliğin bilindik sembolüne sahnede yer verilir; ama ayrıca lider de arka planda yanan bir ateşin yarattığı konforlu bir çalışma alanının veya özel bir evcil bölgenin parçası olarak bir odaya yerleştirilebilir. Lider bazı durumlarda ön bölgede ailesini bulundurabilir, bu sayede kişisel sorunları kamusal, kamusal sorunları ise kişisel tarzda ilişkilendirme imkanını verebilen sıcak bir aile yuvası ortamı yaratabilir.

Alımlayıcıya yönelik ikisi doğrudan olan bu hitap formunu dolaylı hitap formundan ayırt edebiliriz. Dolaylı hitap, üretimin ön bölgesinde yer alan üreticilerin uzakta-ki alımlayıcılara yönelik dolaylı konuşma yaptıklarında ve üretimin ön bölgesi üreticiler arasında bir etkileşim sitesi haline geldiğinde ortaya çıkar. Üreticiler yakın çevrelerindeki başkalarına kendilerini uydurmak zorunda olmalarına karşın, uzaktaki başkalarına eşzamanlı hitap ettiklerini bilmekte ve kendilerini ifade etme ve sunmalarında bunu hesaba katmaktadırlar. Alımlayıcılara yönelik dolaylı hitap, ön bölgeyi yüz yüze etkileşim sitesine dönüştürerek, üreticilerin monolog yerine diyaloga yer vermelerine ve yarı dolayımlı etkileşimle ilgili bazı belirsizlikleri ortadan kaldırmalarına olanak sağlamaktadır. Yüz yüze etkileşim, konuşmacıların daha söyleşmeli tarzı benimsemelerini mümkün kılmakta ve ötekilerin tepkilerini düşünümsel bir şekilde izlemelerini sağlamaktadır. Bununla birlikte alımlayıcılara yapılan dolaylı hitap, aynı zamanda, bazı izleyicilere uygun olan ancak başka izleyicilere ters gelen hitap tarzları arasında gerilim ve çekişme olasılığına yol açarak, içinde izleyicilerin bir aradaki katı-

lımcılar ve uzaktaki izleyiciler olarak ayrıldığı bir durum yaratmaktadır.

Alımlayıcılara yönelik dolaylı hitaba ilişkin pek çok örnek verilebilir: Televizyon söyleşileri, basın konferansları, chat-showlar*, panel tartışmaları (stüdyoda dinleyicinin olduğu veya olmadığı), parti konferansları, parlamentonun veya özel bir araştırma komitesinin televizyonda yayınlanan faaliyetleri gibi.¹¹ Bir an için Birleşik Devletler başkanı gibi tanınmış siyasal bir liderle yapılan söyleşi örneğini düşünersek, bu durumun doğrudan yapılan hitaptan önemli oranda ayrıldığını görebiliriz. Söyleşinin gerçekleşmesi kuşkusuz söyleşi öncesi ve sonrasında pek çok medya yorumunun yapıldığı önemli bir olaydır, ancak başkanın ulusa sesleniş konuşmasının resmiliğinden uzaktır. Bu, önemli bir olaydır ancak olağanüstü nitelikli değildir ve başkanlık konuşmasının tersine olağanüstü koşullara yanıt veren bir koşullar setini varsaymaz. Söyleşi, söyleşmeli tarzda tatbik edilen bir yüz yüze diyalog olduğu için, başkanlık hitabında eksik olan bir içtenlik düzeyine sahiptir. Muhataplar sorularını ve yorumlarını birbirlerine aktarırlar, anlaşılmayan noktaları açıklayarak diğerlerinin tepkilerini düşünömsel olarak izleme yeteneğindedirler. Aynı zamanda, uzaktaki alımlayıcılara dolaylı hitap ettiklerinin de bilinci içerisinde olduklarıdır. Örneğin televizyon yayınına girecek bir konferansın veya bir kamu topluluğuna yönelik konuşmanın tersine, televizyon söyleşisi sadece uzaktaki alımlayıcıların izlemeleri amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bu ne-

¹¹ Bu tür örnekler, özellikle siyasal liderlerin algılanışları ve değişen rolleri ile ilgili incelikli görüşler için bkz. Meyrowitz, *No Sense of Place*, Bölüm 14.

* 'chat show', Amerika'daki 'talk show'un Britanya'daki karşılığıdır ve bir grup insanın farklı konularda tartışma yapmak için toplandığı TV ya da radyo programını ifade eder, ç.n.

denle sorular ve yorumlar ortak biraradallığı paylaştan muhataplara yöneltilirken uzaktaki izleyiciler göz önüne alınarak inşa edilmek zorundadır.

Televizyon söyleşisi, yarı etkileşimin n bölgesinde icra edilen bir yüzyüze etkileşimdir. Ustalıkla bir söyleşi sanatı, birbiriyle ilgili eylem yönelimlerini nasıl başarıyla birleştireceğini bilmekten geçmektedir. Örneğin Başkan, yüzyüze etkileşime özellikle yoğunlaşmışsa ve mlakatıyla detaylı bir konuşma yapmaya çalışıyorsa, siyasal yaşamın karmaşıklığından uzak durmadan kaynaklanan halenin bir kısmını kaybetme ve kavgacı veya aşırı detaycı görünme riskine giriyor demektir. Öte yandan Başkan, yüzyüze etkileşimi yeterince dikkate almaz ve çabalarını uzaktaki alımlayıcılara aktarmak istediği noktaları ifade etme üzerine yoğunlaştırmışsa, o zaman sorulardan kaçıyor izlenimi yaratabilecektir. Başkan, söyleşiyi başarıyla idare etmek için bu iki eylem yönelimi arasında etkili bir denge sağlamak zorundadır –yüzyüze etkileşimin söyleşmeli ve açık-uçlu karakteri sayesinde başlangıçta garanti edilemeyecek bir sonuçtur bu.

Söyleşinin, Başkan lehine kullanılabilen bir gayri resmili düzeyi bulunmaktadır. Başkanı nüfusun önemli bölümüne görünür kılmakta ve onun fikirlerini, resmi bir nutkun ciddiliğinden uzak ve söyleşmeli bir tarzda iletmektedir. Ne var ki söyleşi, aynı zamanda, Başkanın dikkatle kaçınması gerekeceği ciddi riskler de taşımaktadır. Söyleşi, Başkanın sorun yönetiminde rahat görünmesine ve bir liderin katı bir kontrol uyguladığının kanıtı olan rastgele akıcılıktaki yoklayıcı sorulara yanıt verme kapasitesine olanak vermektedir; ancak Başkanın yeteneksiz, kaba, kötü bilgili veya basitçe sıkıcı görünmesi riskini de

barındırmaktadır. Bir dil sürçmesi, yanlış bir ifade, doğru olmayan bir istatistik, belirsiz veya zor anlaşılır bir yanıt: Tümü, yüzyüze etkileşimin görece açık-uçlu süreci sayesinde yarı dolayimli etkileşim riskini üzerine alan bir lider için potansiyel sorun kaynaklarıdır. Şüphesiz bu riskleri asgariye indirecek (veya bir hata ortaya çıkarsa zararı sınır- layacak) yollar vardır: Örneğin bir lider, görüşmenin başın- da soruları görmek isteyebilir, yanıtlarını ayrıntılı hazırla- yabilir ve hepsinden daha önemlisi görüşmeciyi özenle seçebilir. Ne var ki söyleşiyi, başkanlık hitabından (veya, biraz farklı biçimlerde, basın konferansından) farklılaştı- ran riskler bütünüyle elimine edilemez.

Alımlayıcılara yapılan dolaylı hitabın bir diğer örneği olan TV sohbet şovları üzerinde kısaca duralım.¹² TV soh- bet şovlarının ön bölgesi, siyasal liderle yapılan söyleşinin ön bölgesinden farklı örgütlenir. Sohbet şovunda muhatap- lar, çoğu siyasal söyleşide eksik olan doğaçlama ve sami- miyet yaratmaya katkı sağlayan gayri resmi bir oturum düzenine göre yerleştirilmişlerdir. Üstelik, sohbet şovu, sık sık muhataplarda (gülme, kahkaha, alkış gibi) geri besle- meler sağlayan stüdyo izleyicisine yer vermekte ve muha- tapların kendi eylem ve ifadelerinin bu izleyici tarafından alımlanmasını görmesine olanak vermektedir. Stüdyodaki izleyicilerin işgal ettikleri konum biraz ilginçtir. Bu izleyi- ciler öncelikle sohbet şovunun ev sahibi ve misafir arasın- da gerçekleşen yüzyüze etkileşimin parçasıdırlar; izleyici üyelere ara sıra hitap edilir ya da onlar doğrudan etkileşi- me katılmaya davet edilir. Ne var ki, izleyicilerin rolü, be-

¹² Televizyondaki sohbet ve buna benzer seyirci tartışma programları hakkında daha ayrıntılı analizler için bkz. Sonia Livingstone ve Peter Lunt, *Talk on Tele- vision: Audience Participation and Public Debate*, Routledge, Londra, 1994.

lirli uzlaşımsal ve söylem-dışı tarzlarda tepkide bulunabilen alımlayıcıların rollerine kısıtlanmıştır. Sohbet şovunun bir parçası olduğu yarı dolayimli etkileşim bağlamında, stüdyodaki izleyiciler, üretim alanının ön bölgesinde konumlanmaktadır ancak onlarla evdeki seyirciler arasındaki ilişki özgün ve karmaşıktır. Seyirciler için stüdyodaki izleyiciler, seyircilerin görebildikleri, işitebildikleri, ancak doğrudan katılamadıkları etkileşimin bir parçasıdır. Ancak stüdyodaki izleyiciler, çok az katkıda bulunabildikleri bir etkileşimin parçaları olmaları kadar, ayrıca empati kurabilecekleri ve sempati besleyebilecekleri bir dizi geri besleme modeliyle (gülme, onay gibi) seyircileri donatırlar. Böylece üreticiler, stüdyo izleyicilerinin hazır olduğu sohbet şovuna başvurmakla aynı anda iki etkileşimsel amacı izlerler: Üreticiler, konuşmacılara, onlarla aynı yer ve zamanı paylaşan bir dizi alımlayıcı temin ederler. Konuşmacılar kendi eylem ve ifadelerinin o anda hazır bulunan alımlayıcılar üzerindeki etkilerini gözlemlerler. Üreticiler ayrıca, uzaktaki alımlayıcılara (seyircilere), onların (uzaktaki alımlayıcıların, ç.n) tepkisel eylemlerini uyaracak bir dizi tepki modeli sunarlar.

Şimdi, uzaktaki ötekiler için *dolayimli gündelik eylem* olarak kavramsallaştırdığım farklı bir eylem türü üzerine kafa yormak istiyorum. Bu tip bir eylemin farklılığı, günlük yaşamdaki davranışların gerçek akışının parçası olması veya böyle sunulmasından kaynaklanır. Böylece üretim alanının ön bölgesi, eylem dizilerini ya da etkileşimlerini uygulayan veya onlara katılan bireylerin günlük yaşamlarının parçası olan eylem ve etkileşim durumudur. Ancak bu eylem ve etkileşimlerin filme veya kasete alınması, daha sonra uzaktaki alımlayıcılara iletilmesi ve böylece yarı do-

layımlı etkileşimin parçası olması, eylemin doğasına veya etkileşimin kendisine etki yapabilir. Gerçekten de filme alma ve bu filmi televizyon seyircilerine sunma olanağı, bireylerin günlük yaşam bağlamlarında eylem ve etkileşimde bulundukları tarzları dönüştürebilir.

Bu tip bir eylemi daha ayrıntılı incelemek için birkaç alt tür arasında ayırım yapmak yararlı olabilir. Aktörlerin günlük eylemlerinin onlara hissettirmeden filme alındığı ve yayıldığı durumu düşünelim. Aktörler yarı dolayimli etkileşimin parçası olduklarını bilmedikleri için davranışlarını alımlayıcılara yönelttikleri söylenemez: Diğer bir anlatımla, aktörlerin eylemleri, alımlayıcıya hitabın olmadığı bir dolayimli gündelik eylem biçimi olur. Bir sokak gösterisi veya kamu grevine katılanların sessizce filme alındığı bir gündelik durum veya olay buna örnek verilebilir. Ancak alımlayıcıya yönelik hitabın bulunmadığı dolayimli günlük eylem türü sınırlıdır; eylem gerçekleşir fakat muhtemelen ilk görünüşünden daha az sıradandır. Çünkü katılımcılar eylemde bulundukları zaman filme alındıklarının farkına varmasalar bile, bu ihtimalin olabileceğini ve davranışlarını buna göre değiştirebileceklerini bilebilirler. Böylece, örneğin Kuzey İrlanda caddelerinde ya da İsrail işgali altındaki Batı Şeria'da devriye gezen askerler uzaktaki bir kamera objektifinin kendilerini ne zaman izlediğini tam olarak bilemeyebilirler; fakat herhangi bir anda bu olasılığın hemen gerçekleşeceğini anlayabilir ve bu nedenle davranışlarını bu olasılığı göz önüne alarak ayarlayabilirler.

Alımlayıcılara dolaylı hitabı içeren dolayimli gündelik eylem tipini ele alalım. Bireylerin filme alındıklarını (alınabileceklerini), kaydedileceklerini ve uzaktaki alımlayıcılara iletilebileceğini bilmelerine karşın günlük davranışları-

nı her zamanki gibi sürdürdükleri zaman ortaya çıkan bir eylem tipidir bu. Bireyler, davranışlarını, en azından bir ölçüde, yakın çevresindeki başkalarına karşı yönlendirmelidir; çünkü bunu yapmazlarsa eylem sıradan karakterini kaybedecek ve etkileşim çökebilecektir. Örneğin uluslararası bir genel konferansta veya devlet liderlerinin bir toplantısında yer alan katılımcılar, faaliyetlerinin filme alınacağını ve çok sayıda izleyiciye aktarılacağını bilebilirler. İzleyiciler arasında katılımcıların kendi ülkelerinde desteklerine bağımlı olduğu alımlayıcılar da bulunmaktadır. Bu yüzden katılımcılar, davranışlarını, konferansa daha etkili iştirak edecek yönde diğer üyelere yönelik ayarlarlarken, aynı zamanda eylemlerinin ve ifadelerinin geniş alımlayıcılar tarafından izlenebileceği ve iletilebileceği olasılığını hesaba katmak zorunda kalacak ve böylece tavırlarını bu ikili yönelime göre şekillendireceklerdir.

Dolayimli gündelik eylem, ayrıca, alımlayıcılara yönelik doğrudan hitabı kapsayabilir. Bu eylem tipinde uzaktaki alımlayıcılara yönelim, eylemin kendisinin asıl kurucusudur. Bir örnek, uçak kaçırma veya bir paramiliter grubun rehine alması olabilir. Grup üyeleri eylemlerinin medya yayınına yüksek düzeyde ulaşacağını farkındadırlar ve eylemlerinin kısmi amacı uzaktaki alımlayıcıların dikkatlerini eylemin nedenine çekmektir. Ayrıca kişileri ele geçirmekle ve onları çok sayıda sıradan insanın görebileceği şekilde tutmakla hükümetler veya siyasal liderler üzerinde dolaylı baskı kurabilirler. Elbette bu riskli bir stratejidir ve eyleme girişenler siyasal amaçlarına ulaşmada başarısızlığa uğrayabilirler. Gelgelelim uçak kaçırma ve rehin alma gibi eylemlerin işlevini, görülebilme ve iletilebilme olanağının televizyon kamerasının dikkatini çekmekten geçtiği bir küresel siyasal

arenadaki görünürlük düzeyiyle başarılabilirdi aşıkardır.

Üzerinde durmayı hak eden bir başka dolayımı gündelik eylem türü daha bulunmaktadır: Benzetimli günlük eylem olarak kavramsallaştırılabilecek eylem türü. Bireylerin sadece filme alınması, yani sadece telegörülebilir olması amacıyla sıradan bir eylem veya etkileşim uydurdukları zaman ortaya çıkar bu eylem. Bir örnek: Hemen oracıkta askeri çatışma izlenimini yaratmak için, görünürde kendi görüş sahalarında bulunan uzaktaki düşmana ateş eden ya da havaya birkaç el sıkarak askeri ve paramiliter personelin davranışı. Bu eylem benzetimli olsa bile kurgusal eylemden farklıdır, çünkü gerçek yaşam bağlamında ortaya çıkar ve sanki gerçekmişçesine sunulur. Benzetimli gündelik eylem üretimine katılan bireyler, eylemlerinin gerçek olmadığına dair hiçbir iz bırakmaz; böyle yapsalardı, eylem amacına ulaşamazdı.

Medya olayları uzaktaki ötekiler için üçüncü eylem türüdür. Dayan ve Katz'ı izleyerek, başlangıçta planlanmayan, canlı yayınlanan ve olayların normal akışını kesen büyük müstesna olaylara gönderme yapmak için 'medya olayları' terimini kullanabiliriz.¹³ Dolayımı gündelik eylemin tersine medya olayları, dikkatli bir şekilde planlanır ve prova edilir. Bu olaylar genellikle medyanın dışındaki kurumlar tarafından örgütlenmesine karşın, medya olayları olarak kavranır ve bundan dolayı medya kurumları planlama sürecine her zaman dahil olurlar. Bunun yanında medya olayları başlangıçta öyle duyulur ki, olayın sunumu yaklaştığında beklentiler tedrici bir şekilde artar. Olayın kendisi canlı yayındadır, genellikle birkaç kanal, ağ ve medya tarafından nakledilir. Medya olayları günlük ya-

¹³ Bkz. Daniel Dayan ve Elihu Katz, *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Harvard Üniversitesi Yayınları, Cambridge, 1992.

şamm normal programını, akışını aksatır. Sıradışı olaylardır bunlar: Rutini kırar, yüksek beklenti ortamı yaratır, milyonların dikkatini çeker.

Taç giyme ve kraliyet düğünleri gibi özel zamanlar, yeni başkanın göreve başlaması münasebetiyle düzenlenen törenler, devlet törenleri, Olimpiyat Oyunları ve Dünya Kupası gibi büyük sportif müsabakalar, aya ayak basma ve Ortadoğu'da barışa doğru giden bir adım olarak Camp David'in imzalanması veya Güney Afrika'da Nelson Mandela'nın özgürlüğüne kavuşması gibi büyük keşif ve uzlaşma anları, medya olaylarına örnek verilebilir. Bütün bu olaylarda medya iş başındadır. Bu olaylara katılan bireyler, eylemde bulundukları yerlerde yaptıkları işe yoğunlaşmak zorunda kalmakla birlikte, eylemlerinin daha geniş anlama sahip olayların bir parçası da olduklarını kesinlikle bilmektedirler, çünkü bu eylemler canlı yayındadır ve onlara özel olay karakteri verilmiştir.¹⁴

Medya olayları, *kurgulanmış eylem* olarak adlandırılabilir, uzaktaki bireyler için eylem yapmanın dördüncü biçiminden ayırt edilebilir. Televizyon yapımı ürünlerin önemli bölümü açıkça kurgusal özelliktedir: Tümü senaryolaştırılan ve oynadıklarını bilen (bir rolü oynama anlamında) ve genellikle uzaktaki alımlayıcılar tarafından kavranan bireylerin icra ettikleri bir hikayenin inşasıdır. Bireyler burada, tiyatrodaki gerçekleşen eylem türüne çok benzer tarzda hareket etmektedirler: İnşa etmek ve ikna edici şekilde temsil etmek zorunda kaldıkları, ancak kendilerine yabancı olduğunu bildikleri bir karakterin sözcüklerini konuşarak rol yapmaktadırlar. Ne var ki, televizyon için kurgulanmış eyle-

¹⁴ Medya olayları ile ilgili daha ayrıntılı analizler için Dayan ve Katz'ın değerlendirmesine bakınız. Medya aracılığıyla kraliyet geleneklerinin dönüşümünü ile ilgili bazı konulara 6. Bölüm'de tekrar döneceğim.

min tiyatroda rol yapmakla benzerlikleri olsa da, ondan, yarı dolayımlı etkileşimin yüzyüze etkileşimden ayrıldığı tarzda, kesinlikle farklıdır: Kurgulanmış eylem uzaktaki ötekiler içindir, bu yüzden tiyatronun özelliği olan izleyicinin o andaki varlığı ve tepkide bulunması (gülme, alkış...) gibi unsurlara sahip değildir.

Kurgulanmış eylem, uzaktaki ötekilere yönelik eylemde bulunma biçimlerinden ayırt edilebilir, lakin gerçek televizyon üretimi pratiğinde, kurgulanmış ve kurgulanmamış eylemler arasındaki farkın ortaya konulmasının zor olduğu da açıktır. Çoğu söyleşiyi, haber programını ve belgeselleri içeren malzeme, belirli açılardan gerçekte ortaya çıkan olaylardan farklılaşan bir görsel-işitsel inşaya dönüştürülür. Çoğu dolayımlı eylem ve olay televizyonda yayınlanması amacıyla (en azından kısmen) icra veya inşa edilir, böylece uzaktaki izleyiciler için düşünümsel olarak biçimlendirilir. Üstelik, aktörlere ve gerçek olduğu iddia edilen hikayeyi anlatmak için kısmen kurgusal bir senaryoya yer veren 'drama-belgesel' gibi, kurgu ve kurgu dışı arasındaki sınırları açıkça bulanıklaştıran bazı programlar bulunmaktadır. Televizyon alanında kurgu ve kurgu dışı arasındaki bulanık ve kaygan sınır, ilginç sorunlar doğuran bir olgudur ancak bu nokta ilgi alanının dışındadır. Amacım, daha ziyade, yarı dolayımlı etkileşimin ilişkilerine gömülü olan bireylerin, uzak yerlerde konumlanan ötekiler için bazı eylemlerde bulunabilme biçimlerini araştırmaktır.

Uzaktaki Eylem (2): Uzak Bağlamlarda Tepkisel Eylem

İletişim medyasının gelişmesi uzaktaki başkaları için yeni eylem biçimleri yaratırken, aynı zamanda üretim

bağlamlarından uzaktaki bağlamlarda meydana gelen yeni 'tepkisel eylem' türlerine de yol açar. Medyanın ortaya çıkardığı zaman-mekân ayırımı sayesinde bireyler uzak yerlerde gerçekleşen eylem ve olayları alabilmekte ve bunlara tepki verebilmektedirler. Tepkisel eylem, aynı zamanda, yüzyüze iletişimin söyleşmeli doğasından da yoksundur ve büyük boyutlu sonuçları olabilen yeni bir dolayımlı belirsizlik tipine yol açarak, gözlemlenmesi ve kontrol edilmesi zor olan biçimlerde ortaya çıkabilir. Bu konuları daha geliştirmek için alımlama eyleminin toplumsal örgütlenmesini biraz daha ayrıntılı incelemek gerekir.

Diğer bütün eylem türleri gibi, medya ürünlerinin alımlanması da belirli zamansal-mekânsal bağlamlarda meydana gelir. Alımlayıcı eylemin biricikliği a) zamansal-mekânsal alımlama bağlamının üretim bağlamıyla örtüşmemesi ve b) birbiriyle örtüşmeyen çoklu alımlama bağlamlarının bulunmasıdır. Alımlama bağlamları mekânda (ve belki zamanda çakışabilmekle birlikte), yine de başvuru teknik medyanın doğasına bağlı olarak belirli özellikleri paylaşabilir. Örneğin, televizyonda başlıca alımlama bölgesi genellikle (her zaman olmasa bile) bir evdeki odadır. Bu birincil bölge, duvar ve kapı gibi fiziksel bariyerler sayesinde aynı yerleşim birimindeki çevre bölgelerden ayrılır. Buna karşın alımlama bağlamındaki birincil ve çevre bölgeler arasındaki ilişki, üretim alanındaki veya yüzyüze etkileşimdeki ön ve arka bölgeler arasındaki ilişkiyle aynı değildir. Çünkü alımlayıcılar, telegörsel yarı etkileşime üreticiler gibi katılmazlar, ve böyle yarı etkileşim bağlamında kendilerini aynı şekilde sergilemek ihtiyacında değildirler. Belirli davranış biçimleri ve bölgeleri alım-

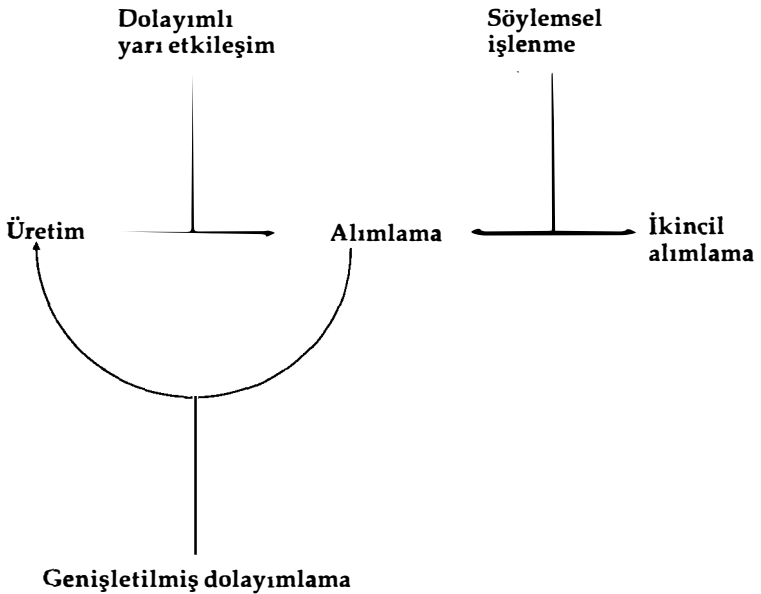
layıcıların yarı etkileşiminden başka sebeplerle dışsallaştırılır. Örneğin, birincil alımlama bölgesindeki alımlayıcılar arasında gerçekleşen yüzyüze etkileşimde benliğin sunumunu yönetmek veya müdahaleyi asgariye indirmek için.

Alımlayıcılar, üreticilere genellikle doğrudan tepki veremedikleri için, onların tepkisel eylem biçimleri yarı etkileşimin parçası da değildir. Alımlayıcılar, televizyon önünde toplanmış alıcılar arasındaki etkileşim gibi, parçası oldukları *başka* etkileşimlere bir katkı mahiyetinde üreticilerin eylem ve ifadelerine tepki verirler. Medya iletileri bu şekilde 'söylemsel işleme'den geçerler: Alımlayıcılar, birbirleri ve başkalarıyla yapacakları tartışmalarının konusu olarak aldıkları medya iletilerini işlerler, inceltirler, eleştirirler, överler ve hakkında yorum yaparlar. Bu söylemsel işleme, yarı etkileşimin parçası olmayan bireyleri de kapsayabilir –örneğin bireylerin izledikleri bir televizyon programını, izlemeyen bireylere anlatması durumu. Medya iletileri böylece, kendileri yarı etkileşime katılmamış, ancak birincil alımlayıcılarla yüz yüze etkileşim sayesinde iletinin bazı çeşitlemelerini özümsemiş olan ikincil alımlayıcılara ulaşabilir.

Medya iletiminin çoklu biçimleriyle karakterize olan bir dünyada, medya şirketlerinin medya iletilerini aldığı ve bunları yeni medya iletilerine dönüştürdüğü aşıkardır. Bu sürece 'genişletilmiş dolayımlaşma' denilebilir. Medyanın, medya iletilerinin başka medya iletilerine veya iletilerde bildirilen olaylara gönderme yapma anlamında görece yüksek düzeyde kendine atıf yaptığı görülmektedir. Örneğin, bir devlet bakanının haber yapılan bir olay konusunda televizyon mülakatında bir gün önce söyledikleri, bir sabah gazetesinin haber malzemesi olabilir. Daha önce bildi-

rilen olayı işitmemiş veya söyleşiyi seyretmemiş bireyin, yarı dolayımllı etkileşim ya da yüzyüze etkileşim sayesinde bunları öğrenme şansı bulunmaktadır. Üstelik söyleşiyi görmemiş veya haberi daha önce işitmemiş bireyler, gazetede haberi okumak ya da başkalarıyla değişik olayları ve iletileri tartışmak suretiyle, olaya veya bakanın yorumlarına dair kavrayışlarını yeniden gözden geçirme şansına sahiptirler.

Şekil 3.4, medya iletilerini alma sürecinin birincil alımlama bölgesindeki ilk alımlama eyleminin ötesine genişletileceği bazı yolları göstermektedir. İletileri almadaki derinleştirilmiş süreci ifade etmek için 'özüleme' kavramını kullanıyorum. Önceki bölümde açıkladığım gibi, 'özüleme', öteki veya yabancı olan bir şeyi 'kendine ait kılmak'tır; onunla ilişki kurmanın, onu kendi yaşamına dahil etmenin yolunu yordamını bulmaktır. Bireyler böyle yapmakla, geçmişte edinmiş oldukları bilgilerine, yeteneklerine ve onlara hazır kaynaklara başvururlar. Bu toplumsal nitelikler, medya iletilerinin ilk alımlanmasıyla başlayan, ancak başlangıçtaki iletilerle örülü diğer iletileri, diğer bireyleri ve diğer bağlamları kapsayarak, başlangıçtaki alımlamayı daha da ötelere taşıyan bir özüleme sürecinin anahtar unsurlarıdır.



Şekil 3.4 Alımlama sürecinin genişletilmesi

Alımlamanın farklı bağlamları belki ortak özellikler içermekle birlikte bireylerin bu bağlamlara getirdikleri toplumsal niteliklerin her yerde aynı olmadığını vurgulamak önemlidir. Yarı dolayımlı etkileşimde iletiler mekânsal (belki de zamansal) olarak uzaktaki belirsiz alımlayıcılara ulaştırıldığı için, bireyler alımlama sürecine yüzyüze etkileşime göre daha çeşitli toplumsal niteliklerini taşıyabilirler. Üstelik, yüzyüze etkileşim durumunda katılımcıların toplumsal niteliklerindeki farklılıklar etkileşime yansıtılacaktır – örneğin bir konuşmada bazı bireyler tereddüt eder ve sessiz kalırlarken, başkalarının aktif ve sorunsuz bir şekilde konuşmaya katılmaları durumu. Buna karşın yarı etkileşim durumunda alımlayıcıların toplumsal niteliklerindeki farklılıklar yarı et-

kileşime böyle yansıtılmaz (üreticilerin bu farklılıkları dikkate almaya çalıştığı durum haricinde – örneğin, çok sayıda alımlayıcıya makul ve kabul edilebilir dil kullanmakla). Alımlayıcılar arasındaki toplumsal farklılıklar öncelikle onların iletilerle ilişkilerini, iletileri anlamalarını, değerlendirmelerini, tartışmalarını ve kendi yaşamlarına dahil etmelerini etkilemektedir. Bu yüzden medya iletilerinin özgülünmesi, alınan iletilerin içeriğine, iletileri alan bireylerin toplumsal niteliklerine ve alımlayıcılar arasında iletilerin söylemsel işlenmesine bağımlı daimi bir süreç olarak görülmelidir.

Medya iletilerinin alımlanması ve özgülünmesi, mekânsal ve zamansal olarak uzaktaki başkalarına tepki veren eylem şekilleridir. Uzak yerlerde konumlanan ötekilerin eylemleri tarafından tetiklenen bir dizi faaliyetle (okuma, dinleme, seyretme, tartışma gibi) meşgul olan bireyleri kapsamaktadır. Çoğu durumda bu tepkisel eylemler, iletilerin alındığı bağlamların çeşitliliğini yansıtarak, birbirinden farklı ve ilgisiz yönlere açılacaktır. Gelgelelim bazı durumlarda uzaktaki başkalarının televizyon gibi bir medyadan canlı yayınlanan eylemleri, *tepkisel eş zamanlı eylem biçimlerine* neden olabilir. Yani, alımlayıcılar, ya medya iletilerinin bazı yönleriyle ya da alımlama bağlamlarında görece bağımsız hareket eden faillerle açıkça koordine edilebilen biçimlerde tepki verebilirler. Bu biçimlerden bazılarını inceleyelim.

Eşzamanlı tepkisel eylem türlerinden birisi, bireylerin farklı bağlamlarda konumlanmalarına ve aralarında iletişim ya da koordinasyon olmamalarına karşın dolayımli eylemlere, ifadelere veya olaylara benzer yönlerde reaksiyon gösterdikleri zaman ortaya çıkar. Bunu, eşzamanlı, ancak koordinesiz tepkisel eylem olarak nitelendirebiliriz.

Medyadan alım-satım vergilerinin belli bir tarihte artacağı iletilisine belirtilen tarihten önce tüketim eşyası satın alarak yanıt veren bireylerin eylemleri buna örnek verilebilir. Bu sonuç haberlerde bildirilen bir maddeye benzer şekillerde reaksiyon gösteren bireylerin farklı ve büyük oranda koordinersiz eylemlerinin neticesidir. Bununla birlikte, pratikte bu türdeki çoğu eşzamanlı eylem, söylemsel ve genişletilmiş dolayımın bileşiminden oluşan koordinasyon düzeyini kapsar. Medya iletilerinin alımlayıcıları bu iletileri yakın çevrelerinde tartışabilirler ve diğerlerinin görüş ve eylemleri alımlayıcıların davranışlarına nüfuz edebilir. Üstelik medya, koordinasyonun bazı düzeylerini temin edebilir. Medya, örneğin, perakende satışlarındaki yükselişle ilgili tahmin ve spekülasyon yaratarak ya da hali hazırda satışlardaki yükselişi ileterek, bireyleri ürün satın almaya teşvik edebilir (sürüye uyma etkisinin dolayımınmış çeşidi). Böyle durumlarda eşzamanlı tepkisel eylem, bir ölçüde, medya iletilisinin veya bu iletiye verilen tepkilere dair süregelen yorumun niyet edilmemiş sonucudur.

Bu eşzamanlı eylem türünü, bireylerin alımlayıcı tepkisini açıkça eşgüdümlemeye kasıtlı sembolik araçlara benzer şekillerde tepki gösterdikleri zamanlarda ortaya çıkan diğer eylem türünden ayırt edebiliriz. Bu araçların önemi kısmen yarı etkileşimin kendine özgü doğasından ileri gelir. Yüz yüze durumdaki katılımcıların tersine, medya iletilerinin üreticileri, alımlayıcıların tepkilerini doğrudan gözlemleyecek ve onların eylemlerini bu geri besleme ışığında değiştirecek konumda değildirler. Üstelik, alımlayıcılar, diğer alımlayıcılarla ortak bir mekânı paylaşmadıkları için onların (doğrudan etkileşimde bulundukları durum haricindeki) tepkilerini gözleyecek ve davranışlarını

değiştirecek konuma sahip değildirler. Bu şartlar altında, üreticiler, uzaktaki alımlayıcılar arasında benzer tepkileri ortaya çıkarmak amacıyla bir dizi sembolik aracı kullanabilirler. Bunu 'alımlayıcı tepkiyi eşgüdümleme amaçlı mekanizmalar' olarak adlandıracam. Bu mekanizmaların iyi bilineni, daha önce kaydedilmiş gülme parçalarının TV durum komedilerinde kullanılmasıdır. Anlatı akışının kilit yerlerinde izleyici tepkisini teşvik edecek daha önce kaydedilmiş kahkaha parçaları, alımlayıcılar arasında benzer tepkisel eylemleri başlatacak sessel ipuçları olarak hizmet eder. Daha önce işaret ettiğimiz gibi, canlı yayının yapıldığı stüdyodaki izleyicilerden, alımlayıcı tepkisini koordine etme mekanizması olarak yararlanılabilir. Canlı yayındaki izleyici üretim alanının ön bölgesine dahilse, alımlayıcılar başkalarının ana iletişimcilere nasıl tepki verebileceğini görebilir hatta reaksiyonlarını genelde paylaştıkları kolektif izleyicilerin parçası olduklarını hissedebilirler.

Şüphesiz, alımlayıcıların tepkilerini eşgüdümlemeye yönelik mekanizmaların kullanımı her zaman eş zamanlı tepkisel eyleme yol açmayabilir. Yarı dolayımli etkileşimin yapısı öyledir ki üreticiler, iletilerinin alındığı şekilleri doğrudan gözlemleyemez ve istenilen reaksiyonu garanti edecek çözümsel eylem öneremez. Belki alımlayıcıların tepkisel eylemi gönderilen iletiyle yönlendirilebilir ancak denetlenemez, belirlenemez; çünkü alımlayıcıların tepkisel eylemi üreticilerle yapılan karşılıklı etkileşimin bir parçası değildir. Bu eylem, içinde çok çeşitli yeteneklerin, beklentilerin ve önceliklerin alınan iletiler üzerine taşındığı farklı bağlamlar setine ait yeni bir eylemler paketidir.

Şimdi alımlayıcı bağlamları içindeki organizasyon ve eşgüdümün birazını içinde barındıran eşzamanlı üçüncü

bir reaksiyoner eylem tipi üzerine düşünelim. Burada, dolayımlanmış imajlarla, eylem ve ifadelerle beslenen ve teşvik edilen kolektif eylem biçimleriyle ilgileniyoruz. Kolektif eylemin bu biçimleri, bir yanda benzer veya kısmen yöndeşen tarzlarda eyleyen görece dağınık bireysel gruplara, diğer yanda açıkça ifade edilmiş hedeflere sahip iyi organize edilmiş toplumsal hareketlere kadar değişkenlik gösterebilir. Çoğu durumda bu kolektif eylem biçimleri değişik kaynaklardan destek alır; medyanın işlevi, bireylerin eşzamanlı eylemlerini ortaya çıkaran ve sürdüren unsurlar arasında yer alır. Ancak medyanın bazı durumlarda çok önemli bir rol oynadığı (ve oynamayı sürdürdüğü) konusunda çok az kuşku vardır. Eğer dolayımlanmış imajlar ve enformasyon alımlayıcılara ulaşmasaydı, kolektif eylem biçimlerinin hız ve kapsam olarak gelişebilmesi mümkün değildi.

Örneğin Vietnam Savaşı'nın canlı ve kapsamlı yayını, savaş karşıtı hareketin güçlü ve eşzamanlı karakterinden, en azından kısmen, sorumluydu.¹⁵ Vietnam Sa-

¹⁵ Elbette medya kapsamının ve savaş karşıtı hareketlerin, Amerikan hükümetinin politikasının savaş yanlısı olacak şekildeki değişiminin ana sebebi olduğu iddia edilmemeli ya da – geçmiş yıllarda birçok yorumcunun yaptığı gibi – medya içeriğinin savaşı Birleşik Devletler adına 'kaybettiği' söylenmemelidir. Bu tür iddia ve önermelerden şüphe duymak için tonla neden vardır. Örnekle olarak, özellikle 1968'deki Tet saldırısı öncesi dönemde Amerikan medyasında çıkan Vietnam haberleri ABD'nin savaş politikasını ve Amerika'nın Savaşa bakışını güçlü bir şekilde desteklemekteydi. (Bkz. Daniel C. Hallin, *The 'Uncensored War': The Media and Vietnam* (Oxford Üniversitesi Yayınları, Oxford ve New York, 1986.)) Tet saldırısı esnasında, televizyonların savaşı anlatma ve resmetme biçimlerinde bir değişiklik yaşanmaya başladı. Ancak bu değişim yayıncı medya tarafından daha düşmanca bir tutumun benimsenmesinden değil, daha çok Amerikan yönetiminde Vietnam Savaşı konusunda ortaya çıkan görüş ayrılıkları nedeniyle olmuştur. Hallin'in belirttiği gibi 'televizyon çoğunlukla bir lider değil takipçiydi. Televizyon yayınlarının tepetaklak olması, savaş konusundaki fikir birliğinin çökmesine kadar ortaya çıkmadı; bu olduğunda da, gidebileceği kadar ileri gitti' (s.163).

vaşı, televizyonda ayrıntılı yayınlanan, deniz aşırı ülkeleri de kapsayan ilk büyük Amerikan askeri müdahalesiydi. ABD'nin geri çekilmesine ve artan kayıplara dair raporlar kadar, napalm saldırılarının, yaralı askerlerin, çılgık atan çocuklar ve korkmuş sığınmacıların canlı görüntüleri, müdahalenin meşruluğuna dair Birleşik Devletlerdeki tartışmayı tetikledi ve çok kısa zaman içinde bireylere protesto gerekçeleri sağladı. Vietnam tecrübesi ışığında Birleşik Devletler ve başka yerlerdeki askeri kuruluşların, silahlı çatışma ve çarpışmaya dair medya yayınları üzerinde daha sıkı denetim uygulamaya çalışmaları şaşırtıcı olmasa gerekir. Körfez Savaşı sırasında askeri otoriteler, gazeteciler üzerinde kaba bir yönlendirme uyguladılar ve cepheye ulaşımı katı bir şekilde kontrol ettiler.¹⁶ Bağdat'ta kalan az sayıdaki Batılı haberciden birisi –CNN'den Peter Arnett- tarafından derlenen ve aktarılan haberler, Bush Yönetimi tarafından alenen kınandı. Savaşın medyadaki temsilini denetlemeye yönelik anlamlı gayret, medya ve özellikle televizyon çağında, savaşların iki cephede yürütülmesi gerektiğinin kanıtıdır: Muharebe alanında ve –savaşta desteklerine bağımlı kalınan bireylere, muharebe görüntülerinin ve maliyetlerinin ulaştırıldığı- evde. Siyasi ve askeri otoriteler, medya üzerindeki denetim çabalarını, muharebe mantığı temelinde (askerlerin hayatlarını risk altına sokacak ifşaatları önlemek gibi) haklılaştırırlarken, tehlikenin oldukça farkındadırlar. Bilmektedirler ki, dolaşımlanmış görüntü ve enformasyon, savaş çabalarını

¹⁶ Körfez Savaşı'nın medyada yer alış biçiminin daha ayrıntılı analizi için bkz. Douglas Kellner, *The Persian Gulf TV War*, Westview Yayınları, Boulder, 1992. Bkz. Bruce Cumings, *War and Television*, Verso, Londra, 1992, Bölüm 4.

zayıflatabilecek tepkisel eylem, eleştiri ve ihtilaf biçimlerini ateşleyecek potansiyeller taşımaktadır.¹⁷

1989'da Doğu Avrupa'daki devrimci ayaklanmalar, medya iletilerinin uzak bağlamlarda konumlanan bireylerin kolektif eylemlerini teşvik edebildiğine ve besleyebildiğine ilişkin bir başka örnek teşkil etmektedir. Kuşkusuz 1989'un son üç ayında meydana gelen olağanüstü olaylara katkı yapan pek çok faktör bulunmaktaydı. Bu olaylar, yıllarca süren ekonomik fakirliğin ve baskıcı siyasal denetimin yarattığı birikiminin bir sonucuydu; diğer şeyler arasında bu eylemler, Gorbaçov tarafından sunulan yeni siyasal düşünüş tarafından hızlandırıldı. Ancak, kapsamlı ve sürekli medya yayınının olmaması durumunda, 1989 devrimci ayaklanmalarının –farklı ülkelerde jet hızıyla ve benzer sonuçlarla– patlak vermesi pek olası görünmemektedir.¹⁸ Televizyon, Doğu Avrupa'daki bireylere, sadece onların kendi yaşam koşullarına ters düşen Batı imajlarını aktarmadı; aynı zamanda, kendi ülkelerindeki yakın şehir ve yerler kadar, komşu ülkelerde neler olduğunun hemen hemen anlık hikayesini sundu. Doğu Almanlar, uzun süreden beri Batı Alman televizyonuna erişebilmekteydiler. Prag'da ve Budapeşte'deki elçiliklerde toplanan ve sonun-

¹⁷ Körfez Savaşı'nın başında eski başkan Reagan'ın eski İletişim Direktörü Pat Buchanan, Bush Yönetimi ile Pentagon'u ekranların kan ve ölüm haberlerinden uzak tutulması konusunda telkin etmiştir: 'Bugüne kadar, kendi hava kuvvetlerimizin gerçekleştirdiği katliam görüntülerini kenarda tuttuk. Eğer böyle devam ederse kötü bir şey olmayacak. Normandiya, Anzio ve Guadalcanal'daki dehşetin canlı görüntüleri elimizde olmadığı için 2. Dünya Savaşı'nda bir zarar görmedik.', *New York Post*, *Guardian*'dan alınmıştır, 24 Ocak 1991.

¹⁸ 1989 ayaklanmasında medyanın oynadığı rolün derinlikli bir değerlendirilmesi için bkz. Deirdre Boden, 'Reinventing the Global Village: Communication and Revolutions of 1989', Ed. Anthony Giddens, *Human Societies: An Introductory Reader in Sociology*, Polity Yayınları, Cambridge, 1992, s. 327–31.

da Batı'nın himayesine giren, kahramanlar olarak selamlanan kalabalık sığınmacı imajların Doğu Almanya'da tetikleyici bir tesir yaratmaması düşünülemezdi. Berlin Duvarı 9 Kasım gecesi yıkıldığında, Brandenburg Girişlerinin altında kutlama yapan ve kazmalarla duvarları parçalayan genç insan görüntüleri tüm dünyaya canlı yayınlandı.

Çekoslovakya'daki siyasal değişim baskısı, Ekim ve Kasım'da doruğa ulaştı. 17 Kasım'daki Prag gösterileri polis tarafından zalimce bastırıldığında, yabancı televizyon ekipleri olayları filme aldı. Film, pek çok tartışma arasında, daha sonra Çekoslovakya'da da gösterildi. Ulusal medyanın devlet tarafından sıkı sıkıya kontrol edildiği Romanya'da bile bireyler, Sovyetler Birliği'nden, Macaristan'dan ve Yugoslavya'dan yayın yapan radyo ve TV istasyonlarını ayarlayarak, Doğu Avrupa'da ve kendi yaşadığı ülkelerde ortaya çıkan dramatik değişiklikleri öğrenebildiler. Romanya'daki çatışma yoğunlaştığında, televizyon yayını araçlarının denetlenmesi hayati derecede önemli hale geldi. Sonunda Çavuşesku çifti tutuklandığında, askeri mahkemede yargılandığında ve kurşuna dizilerek idam edildiğinde, çiftin mermi yığınlarıyla dolu bir duvarın altındaki örselenmiş bedenleri filme çekildi ve Romanya ile tüm dünyadaki şaşkın izleyicilere televizyon sayesinde iletildi.

Bu örnekler, iletişim medyasının ve özellikle de televizyonun gelişiminin, toplumsal ve siyasal yaşamda yeni ve temel önemde bir unsur haline geldiğini göstermektedir. Medya, uzak yerlerde meydana gelen olayları ve bunların görüntülerini bireylere ileterek, iktidar mekanizmalarıyla denetlenmesi zor olan kolektif eylem biçimlerini teşvik edebilir veya yoğunlaştırabilir. Leiperg, Berlin, Prag,

Timişora, Bükreş ve Doğu Avrupa'daki başka yerlerin cad-
delerinde gösterilen eşzamanlı eylemler, bir ölçüde, amaç-
ları ve ihtirasları, başarıları ve başarısızlıkları medya aracılı-
lığıyla iletilmiş uzaktaki başkalarının faaliyetleri tarafın-
dan tetiklendi. Üstelik, modern elektronik medyanın doğa-
sı ve uydu yayınlarına erişim göz önüne alındığında, imaj-
lar ve enformasyon devasa mesafeleri kat ederek çok ufak
bir gecikmeyle aktarılabilir. Bükreş'teki bireyler Timi-
şora'daki bireyler kadar –hatta onlardan daha hızlı bir şe-
kilde- Timişora'da neler olduğunu öğrenebilir. Romanya'da
ortaya çıkan olaylar, meydana geldikleri andan itibaren,
dünyanın dört bir tarafındaki milyonlar tarafından az çok
izlenebilir. Bu nedenle medyanın tetiklediği eylem ve reak-
siyonlar mekân içinde ayrışırken, zaman ile yakından bağ-
lantılıdır. Bu eylem ve reaksiyonlar böylece, belli ulus-dev-
letlerin sınırlarını aşındıran ve denetim dışı kalan bir olay-
lar zincirini kapsamaktadır.

Eşzamanlı tepkisel eylem olgusu şu gerçeği gösterir:
Medya, sadece toplumsal dünyayı aktarmaz; daha ziyade bu
dünyayı aktif bir şekilde inşa eder. Medya, uzak yerlerde ko-
numlanan bireylere imaj ve enformasyon sağlayarak olayla-
rın yönünü biçimlendirir, yönüne nüfuz eder ve gerçekte
medyanın yokluğunda meydana gelmeyecek olaylar yaratır.
Üstelik olaylara dahil olan bireyler, medyanın inşa edici işle-
vinin farkında olabilirler. Bireyler radyoda veya televizyon-
da söyledikleri şeylerin binlerce veya milyonlarca kişinin
eşzamanlı tepkisel eylem göstererek dinlediklerini ya da iz-
lediklerini bilmektedirler. Televizyon izleyicileri veya radyo
dinleyicileri, izleme ve dinleme sonucunda, yakın çevreleri-
nin ötesinde neler olup bittiği hakkında –kısmen de olsa- bir
şeyler öğrenebildiklerinin farkındadırlar. Bu bilgi, onlar ta-

rafından kendi eylemlerine rehberlik edecek şekilde kullanılabilir. İzleyiciler ya da dinleyiciler bilmektedirler ki, medya, imaj ve enformasyon akışını denetleyerek, olayların aktarımını denetlemede hayati bir rol oynamaktadır.

Bu eşzamanlı tepkisel eylem örnekleri, yarı dolayımli özel bir etkileşim durumunun tek yönlü enformasyon ya da tek yönlü iletişim akışını kapsamasına karşın, enformasyon akışı kalıplarının gerçek toplumsal yaşam koşullarında çok daha karmaşık olduğu gerçeğine işaret etmektedir. Çünkü bireylerin, gerçek koşullarda kendilerini üreticiler ve alımlayıcılar pozisyonlarında bulabilmelerine olanak sağlayan iletişim kanalları ve çoğul kaynaklar bulunmaktadır. Böylece, örneğın, zaman zaman televizyona çıkan bir siyasal liderin kendisi de rutin bir televizyon izleyicisi ve gazete okuyucu olabilir. Benzer şekilde, normalde medya ürünlerinin alımlayıcıları olan bireyler, uzaktan izlenebilir bir olay olacak ve diğerlerinden uzaktan izlenebilir tepkiler gelecek bir tarzda hareket edebilirler. Bu bağlamda medya, içinde farklı birey ve grupların kendi amaçlarını takip ettiğı etkileşim alanının bir bölümüne biçim vermektedir. Medyanın inşa ettiğı bu etkileşim alanı, katılımcıların birbirleriyle doğrudan karşılaştıkları ve söyleşmeli konuşmaya girdikleri yüz yüze durumdan farklıdır. Bu alan, daha ziyade, yüz yüze etkileşimin, dolayımli etkileşimin ve yarı dolayımli etkileşimin karmaşık yönlerde iç içe geçtiğı yeni bir alandır. Katılımcıların, ellerindeki teknik cihazları kullanarak, kendilerini izleyen veya izlemeyen uzaktaki başkalarıyla iletişim kurdukları ve bireylerin, medya sayesinde aldıkları imaj ve enformasyon temelinde, kısmen eylemlerinin yönelimlerini planladıkları bir bölgedir bu. Elbette, bu dolayımli etkileşim bölgesinde, medyayı başkalarına göre daha fazla kendi

avantajına kullanma fırsatına sahip olanlar, üretimin ön bölgesinde çok daha fazla görünme ve uzaktaki başkalarıyla daha çok iletişime girme şansı bulanlar vardır. Ne var ki, Doğu Avrupa'daki ayaklanmaların gösterdiği gibi bu avantaj, bireylere her zaman olayların yönünü denetleme kabiliyeti vermez. Belirli hükümetlerin sınırlamada zorlanacakları bazı ulusötesi çoklu iletişim kanallarının varlıkları göz önüne alındığında ve medya iletilerinin alımlanmasının, üreticilerin tamamen denetleyemeyecekleri görece özerk bir süreç olduğu değerlendirildiğinde, dolayimli etkileşim alanının, iktidar ilişkilerinin hızlı, dramatik ve öngörülemez yönlerde değişkenlik gösterdiği bir alan olduğu görülmektedir. Medyadaki gelişme, etkileşim alanlarının küresel boyuta ulaştığı ve toplumsal değişimin hızının enformasyon akışındaki hızla tetiklendiği bir dünya yaratmaya yardımcı olmuştur.

İletişim ve enformasyon akışı kanallarındaki artış, böylece, zaten aşırı karmaşık olan bir dünyanın karmaşıklığına ve öngörülemezliğine anlamlı sayılabilecek katkılar sağlamıştır. Medyanın gelişimi, uzaktaki eylem biçimlerinde çeşitlenme sağlayarak, bireyleri uzaktaki başkaları için eylemde bulunmaya muktedir kılarak ve başkalarının, uzak yerlerde ortaya çıkan eylem ve olaylara kontrol altına alınamaz tarzlarda tepki vermelerini sağlayarak, modern dünyada yeni tip bir karşılıklık, bağımlılık ve belirsizliklere, sonuçlarını ve özelliklerini şimdiye kadar tam anlamıyla anlamaktan uzak olduğumuz bir olguya yol açmıştır. İlerleyen bölümlerde bu gelişmelerin bazı normatif sonuçlarına değineceğim. Ancak önce, ilgili bazı temaları daha ayrıntılı incelemek istiyorum.

I V

GÖRÜNÜRLÜĞÜN DÖNÜŞÜMÜ

Günümüzde televizyon ekranlarımızdaki bireyleri, herkesin seyrine açık kamusal bir dünyaya ait kişiler olarak düşünmeye yatkınız. Televizyon ve diğer medyada düzenli görünen kişilik ve siyasal liderlere bir ölçüde aşinalık duyarız. Onları belki ortaklar, hatta arkadaşlar olarak düşünmeye başlarız ve belki de ilk isimleriyle anarız. Gelgelim bizim önümüzde görünenler, binler ve milyonların da karşısındadırlar, bizlerden başka pek çok bireyin erişiminde ve gözetimindedirler. Ve biliyoruz ki, bizler, televizyon ekranlarında görünen kişilikleri ve siyasal liderleri düzenli olarak seyretmekle beraber, günlük yaşantının akışında onlarla asla karşılaşmayacağız.

Bu düşünceler, bizlerin dünyasını, birkaç yüzyıl önce varolmuş dünyadan ayıran gediğin bir dizinidir. Medyanın (ve özellikle de radyo ve televizyon gibi elektronik medyanın) gelişiminden önce kaç insan, siyasal iktidarı elinde tutan bireyleri görebilirdi, onları iştebilirdi? Çoğu insan için başlıca etkileşim biçiminin yüz yüze olduğu bir zamanda, kaç kişi, kendilerini yöneten siyasal liderlerle

etkileşime girebilirdi? Ve buna karşılık siyasal liderler, aynı mekânı paylaştıkları görece az sayıda birey haricinde başka bir şey karşısında nasıl görünmekteydiler? Medyanın gelişmesinden önce siyasal liderler, hükmettikleri çoğu insana görünmezlerdi, kendilerini görünür kılma faaliyetlerini sarayın veya parlamentonun görece kapalı çevresiyle sınırlarlardı. Ancak günümüzde kendini görünür kılma faaliyetlerini bu şekilde sınırlamak mümkün değildir. Bugün, siyasal liderler, kendileri istesinler ya da istemesinler, eylemlerini yeni şekillerde ve tamamen farklı bir boyutta işleyen yeni bir görünürlük tipine uyarlamak için hazırlıklı olmak zorundadırlar. Ve siyasal liderler, her tür tehlikeyi göze alarak bu yeni görünürlüğü ihmal etmemektedirler.

Bu bölümde, görünürlüğün doğasındaki bu dönüşümü ve görünürlük ile iktidar arasında değişen ilişkiyi araştırmak istiyorum. Bu dönüşümün kamusal alanın doğasındaki daha geniş kaymanın bir parçası olduğunu göstermeye çalışacağım. Bu nedenle birinci ve ikinci bölümde ortaya konulan bazı konuları oldukça farklı bir doğrultuda yeniden devam ettireceğim. Kamusal-özel ikiliğinin iki anlamı arasında ayırım yapmakla (birinci kısım) medyanın gelişiminin kamusal alanın doğasını dönüştürdüğü yönler yeniden değerlendirilebilir (ikinci kısım) ve iktidar ile görünürlük arasında değişen tarihsel ilişkilerin izi sürülebilir (üçüncü kısım). Kamusal alanın doğasındaki dönüşüm siyasal liderler için yeni fırsatlar yaratırken, yeni riskleri de beraberinde getirmiştir. Sonuç kısmında, dolayımlanmış görünürlük çağında iktidar pratiğine her zaman risk teşkil eden gaflardan skandallara kadar bazı yeni sorun kaynaklarını araştıracağım.

Kamusal ve Özel

Batı toplumsal ve siyasal düşüncesinde, kamu ve özel ayrımı uzun bir tarihe sahiptir.¹ Bu tarih, ortak çıkarları ilgilendiren konuları tartışmak ve ortak iyiye yönelik bir toplumsal düzen oluşturmak için bir araya gelen yurttaşların yer aldığı polis yaşamıyla ilgili Klasik Yunan'ın felsefi tartışmalarına kadar geriye götürülebilir. Ayrımın açık formülasyonu, muhtemelen, kamuyu özel hukuk ve *res publican*ın Roma kavrayışından ayıran Roma hukukunun erken gelişiminden kaynaklanmaktadır. Gelgelelim geç ortaçağ ve erken modern dönemlerdeki kamu-özel ayrımı, kısmen bu zamanlarda ortaya çıkan kurumsal dönüşümlerle ilintili yeni anlamlar kazanmaya başladı. Eski kurumlar değiştiğinde ve yeni kurumlar görülmeye başladığında, 'kamu' ve 'özel' terimleri yeni şekillerde kullanıldı ve bir ölçüde yeniden tanımlandı.

Batı toplumlarının geç ortaçağ döneminden itibaren gelişimine odaklanırsak, kamu-özel ikiliğinin iki farklı anlamını ayırt edebiliriz. Bu anlamlar, kuşkusuz, kamu ve özel kavramlarının çoğul anlamlarını tüketmesine karşın yine de geç Orta Çağlardan beri kullanılan en önemli bazı yönlerine işaret eder.

İkiliğin birinci anlamı, bir yanda devlet elinde tedricen biriken kurumsallaşmış siyasal iktidar alanıyla, diğer yanda doğrudan siyasal denetim alanları dışındaki ekono-

¹ Özel-kamusal ayrımının ayrıntılı tarihsel değerlendirmesi için bkz. Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry in to a Category of Bourgeois Society*, Çev. Thomas Burger ve Frederick Lawrence, Polity, Cambridge, 1989, Bölüm 1; Norberto Bobbio, *Democracy and Dictatorship: The Nature and Limits of State Power*, çev. Peter Kennealy, Polity Yayınları, Cambridge, 1989, Bölüm 1.

mik faaliyet ve kişisel bağlar alanı arasındaki ilişkilerle ilgilidir. Böylece onbeşinci yüzyıldan başlayarak 'kamu', devletten kaynaklanan veya devletle ilgili olan faaliyeti ya da otoriteyi giderek daha fazla ifade ederken; 'özel', devletten ayrı ve onun dışındaki faaliyet veya yaşam alanlarına gönderme yapar hale geldi. İkiliğin bu ikinci anlamı, onsekizinci ve ondokuzuncu yüzyıl boyunca hukuk ve siyasal teorisyenlerin yazılarında giderek önemli hale gelmeye başlayan bir ayrımla –devlet ve sivil toplum arasındaki ayrımla- kısmen iç içe geçer. 'Sivil toplum' terimi, erken modern düşünürlerce, genellikle birbiriyle uyumsuz çok farklı anlamlarda kullanıldı.² Kavramın günümüzde en sık kullanılan anlamı esas olarak Hegel'e ya da daha ziyade Hegel'in hukuk felsefesinin yorumlanmasına borçludur. Hegel'in hukuk felsefesi yorumuna göre sivil toplum, sivil hukukça düzenlenen ve formel olarak devletten ayrı olan özel bireyler, örgütler ve sınıflar alanında oluşur. Bu yüzden, özelin alanının, bu anlamıyla, esas olarak aile merkezli kişisel ilişkilerin alanı olduğu kadar sivil toplumu da içerdiği söylenebilir.

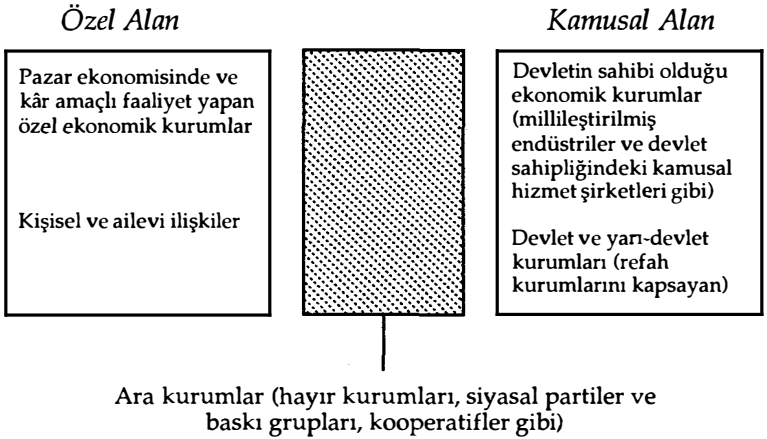
Kuşkusuz, kamu ve özel arasındaki bu geniş ayrım, modern toplumların tarihsel gelişiminde asla katı veya kesin değildir. Kapitalist ekonomik örgütlenmelerin ortaya çıkışı, devletler tarafından tesis edilen ve sürekli değiştirilen bir dizi yasal ve siyasal çerçeveler içinde meydana gelen bir süreçti. Buna karşılık ekonomik gelişme –özellikle vergilendirme sayesinde gelirlerin artma kapasitesi- devletin faaliyetlerini değişik açılardan etkiledi ve sınırlandırdı. Üstelik on dokuzuncu yüzyılın sonlarından iti-

² Bkz. Bobbio, *Democracy and Dictatorship*, Bölüm 2; ayrıca bkz. John Keane, *Democracy and Civil Society*, Verso, Londra, 1988, Bölüm 2.

baren kamu ve özel arasındaki sınırlar giderek bulanıklaştı. Devletler, ekonomik faaliyeti düzenlemeyi amaçlayan ve ekonomik büyümenin olumsuz sonuçlarını gideren politikalar izleyerek, giderek daha fazla müdahaleci rol üstlendiler. Özel bireyler, hükümet politikasını etkilemeyi amaçlayan örgütleri ve baskı gruplarını oluşturmak için bir araya geldiler. Gerçekte, peş peşe gelen hükümetler, kamu hizmetlerini ve yatırımlarını yayarak veya bunun tam tersi kamu sektörünü özelleştirme yoluyla ortadan kaldırarak devletin faaliyet alanını yeniden tanımlamaya çalıştığı için kamu ve özel arasındaki sınır, kilit hale geldi.

Kamu ve özel arasındaki bu kapsamlı ayrımın, on dokuzuncu ve yirminci yüzyıl boyunca Batı toplumlarında aldığı biçim şekil 4.1’de özetlenmektedir. Özel alan, resmi olmayan veya hukuk aracılığıyla resmi onay gören kişisel ve ailevi ilişkiler sahası olduğu kadar, pazar ekonomisinde faaliyette bulunan ve bir ölçüde kâr elde etmeye çalışan özel ekonomik örgütlerin sahipliğini de içermektedir. Kamu alanı, yasama ve yürütme organlarından, polis, asker ve gizli servislere, sivil hizmetlerden değişik refah örgütlerine kadar bir dizi devlet ve yarı devlet kurumunu kapsamaktadır. Kamu alanı, aynı zamanda, ulusal sanayi ile devletin sahibi olduğu kamu kurumları gibi devletin elindeki ekonomik örgütleri içermektedir. Özel ve kamu alanları arasında son yıllarda çeşitli ara kurumlar ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Bu örgütler, ne devlet sahipliğindedir ne de tamamen özel alan içinde yer alır. Bunlar, örneğin Oxfom ve Çocukları Koruma gibi ticari amaç gütmeyen kuruluşları, kulüp ve ticari dernekler gibi karşılıklı yararı hedefleyen birlikleri; özel görüş açılarını dillendirmeye ça-

balayan siyasal partileri ve baskı gruplarını; ve kooperatif temelinde faaliyette bulunan ekonomik örgütleri kapsamaktadır.³ Bu ara kurumlar, yasal statüleri bağlamında devlet dışı özel kurumlardır, ancak hukuksal ve işlevsel açıdan kâr sağlamaya yönelik özel ekonomik örgütlerden ayrılmaktadırlar.



Şekil 4.1 Modern Batı toplumlarında Özel ve Kamusal Alanlar

Yine de, Batı toplumsal ve siyasal söyleminde ortaya çıktığı kadarıyla kamu-özel ikiliğinin ikinci temel anlamını ayırt etmek mümkündür. Bu anlama göre, 'kamu', 'alenî' veya 'kamuya açık' demektir.⁴ Bu anlamıyla kamu, görülebilir veya gözlenebilirdir, izleyiciler önünde icra edilendir,

³ Aracı kurumların ve modern toplumlarda artan önemlerinin detaylı analizi için bkz. Alan Ware, *Between Profit and State: Intermediate Organizations in Britain and the United States*, Polity Yayınları, Cambridge, 1989.

⁴ Bkz. Bobbio, *Democracy and Dictatorship*, s. 17. Ayrıca bkz. Norberto Bobbio, *The Future of Democracy: A Defence of the Rules of the Game*, ed. Richard Bellamy, Çev. Roger Griffin, Polity Yayınları, Cambridge, 1987, s. 79.

herkesin ya da çoğunluğun görmesine, işitmesine açık olandır. Özel ise tersine, bakıştan kaçınmaktır, mahrem veya gizli ya da sınırlı sayıda insan arasında söylenen veya yapılandır. Kamu-özel ikiliği, bu anlamıyla, *mahremiyete karşı kamusallıkla, gizliliğe karşı açıklıkla, görünmezliğe karşı görünürlükle* ilintilidir. Kamusal bir eylem, herhangi birisinin görebileceği şekilde icra edilmiş görünür bir eylemdir; özel bir eylem ise kapalı kapılar ardında ve gizlice uygulanmış bir eylemdir.

İkiliğin bu ikinci anlamı birinciyle uyuşmaz, ancak tarihsel olarak, hükümet şekilleriyle iktidarın görünürlüğü veya görünmezliği arasında karmaşık ve kaygan bir ilişki bulunmaktadır. Yurttaşların öneriler ortaya atmak, meseleleri tartışmak ve kararlar almak üzere bir araya geldikleri klasik Yunan şehir devletlerinde siyasal iktidarın uygulanması görece aleniydi: Katılımcıların müdahaleleri ve tartışmaları bir araya gelenlerce görülebilir ve işitilebilirdi, bütün yurttaşlar kanaatlerini duyulabilir kılmada eşit hakka sahiptiler. Meclis, iktidarın kamusallığının (veya aleniyetinin) ortak bir mekânda birbirleriyle tartışmaya girmeleri ve el kaldırma ya da benzer bir prosedür aracılığıyla kolektif kararlarını bildirme kapasitelerine temellendiği özgün bir kamusal alan oluşturdu. (Zaman zaman çömlek parçaları kullanılarak gizli oylamalar yapıldı, ancak oyların genellikle birbirine yakın olması muhtemeldi).⁵ Şüphesiz ki, klasik Yunan meclisi, erişimin sınırlı olduğu bir kamusal alandı: Sadece 20 yaşın üzerindeki Atina erkeklerinin katılmalarına izin verildi; kadınlar, köleler ve 'yabancı'lar (yurttaş olmayan ahali, 'metics')

⁵ Bkz. Simon Hornblower, 'Creation and Development of Democratic Institutions in Ancient Greece', Ed. John Dunn, *Democracy: The Unfinished Journey*, 508 BC To AD 1993, Oxford Üniversitesi Yayınları, Oxford, 1992, s. 1-16.

dışarıda bırakıldı. Ancak meclis, şu gerçeği gösterdi: Bir hükümet biçimi olarak antik demokrasi, diğer yönetim sistemlerinde genellikle eksik olan, iktidarın görünürlüğüne yönelik belirli bir bağlılığa vurgu yaptı.

Ortaçağın ve erken modern Avrupa'nın monarşik devletler geleneğinde devlet işleri, halkın çoğuna büyük oranda görünmeden, sarayın görece kapalı kapıları ardında yürütüldü. Krallar, prensler ve lordlar tebalarının önlerine çıktıklarında, bunu, kendi karar ve siyasetlerinin dayandığı temelleri kamusal (görünür) kılmak için değil, iktidarlarının kamusallığını vurgulamak için yaptılar. Kraların, prenslerin ve lordların kamusal görünüşleri, içinde monarkın halesinin görünür kılındığı ve onaylandığı görkemli, törensel, özenle sahnelenmiş olaylardı. Kamusallık, iktidarın yürütülmesi yerine yüceltilmesi üzerine kuruldu. *Raison d'état* (hikmet-i hükümet, ç.n) konusundaki ilk teorik yazılarda, karar-yapım süreçlerinin mahremiyeti genellikle *arcana imperii*ye –yani, prensin iktidarının insanların bakışından saklı ve tıpkı tanrısal irade gibi görünmez kılınması durumunda amacına daha etkili ve daha doğru ulaşacağını varsayan devlet gizliliği doktrinine- başvurmakla meşrulaştırıldı.⁶ Karar-yapım süreçlerinin kapalı bir mekânda, gizli bir kabinede gerçekleştirilmesi ve kararların zaman zaman ve seçici bir şekilde kamusallaştırılmasıyla iktidarın görünmezliği kurumsal olarak sağlandı.

⁶ Bobbio, *Democracy and Dictatorship*, s. 19 ve *The Future of Democracy*, s. 86–9. Devlet çıkarları (*Raison d'état*) üzerine olan erken dönem çalışmalar Machiavelli, Botero ve diğer onaltıncı yüzyıl İtalyan yazarlarını içermektedir. Daha ayrıntılı görüşler için bkz. Friedrich Meinecke, *Machiavellism: The Doctrine of Raison d'Etat and its Place in Modern History*, Çev. Douglas Scott, Routledge ve Kegan Paul, Londra, 1957.

Modern anayasal devletin gelişimiyle birlikte iktidarın görünmezliğine belli açılardan sınırlamalar getirildi. Daha açık ve sorumlu karakterdeki bir dizi kurum gizli kabine- nin yerini aldı veya onu tamamladı; önemli siyasal karar ve konular parlamento organlarında tartışıldı ve de yurt- taşlar, başka şeyler yanında, hukukun kendilerine resmi olarak garanti ettiği belirli temel haklara kavuştular. *Arca- na imperii* doktrini, modern resmi gizlilik ilkesine dönüştü- rüldü ve bunun uygulaması, devlet güvenliği ve istikrarı için çok önemli addedilen konularla kısıtlandı.

İktidar, bu ve başka açılardan, daha görünür niteliğe kavuştu ve karar yapım süreçleri daha kamusal hale geldi. Ancak bu ivme ne tek biçimliydi ne de tamamlanmıştı. İktidarı temsil edenler, gizliliği sürdürmek için yeni yollar, uygulamada yeni yeni gerekçeler buldular. Yeni görünmez iktidar ve gizli hükümet biçimleri –güvenlik hizmetlerinin ve paramiliter örgütlerin esrarengiz faaliyetlerinden, poli- tikacıların kapalı kapılar ardındaki davranışlarına ve dü- menlerine kadar- keşfedildi. İktidarın görünmezliğini sı- nırlamakla, iktidar tamamıyla görünür kılınmadı: Tersine, modern toplumlardaki iktidar pratiği, pek çok açıdan kamu bakımından gizlendi ve gizemliliğe büründü.

Yersiz Kamular: Dolayımlı Kamusalılığın Yükselişi

Bu ayrımların sunduğu zemine karşı, şimdi –basımla başlayan ancak en son elektronik medyayı kapsayan- yeni iletişim medyasının gelişiminin kamusal ve özel yaşam arasında yeniden oluşturduğu sınırları ele almak istiyorum. Medyanın kamusalılığın doğasına ve iktidar ile görü- nürlük arasındaki ilişkiye tesirini nasıl anlamalıyız?

Medyanın gelişmesi, geleneksel biraradalık kamusalılığından oldukça farklı olan yeni kamusalılık biçimleri yaratmıştır. Bu yeni biçimlerin temel özelliği, medyanın mümkün hale getirdiği erişimin yaygınlaşmasıyla, eylem veya olayların, artık, ortak bir mekânı paylaşmayı gerektirmemesidir. Bir eylem veya olay, olayın kaydedilmesi yoluyla kamusallaştırılabilir ve de olayın oluşum zamanında ve yerinde fiziksel olarak hazır bulunmayan başkalarına iletebilir. Olaylar ve eylemler, ortak bir aradaki bireyler çoğulluğu tarafından doğrudan görülebilme veya işitilebilme kapasitelerinden bağımsız bir kamusalılık kazanabilirler. Medyanın gelişmesi, böylece, modern dünyada giderek artan önemde rol üstlenen yeni 'dolayimli kamusalılık' biçimlerine yol açmıştır. Bu yeni biçimler, geleneksel biraradalık kamusalılığının rolünü tamamen yerinden etmemiştir. Kamusal toplantıların, kitle gösterilerinin ve parlamentodaki siyasal tartışmaların halen önemlerini sürdürmesinin kanıtladığı üzere, geleneksel biçimler, modern toplumlardaki ağırlıklarını devam ettirmektedir. Ancak yeni iletişim medyası daha da yaygınlaştığında, yeni kamusalılık biçimleri geleneksel kamusalılık formunu tamamlamaya, giderek genişletmeye, dönüştürmeye ve yerinden etmeye başladı. Bu gelişimin bazı safhalarını ve dolayimli kamusalılık karakterinin bazı biçimlerini kısaca ele alalım.

Erken modern Avrupa'da basımcılığın doğuşu, basım dünyasının özellikleriyle, üretim tarzlarıyla, yayılımıyla ve içselleştirilmesiyle ilintili yeni bir kamusalılık biçimi yarattı. Bütün dolayimli kamusalılık biçimleri gibi basılı sözcüğün yarattığı biçim, ortak bir mekânı paylaşmaktan uzaktı: Basımcılığın ortaya çıkışıyla birlikte, eylem ve olaylara, bi-

reylerin ortaklaşa birarada olmadığı bir kamusalılık bahşedildi. Bu nedenle basılı sözcük, başından beri hem devlet temsilcilerinin resmi ilanları için bir araç (medium), hem de muhalif grupların, aksi takdirde fark edilmeden es geçilebilecek olay ve eylemlere dikkat çekebilecekleri bir araç olarak kullanıldı: Her ikisi de, olay ve eylemlerin ortaya çıkışlarına tanık olmayan kamu için olguyu inşa eden araçlardı. Olay ve eylemlerin ortaya çıkışlarına tanık olmayan bireyler zaman ve mekânda konumlanmamış bir kolektiviteyi –bir *okuyan kamu*y- oluşturdu. Okuyan kamu, birbirleriyle yüz yüze karşılaşan geleneksel anlamda bir topluluk değildi. O, daha ziyade, *yersiz bir kamu*ydı. Bu kamu, üyelerin yüz yüze iletişimde bulunma olanaklarıyla değil basılı sözcüğün olanaklı kıldığı bir kamusalılığa erişmek zorunda olmalarıyla tanımlandı.

Kuşkusuz ki okuyan kamunun bazı üyeleri ortak mekânlarda birbirleriyle etkileşirler. Okuyan topluluklar, kulüpler, kahvehaneler ve başka muhitler, Habermas'ın gösterdiği gibi, bireylerin buluşmaya ve okuduklarını tartışmaya yönelik mekânsal ihtiyaçlarına yanıt verdi. Gelgelim erken modern Avrupa'daki basılı malzemelerin alımınmasına ve özgülenmesine dair bu özelliklerin, basın yarattığı kamusalılık türünün belirleyicisi olduğunu ileri sürmek yanıltıcı olabilir. Çünkü basılı sözcüğün kamusalılığı, edebiyat çalışmaları ve siyasal süreli yayınlar gibi basılı materyalleri alımlayanların tartışma yaptıkları belli mekânların çok ötesine genişledi. Okuyan kamu, okuduklarını tartışmak üzere bu mekânlarda bir araya gelen görece seçkin bireylerden oluşan gruplardan farklıydı.

Basımcılığın yarattığı kamusalılık, sadece ortak mekân paylaşımını yerinden etmedi: Yüz yüze konuşmanın söy-

leşmeli karakteriyle olan bağınyı kaybetti aynı zamanda. Basımcılığın ortaya çıkışıyla birlikte, bir şeyi kamusal kılma eylemi, konuşma ediminin söyleşmeli özelliğinden prensipte ayrıldı ve giderek basılı sözcüğü üreten ve yayan araçlara erişime bağımlı kaldı. Benzer şekilde, kamusal eylem ve olaylar hakkında bilgi sahibi olma veya onlara tanık olma, prensipte, yüzyüze etkileşimdeki potansiyel katılımcının rolünden daha farklı bir niteliğe büründü. Olaylar veya eylemler şimdi okumayla öğrenilebilirdi, okuma faaliyetini okuyucudan orijinal eylemin veya olayın oluşumuna dahil olan bireylerle iletişim kurmasını ne gerektirdi ne de olanaklı kıldı. Diğer bir anlatımla, yazılı malzemelerin üreticileri ile alımlayıcıları arasındaki ilişki aslında yarı dolaşymalı etkileşimle ilişkiye girmek demektir. Basılı sözcükle yaratılan kamusalılık türü kısmen bu ilişkiyle tanımlandı.

Geleneksel ortaklaşa biraradalık kamusalılığı ve basımcılığın ortaya çıkardığı yeni kamusalılık biçimi arasındaki ayrım vurgulanırken, bu iki kamusalılık biçiminin erken modern Avrupa'nın tarihsel koşullarında karmaşık yönlerde içiçe geçtiğini kabul etmek de ayrıca önemlidir. Ortak bir arada bulunma bağlamlarında ortaya çıkan veya icra edilen bazı eylemler kaydedilerek yaygın erişime sunuldu ya da basılı halde tespit edildi. Eylem ve olaylar, böylece, sadece ortak biraradalık kamusalılığının tamamladığı yeni bir kamusalılık niteliği kazanmadı, aynı zamanda giderek bu kamusalılığı da değiştirdi. O kadar ki, ortak biraradalık bağlamlarında eylemde bulunan bireyler, giderek davranışlarını, okuma kamusunun bir parçası olan ötekilere doğru yönelttiler. Üstelik, yazılı malzemelerin üreticileri ile alımlayıcıları arasındaki ilişki söyleşmesiz karakterde olmakla birlikte, alımlama süreci söyleşmeli olan değişik

iletişim biçimleriyle rlyd. nceki bölümlerde işaret ettiğimiz gibi, kitap ve broşürler, yazılı sözcüğü işitmek için bir araya gelmiş bireylere sesli okunmaktaydı. Böylece yazılı sözcüklerin yarattığı kamusallık, bu kamusallığa erişime olanak verecek gerekli yeteneklere (okuma kapasitesi) sahip olmayan bireyler için erişebilir hale geldi. Sesli okuma pratiği giderek yerini günümüzün okuma pratiğine bıraktı. Günümüzün okuma pratiği sadece gözlerle ve dudakları kıpırdatmadan sessiz ve kendi başına yapılmaktadır. Bu nedenle basılı szn yarattığı yeni kamusallık biçimleri, çoğu alımlama bağlamını tanımlayan konuşma tipli etkileşimden yavaş yavaş ayrıldı.

Yeni kamusallık ile geleneksel biraradalık kamusallığı arasında bir başka ayrım daha vardı: Yeni kamusallık formu, bir eylem veya olayın kamusallığıyla, onun kavranması arasındaki bağı zayıflattı. Ortak biraradalık bağlamlarındaki kamusallık, sadece ortak bir mekânı paylaşan insanlar arasında söyleşmeli eylemlere indirgenemez. Bu bağlamlardaki kamusallık aynı zamanda, bireylerin birbirlerini ve birarada oldukları başkalarının önünde icra edilen eylem ve olayları görme ve işitme kapasitesiyle de ilintilidir. Ötekiler, olay veya eylemin ortaya çıkışını gören ve işitenlerdir. Böylece olay ve eylemin kamusallığı, başkalarıyla bir arada olmanın bilincine varmaya kök salmaktadır.

Ancak basımcılığın doğuşuyla birlikte kamusallık ile kamusallığın anlamının kavranması arasındaki bağ dönüştürüldü. Bir eylem ve olay, onların ortaya çıktığı yerde bulunmayan, onları göremeyen ve işitemeyen başkaları için kamusal statü kazanabilir. Kamusallık ve görünürlük arasındaki bağ böylece zayıfladı: Eylem ya da olay, onları tam olarak görmemiş bireyler için kamusal olay veya ey-

lem haline geldi. Üstelik kamusal eylemleri icra eden ya da kamusal olaylara katılan bireyler, eylemlerin veya olayların kendileri için kamusal olgular olduğu veya olabileceği bireyleri artık görememekteydiler. Onlar (kamusal eylemleri icra eden ya da kamusal olaylara katılanlar, ç.n), kendi görüş alanlarında okuyan kamunun bulunmamaları anlamında, *körlemecesine* eylemde bulunmak zorundaydılar. Gelgelelim kamusallık ve görünürlük arasındaki bağ önemli oranda zayıflamasına karşın yine de tamamen ortadan kalkmadı: Basımcılık prizmasından yönlendirildi. Çünkü okuma pratiği gözün kullanımını içerdi; ve basılı malzemeler, basılı sözcüğü tamamlamak için tahta kalıp, taş baskı ve benzer tekniklerden yararlanılarak üretilen görsel materyali kapsadı.

Buraya kadar basımın yarattığı dolayimli kamusallığın bazı özelliklerini belirlemeye ve bu kamusallığı geleneksel bir aradalık kamusallığından ayırt etmeye çalıştım. Ancak başka dolayimli iletişim biçimlerinin yarattığı kamusallık formlarını nasıl ele almalıyız? Yirminci yüzyılda elektronik temelli medyanın gelişimi kamusallığın doğasını nasıl dönüştürmüştür? Dikkatimizi televizyon üzerine yoğunlaştıralım: TV tarafından yaratılan dolayimli kamusallık formunun özellikleri nelerdir?

Basım ve diğer medya gibi televizyon da yüz yüze etkileşimin bir özelliği olan söyleşmeli etkileşimden ve ortak bir mekânı paylaşmaktan yoksundur. Ancak televizyon, görsel sembolik ipuçları sayesinde, kamusallık ve görünürlük arasında yeni ve farklı bir ilişki tesis eder. Televizyon, tıpkı sinema gibi, özellikle görsel algı üzerine yoğunlaşır; karmaşık görsel-işitsel imaj üretmek için işitsel ipuçlarıyla görsel ipuçlarını birleştirir. Böylece televizyon, alımlayıcı-

lara, konuşulan sözcükleri ve diğer sesleri işitme; kişileri, eylemleri ve olayları seyretme olanağı sağlamaktadır. Kişilerin, eylemlerin ve olayların kamusalılığı, bunların (kişiler, eylemler ve olaylar, ç.n.) başkaları tarafından görülebilmesi veya işitilebilmesi kapasitesiyle yeniden bağlantılandırılır. Televizyon çağında görmenin dar anlamındaki görünür-lük -gözlerle görölme kapasitesi- yeni bir tarihsel anlam düzeyine çıkarılır.

Televizyonla yaratılan yeni kamusalılık biçimi, kamu-sallık ve görünürlük arasındaki bağı yenilemede biraz ge-leneksel biraradalık kamusalılığını andırmaktadır. Gelge-lelim aralarında önemli farklar da vardır. İlk olarak, tele-vizyonda izlenebilen olay ve eylemler farklı ve dağınık bağ-lamlarda konumlanan daha geniş sahadaki bireyler ta-rafından görülebilir. Gerçekte farklılık unsuru o kadar bü-yüktür ki -ortak biraradalık bağlamı bir olaya, yüzler ve muhtemelen binlerin tanık olmasına karşın, günümüzde televizyon imajları küresel çapta milyonlara ulaşır- televiz-yon çağında politikanın feodal sarayların bir özelliği olan tiyatro pratiği tipine benzediğine ileri sürmek oldukça ya-nıltıcı olabilir. Günümüzde TV ekranlarında görünen çoğu siyasal olayın gösterisel karakteri, geçmişin saray pratikle-riyle belki yüzeysel bir benzerliğe sahiptir. Ancak siyasal liderlerin, bugün kendilerini sunmak ve görünürlüklerini idare etmek zorunda kaldıkları koşullar, Ortaçağ'ın kralla-rı, lordları ve prenslerinin karşılaştıkları koşullardan kök-ten farklıdır.

Televizyon kamusalılığını geleneksel biraradalık ka-musalılığmdan ayıran ikinci bir nokta daha vardır: Televiz-yon, bireylerin başkalarıyla gündelik karşılaşmalarında sahip oldukları görüş alanından tamamen farklı bir görüş

alanı yaratmaktadır. Telegörsel alan, şüphesiz ki bireylerin günlük yaşam mahallerinden çok uzaktaki olguları bireylere sunan çok daha geniş bir sahadır. İzleyici, görüş açısını seçmede özgür olmadığı ve seçtiği görsel malzeme üzerinde görece az denetime sahip olduğu için telegörsel alan, aynı zamanda, bireylerin denetimlerinin oldukça uzağındadır. Fakat televizyon iletilerini hazırlayanlar bireylerin görüş alanlarını ne kadar çok yönetirse ve kontrol ederse etsin bireylerin yine de günlük yaşam bağlamlarının çok uzağındaki olguları görebilmeleri, televizyon kamusalılığı- nı önceki kamusalılıktan ayırmaktadır.

Üçüncü farklılık, görmenin 'yönlülüğü' diyebileceğimiz şeyle ilgilidir. Bireyler yüz yüze bağlamlarda ilke olarak birbirlerine görünürler. Bir konuşmacının binlerce dinleyiciye hitap ettiği büyük toplantılarda bile, seyirciler konuşmacılara, konuşmacılar da seyircilere görünmektedirler. Gelgelelim, televizyon örneğinde görmenin yönü esas olarak tek yönlüdür. Televizyon ekranındaki bireyler, kendilerinin göremedikleri izleyicilere görünebilmektedirler; izleyiciler kendilerine gösterilen bireyleri seyretmekte, ancak kendileri seyrettikleri bireylere görünmemektedir. Televizyonun yarattığı kamusalılık böylece, üreticilerin ve alımlayıcıların görünürlük ve görünemezlikleri, görme ve görülme kapasiteleri bağlamında üreticiler ve alımlayıcılar arasında köklü bir karşıtlıkla tanımlanır.

Bu nedenle, televizyonun gelişimi, geleneksel biraradalık kamusalılığından oldukça farklı yeni ve özgün bir görünürlük formu yaratmıştır. Bunun yanı sıra bu kamusalılık, yazılı sözcüğün oluşturduğu dolayimli kamusalılıktan belirli açılardan farklılaşır. Şayet bu değişik kamusalılık biçimleri arasındaki ayrımları akılda tutarsak, yeni iletişim

medyası tarafından yaratılan yeni kamusallık biçimlerini değerlendirmede tek bir kamusal yaşam modelini kullanmaya girişmekten kaynaklanan karışıklıktan kaçınabiliriz. Bu karışıklığın anlamını değerlendirmek için Habermas'ın burjuva kamusal alanının doğuşu ve dönüşümü hakkındaki argümanlarına bir an için dönmek yararlı olabilir.

Habermas, burjuva kamusal alanının ortaya çıkışına dair anlatısında, daha önce gördüğümüz üzere basına önemli rol atfetmiştir. Onsekizinci yüzyılın başlarında, yukarıda vurgulanan ahlaki haftalıklar ve siyasal süreli yayınlardaki basılı sözcükler, özel şahıslar arasındaki tartışmayı tetiklemede kritik bir rol oynadı. Fakat Habermas'ın çalışmasını dikkatli bir şekilde yeniden okursak, onun esas olarak basımla, bu iletişim aracının özgün karakteriyle ve oluşturduğu toplumsal ilişki türleriyle aslında ilgilenmediğini anlayabiliriz. Habermas'ın basın üzerine düşünme şekli, konuşulan sözcük üzerine temellenen iletişim modeliyle şekillendi: Süreli basın, burjuva toplumsallığının yaşandığı mekânlarda başlayan ve süren konuşmanın bir parçasıydı. Basın, kulüp ve kahvehaneyle öyle içli dışlı hale gelmişti ki ondan ayrılamazdı: 'Farklı araca göre değişikliğe uğrayan tek ve aynı tartışma, okuma yoluyla özgün konuşma ortamına yeniden sokularak devam ettirildi.'⁷ Basım, böylece, burjuva kamusal alanın oluşumunda kilit bir rol oynarken, burjuva kamusal alan, Habermas tarafından, basınla ilişkisine göre değil, basımın teşvik ettiği yüz yüze ilişkiye göre kavramsallaştırıldı. Bu noktada Habermas'ın burjuva kamusal alanı, klasik Yunan kamusal yaşamı fikrinin izlerini taşır: Erken modern Avrupa'daki Paris ve Londra salonları, kulüpleri ve kahvehaneleri, antik Yunan'ın pazar yerleri ve meclisle-

⁷ Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, s. 42.

rinin karşılığıydı. Antik Yunan'da olduğu gibi erken modern Avrupa'da da kamusal alan, ortak bir mekânda konuşulan sözcüklerin söyleşmeli bir şekilde değiş tokuş edildiği farklı görüş noktalarını, kanaatleri ve tartışmaları dengeleyen konuşma üzerinden inşa edilir.

Kamusal alanın bu kavramsallaştırmasını göz önüne alarak Habermas'm radyo ve televizyon gibi daha yeni iletişim medyasının etkilerini niçin büyük oranda olumsuz terimlerle açıklamaya çalıştığını anlamak zor değildir. Nedeni, sadece medya endüstrilerinin daha fazla ticarileşmesi ve belirli çıkarların hizmetine koşulması değildi; yanı sıra, medya endüstrilerinin yarattığı ve medya ürünlerini alımlamanın özelleşmiş işlenme biçimi haline geldiği bir iletişim türünün, erken modern Avrupa'daki kulüp ve kahvehanelerde toplanan bireyler arasında ortaya çıkan söyleşmeli değiş tokuştan çok farklı olmasıydı.⁸ Habermas, radyo ve televizyonun yeni konuşma biçimleri - TV'de sohbet programları, panel tartışmaları gibi- yarattığının elbette farkındadır. Ancak Habermas'ın iddiasına göre, bu yeni konuşma biçimleri, burjuva kamusal alanının kurucu unsuru olan eleştirel-rasyonel tartışmayla hiçbir şekilde mukayese edilemez. 'Günümüzde konuşmanın kendisi yönetilmektedir';⁹ ve bilgili yurttaşlar arasındaki aktif tartışma, yerini, onlar adına yapılan konuşmanın özelleşmiş işlenmesine bırakmaktadır.

Gelgelelim, esasında mekânsal ve söyleşmeli karakterde olan ve dolayimli iletişimin tarihsel çöküşteki artan rolünü açıklamaya zorlayan bir kamusal kavramına bağlı kalırsak, modern dünyadaki kamusal yaşamın doğasını tam ma-

⁸ Ibid., s. 163-5.

⁹ Ibid., s. 164.

nasıyla anlamak mümkün olmayacaktır. Habermas geleneksel ortak biraradalık kamusalılık fikrine bağlı kalmakla, kendisini medyanın yarattığı yeni kamusalılık formlarını anlamaktan yoksun bırakmıştır: Bu geleneksel model kesinlikle yerinden edilmişken Habermas, kamusalılık formlarını geleneksel modelin penceresinden görmektedir.¹⁰ Yeni iletişim medyasının gelişmesiyle –basımla başlayan ancak elektronik iletişimin en son biçimlerini kapsayan– kamusalılık olgusu, paylaşılan bir mekândaki söyleşmeli konuşma fikrinden uzaklaştı. Kamusalılık, mekânsız ve söyleşmesiz hale geldi ve giderek, medya (özellikle televizyon) aracılığıyla başarılabilen ve üretilen özgül bir görünürlük türü niteliğini kazandı.

Burada geliştirilen yaklaşım, Habermas'ın açıklamalarındaki temel problemlerden uzaklaşmaya olanak vermektedir. Bu yaklaşım aynı zamanda, başka bir etkili toplumsal teorisyen olan Michel Foucault'nun çalışmalarına yönelik eleştirel bir bakış imkanı sunmaktadır. Habermas'ın tersine Foucault, medyanın doğasını ve toplum üzerindeki tesirlerini doğrudan incelememiştir. Ancak Foucault, *Discipline and Punish* ve başka çalışmalarında, modern toplumlarda iktidarın örgütlenmesi, iktidar ve görünürlük arasındaki değişiklikler üzerine özgün bir sav geliştirdi.¹¹ Bu sav kısaca özetlemek

¹⁰ Kamusal yaşamın değişen nitelikleri ile ilgili görüşleri, belli yönlerden Habermas'ın görüşlerine yaklaşan diğer sosyal teorisyenlerin çalışmaları da benzer eleştirilere tabi tutulabilir. Örnek olarak, Bkz. Richard Sennett, *The Fall of Public Man*, Cambridge Üniversitesi Yayınları, Cambridge, 1974, özellikle s.282; Alvin W. Gouldner, *The Dialectic of Ideology and Technology: The Origins, Grammar and Future of Ideology*, Macmillan, Londra, 1976, Bölüm 6–8.

¹¹ Bkz. Michel Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Çev. Alan Sheridan, Penguin, Harmondsworth, 1977, özellikle s. 170. Foucault'nun çalışmalarında görme ve görünürlüğün rolü hakkında daha kapsamlı görüşler için bkz. Martin Jay, *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth Century French Thought*, Kaliforniya Üniversitesi Yayınları, Berkeley, 1993, s. 381–416.

gerekirse şöyledir. Antik dünyanın ve rejimin toplumları se-
yir toplumlarıdır: İktidar uygulaması kudretin kamusal
gösterimi ve hükmetmenin azametiyle ilintiliydi. Birkaçın,
çoğunluğa görülebilir kılındığı ve bu görünürlüğün çoğun-
luk üzerinde iktidarı uygulamanın bir aracı olarak kullanıl-
dığı bir iktidar rejimiydi –örneğin, pazar meydanında ka-
musal bir idam, egemen iktidarın asi bir öznesini yok ederek
zaferini teyit eden bir intikam biçiminde uygulandı. Gelge-
lelim, onaltıncı yüzyıldan başlayarak, seyirsel iktidar göste-
rimi giderek farklı yaşam alanlarına sızan yeni disiplin ve
gözetim biçimlerine yol açtı. Ordu, okul, hapishane ve hasta-
ne: Bu ve diğer kurumlar, giderek eğitim, disipline etme, gö-
zetleme, kaydetme temelinde daha incelikli iktidar meka-
nizmalarını kullandı. Bu mekanizmaların yaygınlaşması
giderek azın çok tarafından görünürlüğünün, çoğun az tara-
fından görünürlüğüyle yer değiştirdiği ve egemen iktidarın
seyirsel gösteriminin iktidarın normalleşen görünüşüne ye-
rine bıraktığı bir ‘disiplin toplumu’na yol açtı.

Foucault, iktidar ve görünürlük arasındaki bu yeni iliş-
kiyi tanımlayacak çarpıcı bir imaj kullanır: Panoptikon. Je-
remy Bentham 1791’de, kendisinin panoptikon adını verdi-
ği ideal bir cezaevi projesi geliştirdi.¹² Bentham, merkezde
gözetleme kulesinin olduğu dairesel bir bina tasarladı. Bi-
nanın duvarları dizi halindeki hücrelerle donatıldı, hücre-
ler birbirinden duvarlarla ayrıldı. Hücrelerin iki penceresi
olacaktı; gözetleme kulesine bakan pencere içeride, hücre-
lerin içine ışığın sızmasını sağlayan pencere dışarıda. Bu
özgün mimari yapı sayesinde merkezi kuledeki tek bir gö-
zetleyici, mahkumları devamlı bir gözetime tabi tutacaktı.

¹² Bkz. Jeremy Bentham, *Panopticon; or the Inspection House*, T. Payne, Londra, 1791; Foucault, *Discipline and Punish*, s. 200.

Hücrede güvenli bir şekilde hapsedilen her mahkum daima görülebilir; her eylem, görünmeyen bir gözetleyici tarafından izlenebilir ve gözlemlenebilirdi. Üstelik, mahkumlar, kendileri her an gözetlenmezlerse bile eylemlerinin sürekli görülebildiklerini bildikleri için davranışlarını buna göre ayarlamakta ve sanki her zaman gözetleniyorlarmışçasına hareket etmektedirler. Mahkumlar iktidarın otomatik olarak işlem yapmasını sağlayan daimi bir görünürlük durumuna tabidirler.

Foucault, panoptikonu sadece onsekizinci yüzyılın sonlarındaki mimari dizaynının nevi şahsına münhasır parçası bir hüner olarak değil, fakat modern toplumlardaki iktidar ilişkilerinin örgütlenmesi için genelleştirilebilir bir model olarak düşünür. 'Panoptisizm' olarak adlandırdığı bu model, daha önceki iktidar uygulamalarına etkin bir alternatif sundu. Tedricen önceki iktidar formlarını tamamladı ve onların yerlerini aldı; öyle ki, bireyler toplumsal yaşamın giderek daha fazla alanında hapisneden daha etkili disiplin ve gözetim tiplerine muhatap bırakıldı. Bireyler yavaş yavaş görünürlüğün denetim aracı haline geldiği yeni bir iktidar sistemi kapanma girdiler. Bireyler artık kendilerine sunulan devasa gösterimin tanıkları değildiler; aksine, günlük gözetleme pratiği sayesinde törensel seyir ihtiyacına gereksinim duymayan çoklu, iç içe geçen bakışların nesneleriydiler.

Foucault bu argümanını geliştirirken, dikkatini, iktidarın toplumsal örgütlenmesi üzerinde doğrudan etkisi olan önemli konulara verdi. Hapishanenin doğuşuna ve disiplin, gözetim tekniklerinin geleneksel cezalandırma ve toplumsal denetim biçimlerinden farklılaşan taraflarına dair analizi çok parlaktır. Ancak Panoptikon'un modern

toplumlardaki iktidar uygulamasına genelleştirilebilir bir model sunduğu iddiası daha az ikna edicidir. Şüphesiz modern toplumlarda gözetim tekniklerine dayanan bazı kurumlar bulunmaktadır: En üstte ordu ve güvenlik hizmetleri, ama ayrıca rutin enformasyon toplamayla uğraşan bazı özel kurumlar ve devletin bazı aygıtları. Üstelik açıktır ki, iletişim medyası gözetim amacıyla kullanılmaktadır; bundan emin olmak için yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminde ordunun rolünün izini sürmek yeterlidir.¹³ Gelgelelim gözetimin öneminin abartılma ihtimali vardır: Medyanın yarattığı yeni kamusalılık biçimlerini ihmal ederken dikkatimizi gözetim faaliyetlerine fazlaca odaklamak oldukça yanıltıcı olabilir.

Foucault şayet iletişim medyasının rolü üzerinde daha dikkatli düşünebilseydi, Panoptikon modelinin ima ettiğinden oldukça farklı bir ilişki kurduğunu anlayabilirdi. Panoptikon, birçok insanı, birkaç insana görülebilir kılmakta ve iktidarın daimi gözetlenebilir bir nesnesi haline getirmektedir, ancak iletişim medyasının gelişimi ile birlikte az sayıdaki kişi hakkında enformasyon toplanabileceği, azınlığın çoğunluk önünde görünebileceği bir ortam doğmaktadır. Medya sayesinde belirli bir görünebilirlik türüne maruz kalanlar, iktidarın nesnesinden ziyade iktidarı uygulayanlardır. Ancak bu yeni dolayimli görünürlük türü, Foucault'nun antik dünya ve rejimde var olduğunu düşündüğü törensel seyir türünden çok daha farklıdır. Çünkü günümüzde birey ve eylemlerin görünürlüğü ortak

¹³ Foucault'nun çalışmalarından gözetimin modern biçimleri ile ilgili olarak daha ayrıntılı görüşler için bkz. Mark Poster, *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*, Polity Yayınları, Cambridge, 1990; David Lyon, *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*, Polity Yayınları, Cambridge, 1994.

bir mahali paylaşmaktan uzaktır ve böylece yüz yüze etkileşimin koşul ve sınırlılıklarından kurtulur.

Görünürlüğün Yönetimi

Kamusallığın değişen doğası, -geleneksel biraradalık kamusalılığından günümüzün dolayimli kamusalılık biçimlerine- siyasal iktidarın yürütüldüğü koşulları köklü değişikliğe uğratmıştır. Başkaları önünde görünürlüklerini idare etmeye çabalayan siyasal iktidardakilerin durumlarını düşünerek, bu dönüşümün siyasal etkilerini açıklamaya başlayabiliriz. Siyasal yöneticilerin ya da liderlerin kendi imajlarını inşa etme ve kendi temsillerini denetlemeyle ilgilenmelerinde yeni olan bir şey yoktur: Görünürlüğün yönetimi antik bir siyasal sanattır. Ne var ki, iletişim medyasının gelişimi ve böylece görünürlüğün doğasındaki dönüşüm, bu sanatın uygulandığı kuralları değiştirmiştir.

Basımın ve diğer medya biçimlerinin gelişmesinden önce, siyasal yöneticiler, görünürlük yönetimi faaliyetini genellikle saray veya meclisin görece kapalı çevresiyle sınırlamaktaydılar. Görünürlük, ortak birarada olmayı gerektirmekteydi: Bir kişi aynı mekânsal-zamansal mahali paylaşanlara görünebilirdi. Bu yüzden imparatorlar, krallar, prensler, lordlar ve iktidarın tepesinde yer alan diğerleri, yüz yüze etkileşim kurduklarının önünde kendi temsillerini yönetmeye yoğunlaşmaktaydılar. Onları izleyenler, asıl olarak yönetici seçkinler ya da sarayın toplumsal yaşamına katılan bireylerden oluşmaktaydı: İktidarın tepesindekilerin günlük yaşamlarında etkileşime girdikleri ve kamusal davranışlarına yön verdikleri bireyler bunlardı.

Yöneticilerin, başkalarının yanısıra, yönettikleri bazı özneleri de kapsayan daha geniş izleyiciler önünde göründükleri bazı fırsatlar bulunmaktaydı. Bu fırsatlar taç giyme törenleri, kraliyet cenaze törenleri ve zafer şenlikleri gibi büyük kamusal olayları içermektedir. Bu olayların ihtişamı ve seremonisi, giysi ve çevredeki tüm şeylerin savurganlığı, görülebilen ancak eşitler olarak işitilmeyen ya da dokunulmayan bir figürün uzaklığı: Hepsi, yöneticilerin nesnelerinin, ortak bir aradalık bağlamında, yöneticinin varlığını görmesine ve kutlamasına imkan verirken, yöneticiye de yönettiği nesnelere karşı mesafeliliğini sürdürme olanağı sağladı. Mesafenin korunması, iktidarın gizemliliğiyle ilişkilendirildi. Yönetici –gerçekte ve sembolik olarak- yönettiği öznelerin üzerindeydi, dünyevi, ahlaki ve kutsal bir varlıktı.¹⁴

Ancak antik ve ortaçağ toplumlarında çoğu birey, en güçlü yöneticileri hemen hiç göremezdi. Kırsalda ya da imparatorluğun, krallığın çevre bölgelerinde yaşayanlar, imparatoru, kralı kanlı-canlı görme fırsatını nadiren bulurlardı. Saydam ve görece az olan kraliyet gezileri dışında, monarkın kamusal görünümünün çoğu, siyasal merkezde – sarayın salonlarında ya da başkentin sokak ve meydanlarında- ger-

¹⁴ Kantorowicz'in gösterdiği gibi, ölümlü ve ilahi unsurların hükümdarın şahsında birleşmesi, ortaçağ ve modernliğin başlangıcındaki politik düşünüşün anahtar özelliklerinden birisiydi (bkz. Ernest H. Kantorowicz, *The King's Two Bodies: A Study in Mediaeval Political Theology*, Princeton: Princeton University Press, 1957). Örneğin, milattan sonra yaklaşık 1100 yılında yazılan Norman Anonymous risalesinde kral, fani ve ruhani unsurların biraraya geldiği bir *persona mixta* olarak tasvir ediliyordu. 'Böylece biz [kralda], birisi doğadan diğeri Tanrı'nın rahmetinden gelen çift kişiyi tanımak zorundayız...' (aktarılan ibid., s. 46). Kantorowicz'in açıklamasında, *persona mixta* doktrini, daha sonra, Tudor hanedanı ve ilerleyen dönemlerde İngiliz hukukçuları tarafından dikkatle hazırlanan yasal kurmacanın, 'doğal vücut' ve 'politik vücutun' ayrılmaz bir şekilde 'tek Kişi'de bir araya gelmesi demek olan 'Kralın iki vücutunun' teolojik bir öncüsüydü.

çekleştirdi.¹⁵ Bireyler, çevre bölgelerde monarkı kişisel olarak hiç görmeksizin, onun varlığını kutlayan festivallere rutin bir şekilde iştirak etmekteydiler. Örneğin MS ilk birkaç yüzyıl süresince, Roma imparatoru kültleri Küçük Asya şehirlerinde canlandı. İmparatorluğa özgü festivaller kutlama yapmak için popüler fırsatlardı. Ancak bu kült ve festivaller, büyük oranda imparatorun yokluğunda oluşturuldu ve sürdürüldü –gerçekte hiçbir imparator MS birinci yüzyıl boyunca Küçük Asya’yı ziyaret etmedi.¹⁶ Bölgesel bir festivale iştirak etmiş bir birey, mor cüppeli yerel rahipler ile saygın kişileri ve belki komşu şehirlerde birkaç delegayı görebilirdi, ancak imparatorun kendisini görebilmesi pek mümkün değildi.

Siyasi yöneticiler, basımcılığın ilk biçimleri gibi yeni iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte giderek fiziksel olarak mevcut olmayan izlerle önünde kendilerini sunmakla uğraşmak zorunda kaldılar. Yöneticiler, yeni iletişim araçlarını, sadece resmi kararları taşıyan bir aygıt olarak kullanmadılar, aynı zamanda kendi yapay imajlarını, uzak yerlerdeki diğerlerine iletmede bu araçlardan yararlandılar. Fransa’dan XIV. Louis, İspanya’dan IV. Philip gibi erken modern Avrupa’nın monarkları, imaj yapım sanatında maharetliydi.¹⁷ Onların imajları sadece resim, bronz,

¹⁵ Bkz. Clifford Geertz, ‘Centers, Kings and Charisma: Reflections on the Symbolic of Power’, *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology* (New York: Basic Books, 1983) içinde, s. 121 – 46.

¹⁶ Bkz. S. R. F. Price, *Rituals and Power: The Roman Imperial Cult in Asia Minor* (Cambridge: Cambridge University Press, 1984), özellikle 1., 5. ve 9. bölümler.

¹⁷ Bkz. Peter Burke, *The Fabrication of Louis XIV* (New Heaven, Conn., ve Londra: Yale University Press, 1992); J.H. Elliot, ‘Power and Propaganda in Spain of Philip IV’, Sean Wilentz (der.), *Rites of Power: Symbolism, Ritual and Politics since the Middle Ages* (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1985) içinde, s. 145 – 73.

taş ve goblen gibi geleneksel medyada değil, aynı zamanda kalıp ve oyma baskıyı, gravürü, broşürü ve süreli yayınları içeren daha yeni basım medyasında inşa edilmekte ve kut-sanmaktaydı. Örneğin, XIV. Louis'nin kraliyeti döneminde haftada iki kez çıkan *Gazette de France* ve aylık yayımlanan *Mercure Galant* gibi süreli yayınlar, kralın eylemlerine düzenli sayfalar ayırırdı.¹⁸ Aslında erken modern Avrupa'nın monarşileri, kendilerini sunmak üzere dizayn edilmiş yerlerde (Louvre, Versailles gibi) konumlanmış saray temelli topluluklar olmasına karşın, yine de onların imajları ve faaliyetlerine dair hikayeler, basım aracılığıyla yaygın erişime kavuştu. Basın, ayrıca, yöneticilerin sunmaya çabaladığı imajlardan farklı olan imaj ve hikayeleri inşa eden bir medyaydı. Monarkları işe yaramaz, kibirli, vicdansız ve adaletsiz olarak tanımlayan risaleler üretildi, hicivsel imajlar büyük çapta dolaşıma sokuldu. Basın, yalnızca kralın imajını yüceltmeye çabalayanlara değil, bu imajın gölgesinden uzak kalmaya gayret edenlere de genişletilmiş erişim imkanı sundu.

On dokuzuncu ve yirminci yüzyıllarda, siyasal liderlerin medya aracılığıyla görünürlüklerini yönetme görevi hiç olmadığı kadar önem kazandı. XIV. Louis gibi yöneticilerin kullandığı çeşitli stratejilerle bazı benzerlikler taşımasına karşın, yirminci yüzyılın sonlarındaki görünürlük yönetiminin toplumsal ve siyasal koşulları, erken modern Avrupa'da hüküm süren şartlardan oldukça farklıdır. Birincisi, on dokuzuncu yüzyılın başından itibaren dolayım-lı mesajları alma kapasitesine sahip izler kitlede devasa bir artış olmuştur. Bu nedenle görünürlük yönetimiyle meşgul olan siyasal liderler, şimdi, erken modern Avrupa'daki si-

¹⁸ Burke, *The Fabrication of Louis XIV*, s. 17.

yasal liderlerin karşılaştıklarından çok daha fazla –sayısal ve coğrafik dağılım anlamında- alımlayıcıyla muhatap kalmak zorundadırlar. İkinci olarak, televizyonun gelişmesi, görünürlüğü ortak bir mahali paylaşmadan ayırsa da, dar anlamdaki görünürlüğün önemini (yani, gözlerle görülebilmek kapasitesini) yeniden vurgulamıştır. Bu nedenle, siyasal liderlerin görsel görünüşleri –giyinme, kuşanma, hareket etme tarzları gibi- uzakta yer alan ve görünmeden görebilen izler kitle önünde gerçekleştirilen görünürlük yönetiminde önem kazanır. Üstelik, televizyon, bireylerin uzaktaki izler kitle önünde ‘canlı’ tarzda görünmelerini temin eder ve böylece siyasal liderlerin ve onların görünürlük yönetimiyle meşgul olanların istediği, uyanıklık ve düşünsel izleme derecesini yükseltir.

Üçüncü önemli farklılık, çoğu Batı toplumunda, giderek liberal demokrasi biçimine bürünen siyasal sistemlerin görece özerk gelişimiyle ilintilidir. Bu demokrasilerde örgütlü siyasal partiler, kendilerini iktidara taşıyacak halk oyunu sağlama almak için belirli kurallar dahilinde düzenli aralıklarla yarışır. Modern demokratik sistemlerin ilk gelişiminden başlayarak basın, içinde bu yarışmanın gerçekleştiği başlıca forum olarak, yirminci yüzyılın sonlarında televizyonun devraldığı hayati rolü üstlendi. Günümüzde yönetimde yer alan veya yönetime talip olan siyasal liderler ve partilerin, sadakatleri sürekli yenilenmesi gereken ve zaman zaman destekleri hayati hale gelen uzaktaki başkaları önünde kendilerini dikkatli bir şekilde sunmalarından başka seçenekleri fazla yoktur. Liberal toplumlardaki siyasetçilerin, geç yirminci yüzyılın toplumsal siyasal koşullarında zorunlu görünürlük yasasına uymaktan başka seçenekleri çok azdır. Medya aracılığıyla görünürlüğün yönetiminden vazgeç-

mek, ya siyasal bir intihar eylemi demek ya da kendisi temsil sanatına oldukça aşina olan veya etkin sonuç alma sanatı üzerine uzmanlaşmış birisinin görünürlüğünü, siyasi liderin medyada görünürlük yönetimini sağlamada izlediği yollara başvurmaksızın idare edebileceğine dair yanlış bir ifade bulunmak demektir.

Medyayla görünürlük yönetimi modern siyasetin kaçınılmaz bir özelliği haline gelmesine karşın, siyasetçilerin, partilerin ve hükümetlerin kullandıkları stratejiler oldukça değişkendir. Nixon, televizyonu kendi çıkarları doğrultusunda sistematik kullanma teşebbüsünde bulunan Birleşik Devletler'in ilk başkan adaylarından birisiydi. Yoğun bir televizyon tartışmasından başarısız çıktığı 1960 seçimlerini Kennedy'ye kaptırmasından sonra Nixon, yeni bir imaj yaratmak ve bu imajı seçmen kitlesine sunmak için televizyondan yararlanma dışında başka bir seçeneğinin olmadığına karar verdi. 1968 seçimlerinde, reklamcılık tekniklerine aşina olan ve televizyonun siyasal kullanımında iyi derecede uzmanlaşmış bir medya danışmanları ekibinin yardımıyla yarışa girdi.¹⁹ Spot reklamlar ve özenle hazırlanmış panel tartışmaları sayesinde, Nixon, bir taraftan gazetecilerden gelebilecek kendi denetimi dışındaki soruların zararlarından kendisini korurken, diğer taraftan halkla iletişim kurmaya çabalayan bir devlet lideri imajı görüntüsü vermeye çalıştı.

Medya dolayımıyla görünürlük yönetimi, sadece seçim kampanyalarının yaşandığı yoğun politik dönemlerde takip edilen bir etkinlik değildir, aynı zamanda yönetme işinin

¹⁹ 1968 kampanyasında Nixon'ın imajının inşası, Joe McGuinniss'in artık klasikleşmiş çalışması *The Selling of President, 1968*'de (Londra: Andre Deutsch, 1970) incelenmiştir.

günlük bir parçasını oluşturur. Çünkü hükümet idaresi neyin, kime, nasıl kamusallaştırılacağına dair sürekli bir karar yapım sürecini gerektirir. Bu kararları yapma ve uygulama görevi, hükümet ve medya arasındaki ilişkiyi yürütmekle sorumlu olan uzman bir ekibe kısmen devredilebilir. Örneğin 1980'lerin başında Reagan yönetiminin kullandığı bazı tipik stratejileri düşünelim.²⁰ Reagan'ın halkla ilişkiler yaklaşımının asıl mimarları –Michael Deaver ve David Gergen-televizyonun siyasal önemine ve basınla daimi bir ilişki kurmak gerektiğine ikna olmuşlardı. Gergen, Nixon için çalışmış ve Watergate olayında kavgacı ve aşırı ketum yaklaşımın nasıl yıkıcı bir geri tepmeye uğrayacağını görmüştü. Deaver, Gergen ve çalışma arkadaşları, bu nedenle, başarıyla yönetilmiş fotoğraflar ve iyi resimlenmiş hikayelerle yayın saatlerinin doldurulduğu TV ağları sağlayarak, medyayla simbiyotik bir ilişki ekmeye gayret ettiler.

Devaver-Gergen ekibi, yeni imajlara ve hikayelere yönelik talebi karşılamaya çalışırken, ayrıca, Başkana erişimi sıkı bir şekilde kontrol etmeye ve onu ön bölgeden uzaklaştırmaya çabaladı. Gergen, Başkan ve basındaki ilişkiye dair 'paratoner teori'yi ortaya attı: Sadece bir başkanınız vardır ve o, gelebilecek zararlardan uzakta tutulmak zorundadır; haberler kötü olduğunda uçaksavar ateşini göğüslemek üzere ön cepheye sürülecek pek çok başkaları bulunmaktadır. Gergen'in belirttiği gibi, 'Carter yönetiminin en yıkıcı yönlerinden birisi, Carter'in oraya buraya koşturmasına ve

²⁰ Bu stratejiler, burada çalışmasına başvurduğum Mark Hertsgaard tarafından belgelenmiştir; bkz. Mark Hertsgaard, *On Bended Knee: The Press and Reagan Presidency* (New York: Farrar Straus Giroux, 1988). Ayrıca bkz. John Anthony Maltese, *Spin Control: The White House Office of Communications and the Management of Presidential News*, 2. Basım, (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1994)

her şey hakkında anahtar adam olmasına izin verilmesidir. Bizim çoğu stratejimiz ise Başkanın sorulara her gün yanıt vermesi üzerine kurulmamıştır.²¹ Bu nedenle başkanlık basın konferanslarının sayısı azaltıldı ve Başkan, habercilerden giderek yalıtıldı. Deaver ve Gergen, Beyaz Saray sözcüsü Lary Speakes gibilerini, habercilerin yönelttiği idare edilmesi güç soruları yanıtlamak üzere ileri hatta sürerlerken, çabalarını Başkanın olumlu imajlarını yansıtmaya ve basınla dostane ilişkiler kurma üzerine yoğunlaştırdılar.

Deaver ve Gergen'in, Reagan'ı ön alandan uzak tutmayı düşünmelerinin bir nedeni daha vardı: Onlar, 'gaf problemi' üzerine endişeliydiler. Habercilerin önünde konumlandırılan ve soruları canlı yanıtlama görevindeki Reagan, eksik bilgi, sığ düşünce veya oldukça yanlış bilgi içeren ifadelerde bulunacak sinirli bir karaktere sahipti. Bu karakter, Reagan'ı, kararlı ve başarılı bir lider olarak sunma teşebbüsünün altını oyacak bir tehdittir. 'Gaf sorunu', diyordu Gergen 'doğrudan yeterlilik sorununa dönüştü.' '[Reagan gibi] dengesiz ve yetersiz olsaydınız, başınız belada demektir.'²² Deaver-Gergen ekibi bu problemi çözmek için iki yönlü bir strateji izlediler. Bir tarafta, Reagan'ın kişisel cazibesinin, yetersizlik ve maddi hata risklerini bastırabileceği varsayımıyla atak bir tutum benimsediler ve Reagan'ın televizyon izleyicileri karşısında görünme fırsatlarını artırdılar. Böylece, Reagan'ın basın konferanslarını öğleden sonradan, televizyonun en fazla izlendiği zamana, akşama kaydirdılar. Diğer yandan, Başkandan gündem dışı beyanatlar istenebileceği fırsatları sınırlamaya çalıştılar ve Başkan çevresindeki kontrolleri sıkılaştırdılar. Örneğin 1982 sonbaharında

²¹ David Gergen, aktaran Mark Hertsgaard, *On Bended Knee*, s. 32.

²² a.g.e., s. 140.

Deaver, habercilerin fotoğraf çekimi sırasında yönelttikleri soruları önlemeye çalıştı. Bu sınırlama, başlangıçta yayın istasyonları ağı tarafından kınanırken bu tür sorunlar sonradan bir miktar aşıldı.

Arasıra ihtilaflar görülse de, Reagan yönetiminin PR stratejisinin başarısı, belli başlı medya kurumlarıyla dostane ilişkiler kurulmasına dayanıyordu. Deaver, Gergen ve arkadaşları haber örgütlerini kazanmak ve kendi yanlarına çekmek için özel gayret gösterdiler. Haber örgütleri ise sürekli canlı imaj ve ilginç hikaye akışının baskısı altında bu yönelime girmeye mecbur kaldı. Hertsgaard bunu, aslında içinde gazetecilerin Reagan yönetiminin eleştirisiz ağzı oldukları ‘medyayla kurulan suç ortaklığının ince biçimi’ olarak tanımlar.²³ Hertsgaard’ın savı biraz abartılı olmakla birlikte, medyanın doğrudan devlet denetimi altında olmadığı toplumlarda siyasal liderlerin görünürlük yönetimi görevinin genellikle dolaylı yürütüldüğünü vurgulaması açısından doğrudur. Siyasal liderler dolaylı kontrolde açık sansüre daha az başvurur, erişimi daha incelikli denetler ve uzlaşmacı bakışı benimseyen haber örgütleri oto sansüre yönelir. Görünürlük yöneticileri ve haber taşıyıcıları arasındaki bu sıcak ortaklık, demokratik bir toplumda medya örgütünden daha az beklenebilecek bir düşüncedir. Bu konuya daha sonra döneceğim.

Denetimin Sınırları: Gaflar, Skandallar ve Diğer Sorun Kaynakları

Şu ana dek, bireylerin başkaları –ve özellikle modern televizyon çağında, mekânsal (ve belki de zamansal) açı-

²³ Hertsgaard, *On Bended Knee*, s. 52.

dan uzaktaki diğerleri- önünde kendi görünürlüklerini yönetmek için sahip oldukları iletişim araçlarını kullanma çabalarındaki bazı yönleri analiz etmekle uğraştım. Ancak dolayimli görünürlük, iki yanı keskin bir kılıçtır. Yeni iletişim medyası, siyasal liderlerin daha önce hiç olmadık çapta ve biçimde halkın önünde görünmelerini sağlayarak görünürlük yönetiminde yeni olanaklar yaratırken, yeni riskler de ortaya çıkarmıştır. Modern siyasanın dolayimli arenasının açıklığı ve erişilebilirliği geleneksel parlamento ve saraylarda görülmezdi. Üstelik, medyanın doğası göz önüne alındığında, siyasal liderlerin ürettikleri iletiler, doğrudan gözlenemeyecek ve denetlenemeyecek şekillerde alınabilir ve anlaşılabilir. Bu nedenle, medyanın yarattığı görünürlük, yeni ve özgün bir *kırılmalık* kaynağı olabilir. Siyasal liderler, görünürlüklerini ne kadar çok idare etmeye çabalarsa çabalsınlar yine de tam olarak kontrol edemezler. Görünürlük olgusu, siyasal liderlerin ellerinden kayabilir ve zaman zaman onlara karşı işleyebilir.

Görünürlük olgusunu mutlak anlamda denetlemede karşılaşılan yetersizlik, siyasal liderler için her zaman bir sorun kaynağı teşkil eder. Siyasal liderler, kendi eylemlerini ve ifadelerini gözlemlemek için yüksek düzeyde bir düşünüm-selliğe yer vermek ve sürekli tetikte beklemek zorundadırlar. Çünkü ketum bir eylem ya da yanlış bir ifade, şayet kaydedilmiş ve milyonlarca izleyiciye aktarılmışsa felaket sonuçlara yol açabilir. Birkaç farklı sorun kaynağı üzerine yoğunlaşarak bu konuları inceleyebiliriz. Dört olay türünü ayırıp, her birine dair bazı örnekler üzerine düşüneceğim: Gaf ve feveran; geri tepen gösterim; sızma; ve skandal. Bu dört olay türü, sorun kaynaklarına dair listeyi tüketmediği gibi birbirlerini de dışlamazlar: Bir haber sızıntısının belirli durumlarda skandala dönüşmesi örneğinde görüldüğü gibi,

olaylar iç içe geçebilir. Ancak bu dört olay çeşidi arasında ayırım yapmakla ve her birinin bazı durum ve sonuçlarını analiz etmekle, sistematik tarzda analiz edilmesi gereken bir olgu sahasını incelemeye başlayabiliriz.²⁴

Gaflar ve feveranlar, siyasal liderlerin en genel sorun kaynakları arasındadır. Bunlar, bireyin kendi davranışını tam olarak denetlemede karşılaştığı başarısızlığı temsil eder ve bu nedenle duygularını, eylemlerini, ifadelerini ya da bir durumun yönetimini tam olarak idare edemeyen bireyin göstergesi olur. Kuşkusuz ki, günlük etkileşim bağlamlarında görece sık ortaya çıkan gaf ve feveranlar geçmişteki yönetici seçkinler arasında oldukça sıradandı. Günümüzde yeni olan şey, siyasal liderler arasında gaflar ve feveranların ortaya çıkışı değildir. Yeni olan, daha ziyade, (özellikle televizyon gibi) yeni elektronik iletişim araçlarıyla gaf ve feveranların canlı kaydedilmesi, milyonlar tarafından izlenebilmesi ve işitilebilmesi ve o zamana kadar görülmedik bir genişlikteki alımlayıcılara sayısız defa yeniden oynatılması gerçeğidir. Böylece gaf ve feveran, boyutu önceden tahmin edilemeyen ve olaydaki ayrıntıyı seyretme (ve yeniden gözden geçirme) kapasitesindeki izleyiciler önünde, kendi kendini denetim eksikliğinin ve yetersizliğinin kamusal gösterimi olmaktadır. Üstelik böyle gösterimlerin, hem uzaktaki başkaları için hem de gösterimlerinin görülme bahtsızlığıyla karşılaşan bireylerin kariyerleri için önemli sonuçları olabilir.

Reagan'ın gafa yatkınlığını ve PR danışmanlarının bu başarısız kamusal gösterimin olumsuz sonuçlarını nasıl azalttıkları üzerine daha önce yorum yapmıştım. Gelge-

²⁴ Goffman, radyo konuşmalarında ortaya çıkan sorunların kimi kaynaklarını analiz etmiştir ancak onun çözümlemesi öncelikli olarak söyleşimsel aksaklıklarla ilgilidir; o, bu sorunların daha geniş sosyal ve politik boyutlarını incelemez. bkz. Erving Goffman, 'Radio Talk', *Forms of Talk* (Oxford: Blackwell, 1981) içinde, s. 197 – 327.

lelim diğer liderlerden daha fazla yatkın olmakla birlikte Reagan, bu açıdan biricik değildir. 1976 kampanyasında Başkan Ford, San Antonio Texas'daki kampanya gezisinde kendisine etli mısır dolmalı* Meksika menüsü servis edildiğinde, bu yemeğe aşına olmadığını gösterdi. Televizyon kameraları Ford'un ağzına odaklandığında, o, dolmayı ısırmaya devam etti, ancak sembolik tüketim eylemi hemen durdu çünkü dolmayı sarmalayan mısır kabuğunu soymakta başarısız kalmıştı. Bu gaf, prime-time haber yayınında bütün ülkede gösterildi ve çoğu gazetenin baş sayfasını kapladı.²⁵

Siyasal liderler arasındaki gaflar oldukça sıradanlaşmış olmasına karşın, feveranlar için aynısını söylemek mümkün değildir. Gaflar, liderlerin kendilerini ve içinde buldukları durumu veya uğraştıkları malzemeyi yönetmeye çalıştıkları zaman ortaya çıkar; feveranlar ise liderlerin kendilerini kontrol edemedikleri zamanlarda meydana gelir. Senatör Edward Muskie örneği iyi bilinmektedir. 1972'de Demokrat Parti'nin önde gelen adayı olan Muskie, *Manchester Union Leader*'in karısı hakkında yapmış olduğu şiddetli saldırıyı kınamak için 26 Şubat'ta gazetenin manşetlerine çıktı: Muskie, gazetenin yayımcısını 'yalancı'lık ve 'korkak'lıkla suçladı ve sonra karısına saldıran manşeti okurken gözyaşlarına boğuldu. Bu patlama kaydedildi ve televizyonda sürekli gösterildi. Bunu, özellikle Cumhuriyetçi kanattan gelen zayıflık ve duygusallık suçlamaları izledi ve Muskie'nin kampanyası aniden düşüşe geçti.²⁶

²⁵ Bu örnek, Samuel L. Popkins tarafından ilginç bir şekilde tartışılmıştır. Bkz. *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns* (Chicago: University of Chicago Press, 1991), s. 1 – 6.

* Hot tamales: Mısır, kıyma ve kırmızı biberle yapılan bir çeşit Meksika yemeği, ç.n.

²⁶ Bu örnek üzerine daha ileri tartışmalar için bkz. Colin Seymour-Ure, *The Political Impact of Mass Media* (Londra: Constable, 1974), s. 59.

Gaflar ve feveranların her zaman yıkıcı neticeleri olmaz. Çoğu siyasal lider, zararı azaltabilir ve (Reagan gibi) bazıları, görevleri arasında zararları en aza indirmenin bulunduğu danışmanlar ekibine sahiptirler. Gelgelelim, –genellikle mahiyetlerinde daha az siyasal güç ve daha az profesyonel uzman bulunduran bu yer- diğer politik figürler alenileşen gafların yarattığı olumsuz imajları düzeltmede zorlanabilirler. Daha önceki Başkan Yardımcısı Don Quayle’nin imajı, çok tartışılan ‘patati(e)s’ sözcüğünü düzeltme teşebbüsünü içeren bir dizi gafıyla tamamen söndü.²⁷ Ve Margaret Thatcher hükümetinin genç bir sağlık bakanı olan Edwina Currie’nin siyasal kariyerinin, yumurtalar hakkındaki talihsiz açıklamalarıyla tamir edilemez zarara uğradığı görülmektedir.²⁸

²⁷ Temmuz 1992’de, Dan Quayle, bir ‘yazım yarışmasını’ idare etmek üzere Trenton, New Jersey’deki bir ilkokula davet edilmişti. 12 yaşındaki öğrenciler, hecelemleri istenecek sözcükler üzerine önceden alıştırma yapmışlardı ve Quayle’e de sözcüklerin yazılı olduğu bir dizi kart verilmişti. Quayle çocuklardan birinden ‘patates’i hecelemesini istedi ve çocuk tahtaya P-A-T-A-T-E-S yazdı. Bay Quayle ‘Fonetik olarak doğru ama küçük bir şeyi gözden kaçırıyorsun’ dedi. Kafası karışan çocuğa bir ipucu verdi ve çocuk ‘E’yi ‘T’ olarak değiştirdi. Sınıfın arkasında oturan ve ellerine geçen hikayeye inanamayan gazeteceçiler bir kahkaha kopardı. Quayle’in patates gafı sayısız espiye, karikatüre ve aşağılayıcı yoruma malzeme oldu ve başkan yardımcılığı makamına uygun olup olmadığı üzerine tartışmaları körükledi.

²⁸ Edwina Currie, medyaya üzerinde fazla düşünülmemiş beyanatlar vermeye eğilimliydi. Ancak 3 Aralık 1988’de, sonuçta kendisini yıkıma sürükleyecek olan bir açıklamada bulundu. Televizyon haberlerinde yapılan bir röportajda Birleşik Krallık’ın yumurta üretiminin büyük bölümüne salmonella bakterisi bulaştığını söyledi. Bu açıklama yumurta satışlarında önemli bir düşüşle sonuçlandı ve hükümetin kendi sıralarından gelen keskin eleştiriler de dahil, hiddetli bir kargaşaya neden oldu. Zararlara karşılık olarak yumurta üreticileri tarafından Bayan Currie’ye karşı sayısız mahkeme ilamı çıkartıldı. Bayan Currie 16 Aralık’ta istifa etmeye zorlandı. ‘Tory milletvekilleri onun ayrılışını, kümes hayvancılığı ve yumurta üreticiliğine zarar veren gafının kaçınılmaz bir sonucu olarak gördü’ (*Guardian*, 17 Aralık 1988, s. 1). Hükümet, büyük miktarda yumurtanın satın alımını da kapsayan ve vergi mükelleflerinin cebinden çıkan 40 milyon sterlinlik bir kurtarma operasyonu yapmak zorunda kaldı.

Geri tepen gösterim durumları, gaf ve feveran durumlarından biraz farklıdır. Bu durumdaki birey, davranışını tamamen kontrol edebilir. Problem, kontrolü kaybetme ya da yetersizlikten değil, gösterimi izleyen ve dinleyen insanların yanlış değerlendirmelerinden kaynaklanır. Bu hatalı değerlendirmenin bir sonucu olarak, belirli bir etki yaratmak niyetiyle gönderilen ileti, bunun tam karşısı sonuç üretebilir ve böylece üreticiye geri tepebilir. Üstelik, alımlayıcılar üretim alanında bulunmadıkları için, gösterimi icra eden birey, alımlayıcıların reaksiyonlarını izlemek ve kendi davranışını bu reaksiyonlara göre ayarlamak konusunda genellikle yetersizdir. Bu yüzden birey, geri tepme sürecindeki performansın olumsuz sonuçlarını dindirebilecek geri beslemeden yoksundur.

Gösterimi icra eden birey ve asıl alımlayıcılar arasında büyük çıkar, değer ve inanç ayrılıkları olduğunda geri tepme riski muazzam büyüklüğe ulaşır. Bunun çarpıcı bir örneği Körfez Savaşı'nda Saddam Hüseyin'in Irak'ta tutulan yabancıların iyi muamele gördüğünü Batı'ya gösterme aracı olarak televizyonu kullanma girişimiydi. 24 Ağustos 1990'da, Saddam Hüseyin, bir grup İngiliz rehine ve onların çocukları ile birlikte bir basın konferansı düzenledi. Sivil giysiler içindeki Saddam, çocukları sevdi, yeterli yiyecek alıp almadıklarına, uygun muamele görüp görmediklerine dair onlara sorular sordu ve onların savaşı önlemedeki rollerini övdü. Basın Konferansı, görünüşte, Batı'daki izleyicileri rahatlatmak ve Batılı hükümetleri askeri harekattan caydırmak için onlar üzerinde daha fazla baskı kurmak amacıyla düzenlenmişken, konferansı izleyen Britan-yalıların ve başka yerlerdeki izleyicilerin çoğunluğu, bunu, iradeleri dışında alıkonulan yabancı uy-

ruklu kimselere yönelik utanç verici bir manipölasyon olarak algıladı.

Şimdi, şu ana dek düşünölen olaylardan farklı iki olay türünü –haber sızdırma ve skandal- ele alalım. Hem sızma hem de skandal, ön ve arka bölge davranışı arasındaki ilişkinin yönetilmesi çabasında bir kopuş olarak değeriendirilebilir. Bireylerin kaçınmak veya gizlemek -yani mahrem davranışın veya örtük eylemin arka bölgesi için ayırmak- istediğı enformasyon ve davranış, aniden kamusal alana nüfuz eder ve çok sayıdaki alımlayıcıya görünür hale gelir. Bu şekilde görünür kılınan enformasyon veya davranış, birey veya yönetimin yansıtmak istediğı kamusal imajın ya da takip etmeyi arzu ettiğı eylem yöneliminin altını oyar. Bu nedenle, sızma ve skandallar, genellikle gizli enformasyon veya mahrem davranışın kontrolsüz ifşaatının yol açacağı zararı sınırlamayı amaçlayan savunmacı önlemlerle yan yana gider.

Sızma olgusu, skandal olgusundan daha kısıtlı alandır. Sızma, arka bölgede yedekte tutulduğunu bildiğı bir şeyi kamusalılaştırmayı tercih eden içeriden birisinin kasıtlı bir enformasyon ifşaatıdır. İçerideki kişi, yaptığı ifşaatın başkalarına sorun yaratabileceğini bilir ve sızma kaynağı olarak tespit edilmesi halinde kendisine ciddi yaptırımlar uygulanacağını farkındadır. Ancak ona göre bu risk, kamusal alanın parçası olması gereken bir şeyi aleni kılmanın ödenmesi gereken bedelidir. Bu anlamda sızma, hükümet organı veya ajansının yarı-resmi enformasyon yaymasından ayırt edilebilir: Bu tür ifşaat, hükümet görevlilerinin, görünürlük ve görünmezlik arasındaki sınırları yönetmek için kullandıkları bir aygıt olan sızmadan çok farklıdır.

Sızmlar, skandallara yol açabilir ya da katkıda bulunabilir ancak, skandallar başka şekillerde de ortaya çıkabilir. ‘Skandal’ kavramı onaltıncı yüzyılın sonlarına kadar giden genel ve geniş çaplı kullanılan bir terimdir. Kavram, özgün anlamıyla dinsel vurguya sahipti (dinsel hassasiyetlere karşı bir davranış), ancak giderek daha genel bir yan anlam kazandı ve kızgınlık duygusu ya da moral öfkeyi ifade etmek için kullanıldı. Skandal davranış, itibardan düşüren, terbiye duygusunu bozan bir hareketti. Terim, günümüzde bu yan anlamını devam ettirmektedir, ancak skandal eylemlerinin ortaya çıktığı koşullar belli açılardan değişmiştir. Skandallar şüphesiz yaşamın pek çok alanında meydana gelir; ancak siyasal alanda patlak verenler ve günümüzde önemli rolü olanlar, genellikle medyada görünürlük yönetimindeki çöküşle bağlantılıdır. Skandal, dolayımı görünürlük çağında, siyasetin tehlikeli bir uğraşısıdır.

Günümüzde bu derece dikkat çeken skandallar –sadece Watergate ve İrangate gibi büyük olanları değil, yanında sayısız sıklıkta patlayan daha ufak çaplı skandallar dahil- kamusal ve özel arasında kayan sınırlar bağlamında kısmen anlaşılabilir.²⁹ Bu skandallar, o zamana

²⁹ Skandalın daha eksiksiz bir çözümlemesi, davranış kodlarındaki kültürel çeşitlilikler, siyasal sistemler arasındaki farklılıklar ve medya kuruluşlarının ticari çıkarları da dahil bir dizi başka faktörü de göz önünde bulundurmalarıdır. Çeşitli skandal türleri arasında da daha dikkatli bir ayırım yapılması gerekmektedir. Anthony King, bu üç kategorinin genellikle örtüştüğünü kabul etmekle birlikte, cinsellikle ilgili olanlar, parayla ilgili olanlar ve güçle ilgili olanlar olmak üzere üç tür skandal arasında kullanışlı bir ayırım yapmıştır. (Bkz. Anthony King, ‘Sex, Money and Power’, Richard Hodder-Williams ve James Ceaser (der.) *Politics in Britain and the United States: Comparative Perspectives* (Durham, N.C.: Duke University Press, 1986), s. 173 – 222). Skandallar çağdaş siyasi hayatın yaygın bir özelliği olmalarına rağmen, konu üzerine iyi bir literatür yoktur. King’in haklı olarak gözlemlediği gibi, politik skandalların karşılaştırmalı olarak araştırılması hala başlangıç aşamasındadır. King’in önemli makalesine ek olarak bkz. Manfred Schmitz, *Theorie und Praxis des politischen Skandals* (Frankfurt: Campus Verlag, 1981); Andrei S. Markovits

kadar sadece saklı veya gizli tutulan ve böyle aktarılan eylemlerin aniden ifşa edilmesi ya da medyadan görünür kılınmasıyla ortaya çıkar. Eylemin gizliliği, onun varoluşunun ayrılmaz parçasıdır: Bu eylemi yapan bireyler, böyle bir niyete sahip olduklarını açıkça beyan etmiş olsalardı, planlarını gerçekleştirmeleri mümkün olmayacaktı. Üstelik, o tarihe kadar sır olarak kalmış veya gizlenmiş bir eylemin genellikle medya aracılığıyla kamusal ifşası, eylemi skandal kılan özelliştir. Bu ifşa, alienleşmeyecek bir eylemi görünür kılar ve bu eylem alieniyete kavuştuğunda skandalı skandal yapan kamusal gürültüyü yaratır.

Genellikle skandallar, skandala konu olan eylemlerin ihlal ettiği ve karşı çıktığı bir normlar ve beklentiler setini önceden varsayar. Bu norm ve beklenti seti bağlamında, skandal eylemler ifşa edildiklerinde reddedilirler. Normlar ve beklentiler bir sosyo-tarihsel bağlamdan diğerine farklılık gösterir. Bu nedenle neyin skandal olarak nitelendiği ve skandalın birey ya da hükümet üzerinde yarattığı tahribatın boyutu egemen norm ve beklentilere bağlı olacaktır: Hükümet görevlilerinin rüşvet ve yolsuzlukları ya da siyasal seçkinlerin evlilik dışı ilişkileri, her yerde ve her zaman aynı anlama gelmez. Cecil Parkinson'un sekreteriyle ilişkisine dair ifşanın, genelde Muhafazakar hükümet, özelde Parkinson'un siyasal kariyeri üzerinde bu derece tahribat yapması, bu ifşanın Margaret Thatcher ve ekibinin, içinde çekirdek ailenin kutsallığının en yüce değer olarak kabul edildiği geleneksel değerlere dönüş temalı siyasal programı inşa etmeye çalıştıkları bir zamanda ortaya çıkmasından kaynaklanmıştı. Sekreterini hamile bırakan, bunun sonuç-

ve Mark Silverstein (der.) The Politics of Scandal: Power and Process in Liberal Democracies (New York: Holmes and Meier, 1988).

larından karısı ve ailesi zarar gören bir adam olarak teşhir edilen Thatcher'ın eski parti başkanının, yüzkarası bir riyakardan başka bir şey olarak görülmesi imkansızdı.³⁰

Siyasal liderlere ya da hükümetlere desteğin altını oymakla tehdit eden skandal durumunda, genellikle skandal çıkar çıkmaz sorun kaynağını çevrelemek, skandalın potansiyel zarar verici etkilerini azaltmak ve üst düzey görevlileri konuya müdahil olmaktan uzaklaştırmak gibi girişimler yapılır. Zararı azaltma uygulamaları görünürlük yönetiminin ayrılmaz bir parçasıdır: Görünürlük yönetimi stratejileri çöken birey ve örgütlerin normal tepkileridir. Gerçekte, bireylerin, operasyonun ortaya çıkması durumunda karşılaşılabilecek zararı asgari düzeyde tutmaya yönelik gizli operasyonlar planlamaları olağandır. İran-Kontra operasyonu'nun 1986 Kasım'ında manşet haber olmadan çok önce girişimlerin başlanması örneğinin de gösterdiği gibi, düzenlemelerin içeride yapıldığı görülür. Oliver North, Temsilciler Meclisi ve Senato'daki araştırma komisyonundaki sorgusunda, CIA yöneticisi William Casey'in sorumluluğu taşıyacak yeterli kідeme sahip olmadığı ve amiri Tuğamiral John Poindexter'in olayı üstlenmek zorunda kalabileceği konusunda kendisini bilgilendirdiğini itiraf etti.³¹ Bunun üzerine Poindexter, kendi-

³⁰ Parkinson'ın durumunda çok sayıda farklı örnekten söz edilebilir. Örneğin, Muhafazakar bir milletvekili ve John Major hükümetinde çevre bakanı olan Tim Yeo'nun durumu düşünülebilir. Yeo, Ocak 1994'te, bir tabloid gazetede gayri meşru bir çocuğa sahip olduğu açıklandıktan kısa bir süre sonra çevre bakanlığından istifa etmeye zorlandı. Bu durum, John Major hükümetinin bir 'aslına dönme' politikası yürüttüğü ve 'geleneksel aile değerleri' üzerine şiddetle vurgu yaptığı bir dönemde ortaya çıkmıştı. Olayla ilgili haberlerin ortaya çıktığı ilk zamanlarda çeşitli kabine üyelerinin Yeo'yu açıkça desteklemesine rağmen durumun ikiyüzlülük potansiyeli öyleydi ki, sonunda durumu savunulamaz hale geldi.

³¹ Hertsgaard, *On Bended Knee*, s. 323.

sinin, Başkana, İran-Kontra operasyonunun 'gelecekte inkar edilebilirliği' bilgisini vermeye çabaladığını komiteye anlattı. Reagan operasyonu bilsin ya da bilmesin, operasyonda yer alanların operasyonun açığa çıkması durumunda Başkanı olaydan yalıtmanın öneminin oldukça farkında oldukları açıktır.

Gaf ve feveran, geri tepen gösterim, sızma ve skandal: Tümü, bireylerin medya aracılığıyla görünürlüklerini yönetmeye ne kadar çabalarlarsa çabalasınlar, bunu tamamen başaramayacaklarını ve dolayımı görünürlüğün çift yönlü karakterinden kaynaklanan yeni risk faktörlerine her zaman açık olduklarına işaret eden durumlardır. Dolayımı görünürlük olgusunu kontrol etmedeki zorluğun nedenlerinden birisi, bugünün dünyasında dolayımı ileti üretme ve aktarma araçlarındaki olağanüstü artıştır. Üretim ve aktarım araçlarının belirli tarzlarda örgütlendiği ve daha önce gördüğümüz üzere medya endüstrilerinde hatırı sayılır düzeyde yoğunlaşmaya gidildiği şüphesiz doğrudur. Çoğu medya kurumunun siyasal yaşamın görülmeyen yüzünü sondajlamada, son zamanların bazı özgür basın şampiyonlarının iddia ettiklerinden daha az istekli ve daha az sorgulayıcı oldukları da tereddütsüz bir gerçektir. Ancak bu düşünceler, dolayımlanmış iletilerin üretim ve aktarım araçlarındaki çoğalmayla birlikte, siyasal liderlerin (ve onların PR ekiplerinin) ön ayak oldukları ve ürettikleri olay ve eylemlerin görünürlüğünü kontrol etmelerinin giderek zorlaştığı gerçeğine bizleri kör etmemelidir. Siyasal liderlerin (ve onların PR ekiplerinin) kendileri etrafında ve belirli eylem alanları çevresinde gizlilik örtüsü örmeleri, bu alanların görünmezliklerini sürdürmeleri ya da bu alanlara önceden özenle belirlenmiş şekillerdeki erişimi sağlamaları

giderek zorlaşmaktadır. Bu nedenle günümüzde siyasal iktidar pratiği, *izlemenin açık* hale geldiği bir arena haline gelmektedir: Siyasal liderler görünürlüklerini ne kadar kısıtlarlarsa kısıtlanırlar, kendilerinin ya da sorumluluğu altındaki eylemlerin ve olayların gösterilebilme ve amaçlarının dışında görülebilme riskini taşıdığını bilmekte ve bu nedenle denetimsiz görünürlük olasılığını daima hesaba katmak zorunda kalmaktadırlar.

Dolayimli görünürlüğün bu yönlerinin tam anlamını ve uzun dönemli sonuçlarını anlamak zorundayız. Dolayimli görünürlüğün yükselişi, bir yanda, siyasal iktidarı yürütenlerin kapalı kapılar ardında gizli ve sinsi bir şekilde faaliyette bulunmalarını zorlaştırabilir. Dolayimli görünürlük, böylece, siyasal iktidarı, belli kurumsal koşullar altında, seçmen kitlesine daha açık ve sorumlu kılabilir. Ancak öte yandan, dolayimli görünürlüğün denetlenemez karakteri, ayrıca, politik alanda yeni *kırılğanlık* türlerine de geçit verebilir. Skandallarla sarsılan hükümetler, sızmalar ve değişik türde ifşaların yol açtığı zararı azaltma mücadelesindeki siyasal liderler: Bunlar, siyasal liderliğin kararlılığını hemen gösterebileceği durumlar değildirler. Tersine, zayıflatılmış hükümete ve siyasal felce götürebilecek ve çoğu insanın siyasetçilere ve de yerleşik siyasal kurumlara şüphe ve siniklik besleyebileceği koşullardır. Bunlar belki de yeni bir demagogun ortaya çıkışı için verimli bir zemin temin edebilecek koşullardır: Skandallara, profesyonel siyasetçilerin ve müşterilerinin karanlık işlerine bulaşmamış ve iktidara çıkma girişimi kısmen yaygın bir sadakatsizlik ve güvensizlik duygusundan beslenen bir figürün siyasal iktidara ani tırmanışı.

Dolayimli görünürlüğün muhtemel sonuçları elbette önemlidir ve daha geniş bir çalışmayı hak eder. Gelgelelim

bu olgunun tam önemini anlamak istiyorsak, onu daha geniş bağlama oturtmak zorundayız. Çünkü siyasal iktidar pratiği günümüzde sadece yerel siyaset alanında değil, küresel çapta da giderek alenileşmektedir. Körfez bölgesindeki askeri müdahaleler ya da Çin’de, Güney Afrika’da ve Batı Şeria’daki gösterilerin bastırılması gibi eylemler, dolayımlanmış yeni küresel arenada cereyan eden hareketlerdir: Bunlar, dünyadaki milyonlarca insan tarafından eş zamanlı ve devamlı görünebilir, gözlemlenebilir ve onlara her an tanık olunabilir. Görünürlüğü sınırlama gayretlerinin yoğun olduğu durumlarda bile (Körfez Savaşı’nda olduğu gibi), olayları farklı bir pencereden sunan imaj aktarımı olasılığı daima vardır (Bağdat’ta kalmayı sürdüren ve Irak sansürü altında faaliyet yaparken koalisyon askeri komutasının empoze ettiği denetimlerin dışında kalan CNN ekibinden gelen bazı haberlerde görüldüğü gibi). Siyasal iktidar pratiği, daha önce var olmayan bir *küresel gözetim*e tabidir. Böyle bir gözetim olasılığı değerlendirildiğinde, siyasal eylemler beklenmedik riskler taşıyabilir ve belki, Tiananmen Meydanı katliamı sonrasında Çin ya da Kuveyt’in işgali sonrasında Irak örneklerinde olduğu gibi, uluslararası kınama, ekonomik ve siyasal izolasyon rejimine yol açabilir.

Küresel gözetim nedir? Bu terimi, televizyonun merkezi role sahip olduğu giderek küresel hale gelen iletişim sisteminin yarattığı görünürlük rejimine gönderme yapmak için kullanıyorum. Bu sistem, alımlayıcıların dünyanın başka bölgelerinde konumlanmış bireyleri görmelerini ve onları karşılıksız (yani, kendileri görülmeksizin) izlemelerini sağlamaktadır. Alımlayıcılara, uzak yerlerde meydana gelen olaylara hemen hemen eş zamanlı (yani, olaylar ortaya çıktıklarında) tanık olmaları olanağını vermektedir bu sistem.

Alımlayıcılar şüphesiz kendi görüş alanında tam denetime sahip değildirler; herhangi bir yöne bakmada ya da farklı birey ve nesneler üzerine yoğunlaşmada yüz yüze etkileşim durumlarında olduğu gibi özgür değildirler. Görüş alanı, medya kurumları ve bu kurumların rutin faaliyetlerinin parçasını oluşturan filme alma, kaydetme, düzenleme, iletme gibi süreçler tarafından yapılandırılır. Ancak ne kadar yapılandırılırsa yapılandırılırsın küresel görüş alanlarının yaratımı önemli bir tarihsel gelişmeyi temsil eder. Çünkü bu, sadece siyasal liderlerin prensipte seyrin küresel çapta açık hale geldiği arenada hareket etmeleri anlamına gelmez; aynı zamanda alımlayıcıların uzaktaki bireyleri ve olayları daha önce olmadığı şekilde izlemeleri ve tecrübe etmeleri demektir. Daha sonraki bölümde tecrübenin doğası ve benlik için bu gelişmenin etkilerini araştıracağım. Ancak bundan önce, bu yeni görüş alanlarını yaratan küreselleşme sürecini daha dikkatli incelememiz gerekir.

V

İLETİŞİMİN KÜRESELLEŞMESİ

Modern dünyada iletişimin en belirgin özelliklerinden birisi, iletişimin giderek küresel boyutta ortaya çıkmasıdır. İletiler büyük mesafeleri görece kolaylıkla kat ederek yayılmakta ve bu sayede bireyler uzaktaki kaynaklardan çıkan enformasyon ve iletişime erişebilmektedirler. Üstelik, elektronik medyanın yol açtığı zaman-mekân sıkışmasıyla birlikte, mekânsal açıdan uzaktaki kaynaklardan çıkan iletilere anlık erişilebilir (veya hemen hemen öyledir). Elektronik iletişim ağlarının çoğalmasıyla mesafeler aşılmıştır. Bireyler dünyanın değişik bölgelerinde günlük pratik yaşam koşullarında konumlansalar bile, yarı dolayımlı etkileşim çerçeveleri içinde birbirleriyle etkileşime girebilir veya eylemde bulunabilirler.

Medyanın yol açtığı zaman ve mekânın yeniden düzenlenmesi, modern dünyayı dönüştürmüş (ve halen dönüştürmekte olan) daha geniş süreçlerin bir parçasıdır. Bu süreçler, genellikle günümüzde 'küreselleşme' olarak tanımlanıyor. Terim, literatürde farklı şekillerde kullanı-

lır ve kesin bir anlamı yoktur.¹ En genel anlamda, dünyanın farklı bölgelerinin artan karşılıklı bağımlılığına, etkileşimin ve karşılıklı bağımlılığın karmaşık biçimlerine yol açan bir sürece gönderme yapmaktadır. Bu şekilde tanımlanan 'küreselleşme', 'uluslararasılaşma' ve 'uluslarüstüleşme' gibi birbiriyle yakından ilintili olan terimlere bitişik gözüktür ve bu kavramlar literatürde sık sık birbirlerinin yerine kullanılır. Ancak bu değişik kavramlar yakından ilintili oldukları olguya gönderme yapmalarına karşın, küreselleşme süreci, burada anladığım kadarıyla, belirli ulus-devlet sınırlarını aşan faaliyetlerin kapsamından fazlasını kapsar. Küreselleşme eylemleri (a) küresel ya da ona yakın (sadece bölgeselden ziyade) bir arenada gerçekleştiklerinde, (b) küresel boyutta örgütlen-diklerinde, planlandıklarında ve koordine edildiklerinde; ve (c) dünyanın değişik bölgelerinde konumlanmış yerelleşmiş faaliyetlerin birbirlerini biçimlendirebilecekleri boyutta bir bağımlılığı ve karşılıklılığı kapsadıklarında ortaya çıkar. Bu anlamdaki küreselleşmeden, ancak farklı bölgelerin ve mekânların artan karşılıklı bağımlılığının bir derece sistematik ve karşılıklı hale geldiği ve karşılıklı bağımlılık alanının tam anlamıyla küresel biçime büründüğü zaman söz edilebilir.

Böyle anlaşılan küreselleşme süreci, modern dünyanın ayırt edici bir özelliğidir ve son zamanlardaki tartışmalarda önemi artmış bir süreçtir. Ne var ki, küreselleşme hiçbir şekilde yeni bir olgu da değildir. Kökeni geç Ortaçağlar ve erken Modern dönemlerde ticaret alanındaki ge-

¹ Farklı kullanımların bir incelemesi için, bkz. Roland Robertson, *Globalization: Social Theory and Global Culture* (Londra ve Newbury Park, California: Sage, 1992), özellikle bölüm 1.

nişlemeye uzanır.² Geç Ortaçağların öncesinde ticaretin büyük kısmı yerel karakterdeydi; baharat ve ipek ticareti örneklerinde olduğu gibi varolan uzun mesafe ticareti hacimce ufaktı ve nüfusun çok küçük bölümüyle sınırlıydı. Ancak onbeşinci yüzyılın sonları ve onaltıncı yüzyılın başlarında ticaretin doğası, hacmi ve coğrafi genişliği muazzam derecede arttı. Avrupa ve dünyanın başka bölgeleri arasında düzenli ticari ilişkiler kuruldu ve Avrupa'da deniz ticaretiyle uğraşan-İspanya, Hollanda ve İngiltere gibi az sayıda devlet, ortaya çıkan dünya ekonomisinin temelini attılar.

Küreselleşmenin kökenleri geç onbeşinci ve erken onaltıncı yüzyıllarda ticaretin genişlemesine dayanmakla birlikte, küreselleşme süreci günümüzde görünen çoğu özelliğini onsekizinci ve ondokuzuncu yüzyıllarda kazanmaya başladı. Kolonyal iktidarın endüstri devriminin gelişimiyle birlikte ikiye katlanan konsolidasyonu, ortaya çıkan uluslararası işbölümü temelinde yeni bir dünya ticareti kalıbı yarattı. Merkez ülkeler, kolonilerden ham materyal ithal etti ve bütün dünyaya mamul mal ihraç etti. Merkez ülkeler için endüstriyel üretim, ekonomik ve siyasal iktidar kaynağı olarak giderek önem kazandı. Diğer taraftan çevre ülkeler, en güçlü kolonyal devletlere yavaş yavaş bağımlı hale geldiler. Merkez ülkelerin kaderleri inişli çıkışlı bir seyir izledi: İlk olarak Britanya liderliği ele geçirdi, ancak sonra Birleşik Devletler'e,

² Bkz. Immanuel Wallerstein, *The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World Economy in the Sixteenth Century* (New York: Academic Press, 1974); Michael Mann, *The Sources of Social Power, vol. 1: A History of Power from the Beginning to AD 1760* (Cambridge: Cambridge University Press, 1968), 12 – 15. bölümler; Peter Dicken, *Global Shift: The Internationalization of Economic Activity*, 2. Basım (Londra: Paul Chapman, 1992), özellikle s. 11 – 14.

Almanya'ya ve Japonya'ya liderliği devretti. Küresel sistemdeki gelişme, düzensiz ve przlyd; iktidar dağılı-
mındaki köklü eşitsizlikleri ve ekonomik faaliyetteki dal-
galanmaları yansıttı.

Ekonomik faaliyetin örgütlenmesinin ve ekonomik iktidarın yoğunlaşmasının küreselleşme sürecinde hayati rol oynadığı kuşkusuzdur. Ne var ki, tüm iktidar biçimle-
ri –ekonomik, siyasal, zorlayıcı ve sembolik- hem bu süre-
ce katkıda bulunmuş ve hem de bu süreç tarafından etki-
lenmiştir. Küreselleşme sürecinin izleri sürülürse, bu de-
điřik iktidar formlarının birbirleriyle karmaşık yönlerde iş işe geşitikleri görülebilir. Bu iktidar biçimleri bazen bir-
birlerini pekiştirir, bazen de birbirleriyle çatışır. Bu b-
lmde, esas olarak sembolik iktidarın toplumsal örgüt-
lenmesi ve bu örgütlenmenin küreselleşme sürecine katkı
yaptığı ve de küreselleşme süreci tarafından dnştrl-
dğ biçimler üzerine yoğunlaşacağım. Ancak bu da eko-
nomik, siyasal ve zorlayıcı iktidarın biraz tartışılmasını gerektirir.

nce, iletişim alanında küreselleşmenin ortaya çıkışı-
nın izlerini sürmekle başlayacağım. Küreselleşme ne za-
man başladı? Nasıl gelişti? Hangi biçimlere büründü? İkin-
ci bölümde günümüz dünyasında iletişimin küreselleşme-
si süreçlerinin yapısal özelliklerinin bazılarını analiz ede-
ceğim. Daha sonra iletişimin küreselleşmesinin ve bunun
sonuçlarının muhtemel en önemli teorik izahının mirasını
inceleyeceğim. Sonuç bölümünde, küresel iletişim akışının
yapısal karakterini kabul etmekle birlikte, medya ürünleri-
nin küreselleşmiş yayılımı ve bunların yerelleşmiş özgü-
lenmesi arasında karmaşık, yaratıcı arayüz üzerine özel
vurgu yapan alternatif bir görüş geliştireceğim.

Küresel İletişim Ağlarının Ortaya Çıkışı

İletilerin mekânın sınırlarını genişletecek aktarım pratiği yeni değildir. Roma İmparatorluğu'nda siyasal otoritelerin ve ortaçağ Avrupasında siyasal, dinsel ve ticari seçkinlerin tesis ettikleri muazzam posta iletişim ağlarını görmüştük. On beşinci yüzyılın sonunda basımcılığın gelişmesiyle birlikte kitaplar, broşürler ve diğer basılı materyaller, yeni ortaya çıkan ulus-devletlerin sınırlarını sık sık aşarak üretim yerlerinin ötesinde dağıtıma girdiler. Üstelik Avrupa iktidarları, dünyanın başka bölgeleriyle ticari ilişkilerini geliştirdiklerinde, giderek Avrupa kolonyal sahasına giren bölgeler ile Avrupa arasında iletişim kanalları kuruldu.

Gelgelelim iletişim ağlarının küresel çapta sistematik anlamda örgütlenmesi ancak ondokuzuncu yüzyılda mümkün oldu. İletişimin küreselleşmesinin tam anlamıyla gerçekleşmesi böylece ondokuzuncu yüzyılda idi. Bu, kısmen, iletişimi fiziksel ulaşımdan ayıran yeni teknolojiler sayesindeydi. Ancak ekonomik, siyasal ve askeri unsurlar da doğrudan ilintiliydi. Geç ondokuzuncu ve erken yirminci yüzyılların üç anahtar gelişmesi üzerine odaklanarak iletişimin küreselleşmesinin başlangıçlarını inceleyeceğim: (1) Avrupa imparatorluk iktidarlarının sualtı kablo sistemlerini geliştirmesi; (2) uluslararası haber ajanslarının kurulması ve dünyayı özel çalışma bölgelerine ayırması; ve (3) elektromanyetik tayf tahsisıyla ilgili uluslararası örgütlerin oluşması.

1) Telgraf, elektriğin iletişim potansiyelinden başarılı bir şekilde yararlanan ilk iletişim aracıydı. Telgraf sisteminin ilk biçimlerine dair deneyler, onsekizinci yüzyılın sonu

ve ondokuzuncu yüzyılın başlarında yapıldı, ancak ilk elektromanyetik telgraflar 1830'larda geliştirildi. 1831'de Joseph Henry, New York'da bir mili aşan sinyaller iletmeyi başardı ve 1837'ye kadar İngiltere'de Cooke ve Wheatstone ve Birleşik Devletler'de Morse kullanışlı sistemler geliştirdiler. Cooke ve Wheatstone'nun görsel okunabilecek iğneler kullanarak tasarladıkları sistem, ilk olarak 1839 Temmuz'unda Paddington ve West Drayton arasındaki demiryolu boyunca kuruldu. Ancak Morse'un iletilerin aktarımı için kullandığı nokta-çizgi sistemi nihayetinde en başarılısı olduğunu kanıtladı. Morse, 1843'te ABD Kongresi'nin temin ettiği fonlarla Washington ve Baltimore arasında ilk pratik telgraf hattını kurdu. Takiben telgraf endüstrisi, Birleşik Devletler ve Avrupa'da hızlı bir şekilde gelişti; demiryolları, basın, iş ve finans sektörlerinden gelen talep bu endüstriyi canlandırdı.

İlk telgraf sistemleri karasaldı ve bu yüzden coğrafi sahaya kısıtlı kaldı. 1850'lere kadar sualtı telgrafında güvenilir yöntemler geliştirilemedi. İlk denizaltı kabloları, genellikle bir Malayalı ağacının sapından üretilen doğal bir yalıtıcı maddeyle kaplı bakır telden yapıldı.³ Denizaltı kabloları, 1851-1852'de İngiliz Kanalı'nda ve İngiltere ile İrlanda arasında başarılı bir şekilde döşendi. Her ne kadar başarısız bir şekilde sonlansa da, Atlantik Okyanusu'na kablo döşemeye yönelik ilk girişime 1857-1858'de başlandı. Britanya'yla Hindistan'ı bağlayacak ilk çalışmalar da başarısızdı. Ancak 1864'te Karaçi ve İran Körfezi arasında denizaltı kablosu başarıyla döşendi; bu hat o zaman karasal

³ Bkz. Daniel R. Headrick, *The Tools of Empire: Technology and European Imperialism in the Nineteenth Century* (Oxford: Oxford University Press, 1981), 11. bölüm; Bernard S. Finn, *Submarine Telegraphy: The Grand Victorian Technology* (Margate: Thanet Press, 1973).

kablolarla İstanbul ve Avrupa'ya bağlandı. 1865'e kadar Britanya ve Hindistan arasındaki hat bitmişti. Bir yıl sonra bir transatlantik kablosu başarıyla döşendi.

Bu ilk başarıların ardından denizaltı kablo endüstrisi hızla gelişti. 1870'lerin başlarında, Avrupa'yı Çin ve Avustralya'ya bağlamak amacıyla Güneydoğu Asya boyunca kablolar döşendi. Kablolar, ayrıca, Avrupa ve Güney Amerika arasında ve Afrika sahilleri boyunca da döşendi. Kabloların çoğu, hükümetlerden önemli miktarda finansal destek sağlayan özel şirketlerce üretildi, döşendi ve işletildi. Londra, bu genişleyen iletişim ağının merkeziydi ve uluslararası denizaltı kablo işinin başlıca finans kaynağıydı. 1900'e kadar yaklaşık 190.000 mil denizaltı kablosu bütün dünyada döşenmişti. Britanya firmaları, bu kabloların yüzde 72'sine sahipti ve oranın önemli kısmı tek bir firmanın elindeydi: 1860'tan itibaren denizaltı kablo endüstrisinde yerini alan Manchester'lı tüccar John Pender'in kurduğu Doğu Şirketleri ve Ortakları.

Siyasi ve askeri çıkarlar ilk denizaltı kablo ağlarının gelişiminde önemli bir rol oynamasına karşın, bu kablo ağları asıl olarak ticari ve iş amaçları doğrultusunda kullanıldı. İngiliz görevliler, ondokuzuncu yüzyılın sonlarında güneş batmayan bir imparatorluğun liderleri olarak, hızlı iletişimin stratejik önemini oldukça farkındaydılar. Ek denizaltı kablolarını döşemek için Britanya Denizcilik ve Kolonyal, Savaş ve Yabancılar Ofisi (The British Admiralty and the Colonial, War and Foreign Offices) hükümet üzerinde baskı kurdu. Böyle bir kablo, 1899-1901 arasında Britanya ve Ümit Burnu arasında döşendi ve Boer Savaşı sırasında kullanıldı. Bu hat, sonradan Mauritius, Seylan, Singapur ve Avustralya'ya genişletildi. Böylece Orta Doğu'yu

devreden çıkaran bir rotayla Britanya, Güney Doğu Asya ve Avustralya'ya bağlandı.

Ondokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında geliştirilen kablo ağları, böylece, iletileri iletme kapasitesinin, ulaşımın zaman-tüketimi süreçlerinden açıkça ayrıldığı ilk küresel iletişim sistemini oluşturdu. Avrupa ve Kuzey Amerika'nın büyük kentsel merkezlerindeki bireyler, dünyanın diğer bölgeleriyle hemen hemen anlık iletişim kuracakları araçları elde ettiler. Daha önceki ulaşım temelli iletişim biçimiyle olan karşıtlık dramatikti. 1830'lara kadar İngiltere'de postaya verilen bir mektubun Hindistan'a ulaşması beş-altı ayı bulmaktaydı; ve Hint Okyanusu'ndaki musonlar yüzünden cevabın alınması iki yıl sürmekteydi.⁴ 1870'lerde bir telgraf, Bombay'a beş saatte ulaşmakta, cevap aynı gün geri gelmekteydi. Ve 1924'te Britanya İmparatorluğu Sergisi'nde, Kral V. George, 80 saniyede bütün Britanya hatlarında küresel dolaşıma giren bir telgraf gönderdi. Ekonomik ve siyasal iktidarın örgütlenmesini yansıtan uzun rotalara rağmen küresel çapta hızlı iletişim gerçekleşmişti.

2) Küresel iletişim ağlarının oluşumunda önemli olan ondokuzuncu yüzyılın ikinci bir gelişmesi, uluslararası haber ajanslarının kurulmasıydı. Haber ajanslarının bu bağlamdaki önemi üç katlıydı. Birincisi, ajanslar geniş bir coğrafyada -asıl olarak Avrupa'da başlayan ancak çok geçmeden dünyanın diğer bölgelerine de uzanan- sistematik haber toplama ve yaymayla uğraşmaktaydı. İkincisi, ilk rekabetçi dönemden sonra haber ajansları, dünyayı özel çalışma alanlarına bölmede kendi aralarında anlaştılar. Küresel çapta etkin olan çok taraflı iletişim ağları yaratıldı. Üçüncü

⁴ Headrick, *The Tools of Empire*, s. 130.

olarak, haber ajansları, basınla yakından işbirliği içinde çalıştı. Bu bağlamda, basılan ve geniş bir izler kitleye dağıtılan hikayeli, alıntılı ve enformasyon içeren gazetelerin çıkmasını sağladı. Haber ajansları böylece, nüfusun önemli ve giderek artan bölümüne ulaşabilen iletişim ağlarıyla bağlantılı hale geldi.

İlk haber ajansı 1835'te Charles Havas tarafından Paris'te kuruldu.⁵ Zengin bir girişimci olan Havas, esasında bir tercüme bürosu niteliğindeki *Correspondence Garnier*'i satın aldı ve değişik Avrupa gazetelerinden özetler toplayan ve bunları günlük olarak Fransız basınına gönderen bir ajansa dönüştürdü. 1840'a kadar at arabaları ve düzenli güvercin postası sayesinde, Londra ve Brüksel'deki müşteriler için de haberler sağladı. 1840'ların sonlarında Londra'da Paul Julies Reuter ve Berlin'de Bernard Wolf rakip haber toplama servisleri kuruldu. Ajanslar, enformasyonu o zamana kadar görülmedik bir hızda ve mesafede kat ederek ileten telgraf kablo sistemlerindeki gelişmenin avantajından yararlandı. Her üç ajans da yeni müşteri kazanmaya ve çalışma sahalarını genişletmeye çaba gösterdikleri için, 1850'de aralarındaki rekabet yoğunlaştı. Ancak çatışmanın zararlarından kaçınmak isteyen bu ajanslar, en nihayetinde dünyayı özel çalışma bölgelerine bölme konusunda işbirliği yapmayı kararlaştırdılar. 1869'daki Ajans Birliği Anlaşması'na göre, Reuter, Britanya İmparatorluğu ve Uzak Doğu'daki; Havas, Fransız İmparatorluğu, İtalya, İspanya ve Portekiz'deki bölgeleri paylaştı. Wolf'e ise Almanya,

⁵ Başlıca haber ajanslarının gelişimi üzerine daha detaylı açıklamalar için bkz. Graham Storey, *Reuters' Century 1851 – 1951* (Londra: Max Parrish, 1951); Oliver Boyd-Barrett, *The International News Agencies* (Londra: Constable, 1980); Anthony Smith, *The Geopolitics of Information: How Western Culture Dominates the World* (Londra: Faber, 1980).

Avusturya, İskandinavya ve Rus topraklarında özel çalışma ayrıcalığı tanındı. Her ne kadar bağımsız ticari örgütler olsalar da, ajansların çalışma alanları, büyük Avrupa emperyal güçlerinin ekonomik ve siyasi nüfuz sahalarına denk gelmekteydi. Ticaret ve diplomatik idare için değerli enformasyon sağlayan ve bir ölçüde politik himayeden yararlanan her ajans, ana üs olarak hizmet ettikleri ülkenin siyasal ve ticari elitleriyle işbirliği yaptı.

Üçlü ajans karteli, Birinci Dünya Savaşı'nın patlamasına kadar uluslararası haber toplama ve dağıtımına egemen oldu. Ondokuzuncu yüzyılın sonunda ve yirminci yüzyılın başında başka haber ajansları da kuruldu ancak bunların çoğu kendisini üç büyük ajanstan birisini merkeze aldı. Gelgelelim Associated Press (AP) ve United Press Association'un (UPA, daha sonra United Press International ya da UPI'ye dönüştü) büyümesiyle, Birinci Dünya Savaşı'nın başında üçlü ajans karteli kırıldı. Associated Press, New York'da yayımlanan altı günlük gazetenin 1848'de kurduğu bir kooperatifti. AP, Avrupa ajanslarına Amerika'yla ilgili haberler vererek ve bunun karşılığında Birleşik Devletler içinde haber dağıtımında özel bir ayrıcalık elde ederek, 1893'te Avrupa karteline katıldı. The United Press Association, kısmen Birleşik Devletlerdeki haber pazarında AP'nin egemenliğini kırmak için, E.W. Scripps tarafından 1907'de kuruldu. UPA, Birleşik Devletler pazarına hizmet sunmak dışında Güney Amerika'da ofisler kurdu, buraya ve Japon haber gazetelerine haber sattı. Birinci Dünya Savaşı sırası ve sonrasında AP ve UPA, kartel düzenlemeleri üzerindeki baskısını artırarak faaliyetlerini dünya çapında genişletti. 1930'lara kadar üçlü ajans karteli fiiliyatta sona erdi; 1934'te Reuters ile AP, Amerikan ajansları-

na dünyadaki haberleri serbestçe toplama ve dağıtma imkanı veren bir anlaşma imzaladı. Amerikan ajansları hızlı büyümesine ve Reuters'in küresel pazarda güçlü konumunun devam etmesine karşın, diğer Avrupa ajansları büyük değişimler geçirdi. Fransa'nın 1940'ta işgali, Havas'ın dağılmasına ve nihayet yeni bir ajansa, Ajans France Press'e (AFP) yerini bırakmasına yol açtı. AFP, selefinin mal varlığım ve bağlantılarını devraldı. Nazizmin yükselişi, İkinci Dünya Savaşı'nda Almanya'nın yenilmesi ve sonra bölünmesiyle birlikte Wolf ajansı, uluslararası camiadaki nüfuzunu kaybetti ve sonuçta kapandı.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dört büyük ajans olan Reuters, AP, UPI ve AFP, uluslararası haber ve diğer enformasyon toplama ve dağıtma sistemindeki egemen konumlarını sürdürdüler. Başka pek çok ajans kuruldu ve kendi iş sahalarını genişletti; TASS ve Deutsche Press Agentur gibi bazı ajanslar, uluslararası alanda önemli roller (en azından geçici olarak) elde etti. Gelgelelim küresel enformasyon düzeninde dört büyük ajans, anahtar aktör konumlarını sürdürmektedir. Dünyadaki çoğu gazete ve yayın kurumu, uluslararası haberler kadar, içinde kendilerinin de yer aldığı jeopolitik bölgeye dair haberlerde ağırlıklı olarak dört büyük haber ajansına bağımlı kalmaktadır. Çoğu küçük ajans, büyük ajanslara bağlı şirket konumundadır. Büyük ajanslar, ayrıca, faaliyetlerini çeşitlendirmiş ve genişletmiştir. Bunda, onların enformasyon ve iletişim teknolojisindeki yeni gelişmelerin avantajlarını kullanmalarının, finansal ve ticari işlemlerle ilgili enformasyonu kapsayan değişik veri ve enformasyon türlerine yönelik küresel pazarda merkezi oyuncular olarak ortaya çıkmalarının payı vardır.⁶

⁶ Reuters'in 1970 ve 1980'lerdeki gelişimi ve değişimi özellikle belirgindi.

Uluslararası enformasyon ve iletişim akışındaki diğer eşitsizliklerle birleştğinde, yeni büyük ajansların egemenliği, küresel enformasyon düzeninin yeniden örgütlenmesine dönük çeşitli çevrelerden çağrılar gelmesine yol açtı. 1970'lerde ve 1980'lerin başlarında UNESCO'nun öncülüğündeki bir dizi konferans ve komisyon 'Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni' (YDEİD) teması etrafından geniş çaplı bir tartışma üretti. YDEİD taraftarları, iletişim alanında daha az gelişmiş ülkelerin teknolojik alt yapılarını ve üretici kapasitelerini güçlendirme kadar, enformasyonun içeriğinde ve uluslararası akışında daha fazla denge arayışındaydılar. Gelgelelim, UNESCO girişimleri, Batı'da belirli hükümetlerden ve çıkar gruplarından önemli direnişle karşılaştı. Birleşik Devletler, 1984'te UNESCO'dan ayrıldı. Onu 1985'te Birleşik Krallık izledi ve ikisinin çekilmesi UNESCO'nun bütçesini yüzde 30 azalttı ve siyasi tavsiyelerinin etkinliğini oldukça sınırladı.⁷ Yine de, YDEİD tartışmaları büyük haber ajanslarının egemenliğinin ve daha genel olarak küresel iletişimle ilgili eşitsizliklerin yol açtığı sorunların farkındalığını arttırmaya katkı sağladı. Ayrıca, Afrika ve başka yerlerde tarafsız ve bölgesel haber ajanslarının büyümelerini de kapsayan Üçüncü Dünya olarak adlandırılan ülkeler ara-

1963'te Reuters'in 3 milyon sterlinlik gelirlerinin üçte ikisi medya abonelerinden geliyordu. 1989'da medya, Reuters'in gelirlerinin yalnızca %7'sini oluştuyordu; %55 para piyasasından, %19'u menkul değerlerden, %8'i emtiadan ve %11'i müşteri hizmetlerinden kaynaklanıyordu. 1990'da Reuters'in %82.5'i denizaşırı ülkelerden sağlanan toplam geliri 1,360 milyon sterline yükseldi. (Bkz. Jeremy Tunstall ve Michael Palmer, *Media Moguls* (Londra ve New York: Routledge, 1991), s. 56).

⁷ NWICO (YDEİD) tartışmaları ve UNESCO'nun rolü üzerine daha detaylı açıklamalar için bkz. Thomas L. McPhail, *Electronic Colonialism: The Future of International Broadcasting and Communication*, 2. Basım (Newbury Park ve California: Sage, 1987).

sında çeşitli dayanışma şekillerinin gelişmesini teşvik etti.⁸

3) Küresel iletişimde önemli rol oynayan üçüncü gelişme de ondokuzuncu yüzyılın sonlarında başlar: Elektromanyetik dalgalar sayesinde yeni enformasyon iletim araçlarının gelişmesi ve elektromanyetik tayf tahsisini düzenleme girişimlerinde sağlanan başarı. Daha önceki bölümde bu gelişmeyi destekleyen bazı teknik yenilikler üzerinde kısaca durmuştuk.⁹ Elektromanyetik dalgaların iletişim amacıyla kullanımı, karada veya deniz altında sabit kablo kullanma ihtiyacını ortadan kaldırarak, enformasyonun geniş mesafeler boyunca verimli ve esnek bir şekilde yayılması kapasitesini muazzam artırdı. Ancak elektromanyetik dalgaların kullanımı ayrıca, ülke içi ve ülkeler arasındaki tayf dağıtımını düzenlemeye yönelik artan bir ihtiyacı da beraberinde doğurdu. Her ülke, tayf dağıtımında ve lisans vermede kendi yasal mevzuatını oluşturdu. Tayf tahsisıyla görevlendirilen yetkililerin kilit ilgilerinden birisi, amatör radyo kullanıcılarının müdahalelerini en aza indirmek için tayfın bir bölümünü askeri ve güvenlik amaçlarına ayırmaktı. Ancak yeni medyanın ticari potansiyeli giderek belirgin hale geldiğinde, siyasal otoriteler, belli bölgelerde belirlenmiş frekanslarda yayın yapma hakkı kazanmış yayın kurumlarına lisans verilmesine doğrudan dahil oldular. Lisans verme pratiği sadece tayf kıtlığı gibi teknik zorunluluklardan değil, aynı zamanda ülkeden ülkeye değişen, yayıncılık kurumlarının gerçek doğası ve

⁸ Haber ajanslarının ve diğer enformasyon değişimi mekanizmalarının Üçüncü Dünya Ülkeleri'ndeki gelişimi için bkz. Oliver Boyd-Barrett ve Daya Kishan Thussu, *Contra-Flow in Global News: International and Regional News Exchange Mechanisms* (Londra: John Libbey, 1992)

⁹ Bkz. s. 78 – 9.

rolüne dair daha geniş politik düşünceler setine, bağlıydı.¹⁰

Tayf alanı yönetiminin uluslararası çerçevesi daha az etkindi. Bu açıdan kilit kurum, sonradan Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'ne (UTB) dönüşen Uluslararası Telgraf Birliği'ydi. 20 Avrupa devletince imzalanan bir anlaşmayla 1865'de kurulan bu birlik, esas olarak, uluslararası standartların oluşturulması ve teknik problemlerin çözümüyle uğraştı.¹¹ Birlik, 1906'daki Berlin Konferansı'nda ilk defa radyoyla ilgilendi ve denizlerdeki gemilerin kullandıkları frekanslar gibi, özel hizmetlere belirli tayfları tahsis etme konusunda uzlaşmaya vardı. UTB, daha sonra, tayf dağıtımı ve bununla ilgili konuları görüşmek üzere bir konferans –Dünya Radyo Yönetimi Konferansı - düzenledi. Bu ilk uluslararası faaliyetlerde genellikle frekans konusuna öncelik verildi.¹² Kullanıcılar sadece kullandıkları ya da kullanmayı istedikleri frekansları UTB'ye bildirdiler ve böylece 'sahiplik hakkı' elde ettiler. Gelgelelim radyo tayfına yönelik talepler arttığında, UTB giderek daha aktif bir bakış benimsedi. Tayf alanları belirli hizmetlere tahsis edildi ve dünya üç genel bölgeye -Avrupa ve Afrika, Amerika, Asya ve Güney Pasifik- ayrıldı. Bu bölgelerin her biri ayrıntılı olarak planlanmıştı. Yine de UTB'nin geliştirdiği sistemler, son yıllarda, kısmen, varolan kullanıcıların taleplerinin bir sonucu olarak ve kısmen de o ana dek uluslararası telekomünikasyon sahasından büyük oranda dışarı-

¹⁰ Yayıncılığın kurumsal çerçevesi üzerine daha ileri tartışmalar için bkz. John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication* (Cambridge: Polity Press, 1991), s. 183 – 92.

¹¹ Bkz. McPhail, *Electronic Colonialism*, 5. bölüm; John Howkins, 'The Management of the Spectrum', *Intermedia*, 7.5 (Eylül 1979), s. 10 – 2.

¹² John Howkins, 'The Management of the Spectrum', s. 14.

da bırakılan ülkelerin talepleri yüzünden giderek baskı altına girdi.

Elektromanyetik dalgalar yoluyla ileti aktarma kapasitesi teknolojilerindeki gelişme, tayf alanı yönetimiyle uğraşan ulusal ve uluslararası kurumların ortaya çıkışıyla birlikte küresel iletişimde önemli bir başlangıç oluşturdu. Geniş mesafeleri kateden yoğun enformasyonu verimli ve hemen hemen anlık bir şekilde aktarmak şimdi mümkündü. Üstelik, elektromanyetik dalgalar alanında yer alan ve sinyalleri alacak donanıma sahip olan birisi, elektromanyetik dalgalarla yayılan iletilere potansiyel olarak erişebilmekteydi –medyanın ticari işletimi açısından çok önemli bir durum. Gelgelelim elektromanyetik aktarımlı iletişimin çoğu, yirminci yüzyılın ilk yarısında, belirli kentsel bölgeler, ulusal devletler ya da denizdeki gemiler ve kara arasındaki bölgeler gibi özel coğrafik alanlarla sınırlı kalmayı sürdürdü. Elektromanyetik aktarımlı iletişim, iletişim uydularının başarıyla fırlatıldığı 1960'lara kadar tam anlamıyla küresel boyuta ulaşamadı.

Küresel İletişimin Günümüzdeki Kalıpları: Genel Bir Değerlendirme

Küresel iletişimin kökenleri ondokuzuncu yüzyılın ortasına dek geriye götürülebilirse de, bu süreç, esas olarak, yirminci yüzyılın bir olgusudur. Çünkü küresel çapta enformasyon ve iletişim akışının toplumsal yaşamın düzenli ve baskın bir özelliği haline gelmesi, yirminci yüzyılda gerçekleşti. Şüphesiz bu sürecin pek çok boyutu bulunmaktadır; yirminci yüzyıl, iletişim ve enformasyon

dağıtım kanallarında eşi benzeri görülmemiş bir artışa tanıklık etmiştir. Radyo ve televizyon yayıncılık sistemlerindeki hızlı gelişmeler bütün dünyada önemliydi ancak süreç sadece bu gelişmelerden ibaret değildir. İletişimin küreselleşmesi ayrıca, bazılarına başkalarından daha fazla yarar sağlayan ve dünyanın bazı bölgelerini küresel iletişim ağlarına başka bölgelerden daha hızlı bağlayan yapılaşmış ve eşitsiz bir süreçtir. Küresel iletişim akışlarının özelliği -'küreselleşme' kavramının sosyal bilimlerde günümüzdeki anlamını kazanmasından çok önce- 1960'larm sonlarından itibaren uluslararası iletişim konusunda çalışan araştırmacılar tarafından bir miktar ayrıntılı incelenmiştir.¹³ Bu bölümde, küresel iletişimin günümüzde bazı ana kalıplarını analiz etmek amacıyla bu literatürü ele alacağım. Bu kalıpları ayrıntılı ve etraflı bir tarzda analiz etmeye girişmeyeceğim, bunun yerine sadece küresel iletişim süreçlerinin ana boyutlarının bazılarını tanımlayacağım; ve en önemlisi, bunların yapılaşmış ve eşitsiz ka-

¹³ İlk çalışmaların en önemli ve etkililerinden biri, UNESCO sponsorluğunda 1971-73 arası Nordenstreng ile Varis ve 1983'te Varis tarafından yürütülen araştırmalardır. Bkz. Nordenstreng ve Varis, *Television Traffic – A One Way-Street? A Survey and Analysis of the International Flow of Television Programme Material*, Reports and Papers on Mass Communication no. 70 (Paris: UNESCO, 1974); Tapio Varis, *International Flow of Television Programmes*, Papers on Mass Communication no. 100 (Paris: UNESCO, 1986). Sayısız başka çalışmalar da yürütülmüştür. İlgili literatürden faydalı tartışmalar için bkz. Jeremy Tunstall, *The Media are American: Anglo-American Media in the World* (Londra: Constable, 1977); Eihui Katz ve George Wedell, *Broadcasting in the Third World: Promise and Performance* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1977); Smith, *The Geopolitics of Information*; Ralph Negrine ve S. Papathanassopoulos, *The Internationalization of Television* (Londra: Pinter, 1990); Preben Sepstrup, *Transnationalization of Television in Europe* (Londra: John Libbey, 1990); Annabelle Sreberny-Mohammadi, 'The Global and the Local in International Communications', James Curran ve Michael Gurevich (der.), *Mass Media and Society* (Londra: Edward Arnold, 1991) içinde; Geoffrey Reeves, *Communication and the 'Third World'* (Londra: Routledge, 1993).

rakterini vurgulamakla ilgileneceğim. Konuyla ilgili alanın potansiyel büyüklüğüne karşın, dikkatimi dört temayla sınırlayacağım; 1) küresel iletişim ve enformasyon yayımında kilit oyuncular olarak ulus ötesi iletişim holdinglerinin ortaya çıkması; 2) özellikle uydu iletişimiyle ilintili yeni teknolojilerin toplumsal etkisi; 3) enformasyon ve iletişim ürünlerinin küresel sistem içinde asimetrik akışı; 4) küresel iletişim ağlarına erişimde çeşitlilikler ve eşitsizlikler.

1) Yirminci yüzyılda iletişimin küreselleşmesi, esas olarak büyük ölçekli iletişim holdinglerinin faaliyetlerinin sürüklediği bir süreçtir. Bu holdinglerin kökleri, daha önce gördüğümüz üzere, ondokuzuncu yüzyılda basının dönüşümüne kadar uzanmaktadır.¹⁴ Yeni üretim yöntemlerinin ortaya çıkışının hızlandırdığı ve teşvik ettiği bir süreç olarak gazetelerin ekonomik temellerindeki değişim, medya endüstrilerinde uzun dönemli birikim ve yoğunlaşmaların temellerini hazırladı. Bu süreç, yirminci yüzyıl boyunca giderek uluslararası bir karakter kazandı. İletişim holdingleri, çalışmalarını, kendi ülkelerinden başka bölgelere genişletti. Ve bazı büyük endüstriyel ve finansal şirketler, küresel genişleme ve çeşitliliğe yönelik apaçık politikalarının bir parçası olarak, enformasyon ve iletişim sektöründe önemli kazançlar sağladı. Dev şirketler, birleşmeler, satın almalar ve başka ortaklık biçimleriyle küresel enformasyon ve iletişim ticaretinde o ana kadar görülmedik bir niteliğe kavuştu.

En büyük iletişim devlerinin bazılarının isimleri iyi bilinmektedir: 1989'da Time Inc. ve Warner Communication'un birleşmesiyle kurulan ve şimdi dünyanın en bü-

¹⁴ Bkz. s. 76 – 8.

yük medya girişimi olan Time Warner'ın, Avustralya, Asya, Avrupa ve Latin Amerika'da şubeleri vardır. Yayımcılık, televizyon, müzik ve yüksek teknoloji enformasyon sistemlerinde güçlü çıkarlara sahip olan Alman kökenli Bertelsmann grubu, Avrupa, Birleşik Devletler ve Latin Amerika'da faaliyette bulunmaktadır. Yayımcılık, televizyon ve film alanında önemli çıkarlara sahip olan Rupert Murdoch'un News Corporation'u ise Avrupa, Birleşik Devletler, Avustralya ve Asya'daki şubeleriyle erişim alanı en geniş olanıdır. Bu ve diğer büyük iletişim holdingleri giderek dünya pazarında çalışmakta ve faaliyetlerini küresel stratejiler temelinde örgütlemektedir. Gelgelelim hemen bütün büyük şirketler, Kuzey Amerika, Batı Avrupa, Avustralya veya Japonya'da yerleşiktir. Büyük şirketlerin mal ve hizmetleri için Üçüncü Dünya ülkeleri birer pazar olmasına karşın, çok az şirket Üçüncü Dünya kökenlidir.¹⁵ Bu nedenle iletişim holdinglerinin gelişmesi, özel bir şekilde denetlenen ve eşitsiz olarak dağıtılan ve de şirket amaçlarını küresel arenada takip etmek için kitlesel kaynakları harekete geçirebilen ekonomik ve sembolik iktidarda büyük yoğunlaşmalara yol açmıştır. Yanısıra, enformasyon ve sembolik içeriğin aktığı yoğun ve özel denetimli iletişim ağlarına yol açmıştır.

Bazı büyük iletişim holdinglerinin faaliyetleri ve doğası, burada daha fazla üzerinde duramayacağım literatürde

¹⁵ Uluslararası iletişim üzerine yakın zamanda yayınlanan bir UNESCO raporu, toplam medya cirosuna göre sıralanan en büyük 78 iletişim holdinginin 39'unun Amerika Birleşik Devletleri, 25'inin Batı Avrupa, 8'inin Japonya, 5'inin Kanada ve 1'inin Avustralya kaynaklı olduğunu; hiçbirininse Üçüncü Dünya temelli olmadığını göstermiştir. (Bkz. *World Communication Report* (Paris: UNESCO, 1989), s. 104 – 5).

ortaya konulmuştur.¹⁶ Gelgelelim bu şirket gruplarının faaliyetleri, 1990'ların ekonomik ve siyasal koşullarına kendilerini adapte etme yöntemleri ve yeni teknolojik gelişmelerden yararlanmaları konularında karşılaştırmalı daha fazla yeni araştırmaya ihtiyaç vardır.

2) Yeni teknolojilerin gelişimi, yirminci yüzyılın sonlarında iletişim medyalarının faaliyetleri bağlamında ve onlardan bağımsız olarak önemli rol oynadı. Birbiriyle ilintili üç gelişme özellikle önemliydi. Birincisi, elektronik kodlu enformasyonu taşımak için daha fazla kapasite sağlayan daha yaygın ve kullanışlı kablo sistemlerinin döşenmesidir. İkinci gelişme, genellikle karasal kablo sistemleriyle uyumlu olan uzun mesafe iletişimi sağlamada uyduların artan kullanımınıdır. Üçüncü gelişme –pek çok açıdan en köklüsü- enformasyonu işleme, biriktirme ve canlandırma ile ilgili sayısal yöntemlerin kullanımındaki artıştır. Elektronik gelişmelerle (mikroişlemciler gibi) birleşen sayısal enformasyon, enformasyon depolama ve aktarma kapasitesini olağanüstü artırdı ve enformasyonun farklı iletişim medyası arasında görece kolay dönüştürülmesi amacıyla enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yöndeşme temelini yarattı.

Bu teknolojik gelişmelerin üçü de iletişimin küreselleşmesine köklü biçimlerde katkı yaptı. Daha açıkçası, sabit yörüngelerde konumlandırılan ve birbirine bağlı telekomünikasyon uydularının kullanımı, eşzamanlılığa yakın, karasal yayma ve aktarım kablolarına gereksinim duymayan bir küresel iletişim sistemi yarattı. 1960'ların başların-

¹⁶ Örneğin bkz. Ben H. Bagdikian, *The Media Monopoly*, 4. Basım (Boston: Beacon Press, 1992); Anthony Smith, *The Age of Behemoths: The Globalization of Mass Media Firms* (New York: Priority Press, 1991); Tunstall ve Palmer, *Media Mergers*.

daki gelişmelerden itibaren telekomünikasyon uyduları çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanıldı.¹⁷ Ordu ve büyük ticari şirketlerin ihtiyaçları daima önemli rol oynadı ve çoğu çok uluslu şirket, uydu iletişiminin kullanımını yaygınlaştırdı. Bunun yanı sıra uydular, telefon, teleks, faks, elektronik posta ve bunlarla ilgili iletişim hizmetlerindeki uluslararası trafiğin artan bölümünü yüklenerek, tedricen normal telekomünikasyon ağlarına eklemlendi.

Telekomünikasyon uyduları ayrıca, başından beri televizyon yayıncılığı için yayın istasyonları ve dağıtım noktaları olarak kullanıldı. ABD’de, eski SSCB’de ve başka yerlerde ulusal ağ sistemlerinin birleşik parçasını oluşturdu. Ulusal ve uluslararası çapta kablo sistemleri sağlayacak dağıtım noktaları olarak kullanıldı. Ne var ki, son yıllarda daha güçlü ve hedefe tam yönelimli sinyal aktarma kapasiteli daha sofistike uyduların gelişimi, doğrudan uydu yayıncılığını (DUY) olanaklı kıldı. İlk DUY sistemleri 1975’de ABD’de program iletimine başladı ve ilk Avrupa sistemleri 1986’da kullanıma girdi. 1990’ların başına kadar değişik DUY sistemleri dünyanın başka bölgelerinde faaliyetliydi ya da faaliyete geçmeye planlanmıştı. DUY’un kısmi önemi, karasal yayın ağlarının dışında yeni dağıtım sistemleri –sıklıkla özel kişilerin sahipliği ve denetiminde ve büyük iletişim holdinglerinin önemli paylara sahip olduğu sistemleri- yaratması nedeniyledir. Üstelik, teknik yönden bir DUY uydusunun alımlama bölgesinin (veya ‘kapsama alanının’) belli bir ulus devletin karasal sınırla-

¹⁷ Uydu iletişiminin teknik ve tarihsel boyutları üzerine daha fazla bilgi için bkz. Abram Chayes, James Fawcett, Massami Ito, Alenxandre-Charles Kiss vd., *Sattelite Broadcasting* (Londra: Oxford University Press, 1973); Jonathan F. Galloway, *The Politics and Technology of Satelite Communications* (Lexington, Mass.: D. C. Heath, 1972).

rını aşındırması nedeniyle, bu yeni dağıtım sistemleri esasında çokulusludur.

Yeni uluslararası dağıtım ağlarının yaratılmasına ek olarak, DUY ve (kablo ve video kaset kaydedicilerini içeren) diğer teknolojilerin gelişmesi, küresel medya ürünleri pazarını genişletmiştir. Filmlerin, TV programlarının ve diğer malzemelerin uluslararası dolaşımı; uydu ve kablo kanalları ile video kaset kiralama ve satışlarının yarattığı karlı pazarlardan istifade etmek isteyen üretici ve dağıtıcıların sayılarını artırmıştır. Küresel pazardaki bu büyüme, medya ürünlerinin uluslararası dolaşımıyla ilgili daha önceki yönelimlerin ötesinde düşünülmelidir.

3) İletişimin küreselleşmesinin can alıcı bir başka özelliği, medya ürünlerinin uluslararası arenada dolaşmasıdır. Bir ülkede üretilen materyal sadece yerel pazarda dağıtılmaz, ayrıca –ve artan bir şekilde- küresel pazara da girer. Ancak medya ürünlerinin uluslararası dolaşımının yapısal bir süreç olduğu -ki bu sürece belli kurumlar hakimdir ve dünyanın bazı bölgeleri sembolik mal arzı için başka bölgelere oldukça bağımlıdır- uzun süredir kabul görmektedir. 1970’lerin başlarında Nordenstreng ve Varis’in yaptıkları çalışmalar, televizyon programlarının uluslararası dolaşımında açık bir eşitsizliği gözler önüne serdi. Başlıca haber ve eğlence programı ihracatçısı ülkeler, dünyanın geri kalanına bir ölçüde tek yönlü bir trafik işletmekteydi.¹⁸ Birleşik Devletler, dışardan ithal ettiği materyalden daha fazlasını başka ülkelere (genellikle Latin Amerika, Avrupa, Kanada, Avustralya ve Japonya’ya) satarak televizyon ya-

¹⁸ Nordenstreng ve Varis, *Television Traffic – A One Way-Street?*; ayrıca bkz. Tapio Varis, ‘Global Traffic in Television’, *Journal of Communications*, 24 (1974), s. 102 – 9.

yıncılığında lider ihracatçı konumundaydı (ve halen de öyledir). Britanya ve Fransa gibi bazı Avrupa ülkeleri de ana ihracatçılardı (ve şimdi de öyledir) ancak yurtdışından da (esas olarak ABD'den) önemli oranda program ithal ettiler. Varis ve diğerlerinin daha sonraki çalışmaları, her ne kadar daha karmaşık görünüm sunsa ve bölge içindeki ticaretin artan önemini vurgulasa da (örneğin, Meksika ve Brezilya gibi ülkeler, Latin Amerika'nın diğer ülkelerine program ihraç eden ana üreticiler olarak ortaya çıktı), dolaşımdaki eşitsizliği teyit etti.¹⁹

Sembolik malların uluslararası dolaşımının yapılaşmış karakteri, çeşitli tarihsel ve ekonomik faktörlerin sonucudur. Haberler alanındaki bağımlılık kalıpları Londra'da, Paris'te ve New York'ta kurulmuş uluslararası haber ajanlarının mirasını yansıtır (Batı kökenli haber ajanslarının önemi biraz tartışma konusu olmayı sürdürse bile²⁰). Eğlence alanında Hollywood'un ekonomik gücü, uluslararası film ve TV programlarının dolaşımı üzerindeki nüfuzunu sürdürmektedir. Az gelişmiş ülkelerde çoğu televizyon istasyonu kendi başına yoğun program yapacak üretim kaynaklarına sahip değildir. Yayın programlarını doldurmak için Amerikan dizilerinin ülke ülke müzakere edilen fiyatlarla ithali görece ucuzdur (ve mali açıdan çok caziptir).

¹⁹ Bkz. Varis, *International Flow of Television Programmes*; Annabelle Sreberny-Mohammadi, 'The "World of the News" Study: Results of International Cooperation', *Journal of Communications*, 34 (1984), s. 121 – 34; Sepstrup, *Transnationalization of Television in Europe*.

²⁰ Kimi yorumcular Batıkaynaklı haber ajanslarının etkisinin abartıldığını öne sürmüştür. Örneğin, bkz. Robert L. Stevenson, 'The "World of the News" Study: Pseudo Debate', *Journal of Communications*, 34 (1984), s. 134 – 8; Michael Tracey, 'The Poisoned Chalice? International Television and the Idea of Dominance', *Daedalus*, 114 (1985), s. 17 – 55.

Uluslararası dolaşımın bazı genel kalıpları yıllardır iyi belgelenmesine karşın, araştırmalar parçalı kalmayı sürdürmektedir. Üzerinde hala ayrıntılı çalışılmayı bekleyen pek çok enformasyon ve iletişim endüstrisi vardır. Ve varolan uluslararası dolaşım kalıbı biçimlerinin –uydu ve kablo sistemleri ya da daha genel olarak sayısal enformasyonla bağlantılı teknolojik gelişmeler gibi- yeni teknolojik gelişmeler tarafından etkilenmesi, çok daha fazla araştırılmayı hak eden bir konudur. Küresel iletim ağlarının ve ticaretin karmaşıklığı ve de bunlar aracılığıyla taşınan devasa hacimli materyal göz önüne alındığında, uluslararası dolaşım kalıplarını bütüncül olarak kavramak pek olası değildir. Ancak yeni araştırmalar daha anlamlı yönelimlerin bir kısmını aydınlatmaya yardımcı olabilir.

4) Uluslararası dolaşım kalıplarını analiz etmeye ek olarak, küresel ağlardan yayınlanan malzemeye erişim ve malzemenin alınması kalıplarını da ele almak önemlidir. Küresel dolaşım kalıpları üzerine yapılan çoğu araştırma, farklı ülkelerde televizyonda yayınlanan programların içerik analizlerine odaklanmıştır. Ancak, dünyanın bazı bölgelerinde televizyon yayını hizmetlerine erişim, büyük şehirlerde ikamet eden nüfusun görece az bir oranıyla kısıtlı kalmıştır. Çoğu Üçüncü Dünya ülkesinde halkın yüzde 70-90'ını kapsayan kırsal nüfus için radyo, muhtemelen televizyondan daha önemli bir araç olmuştur.²¹ Şüphesiz ki, televizyon hizmetlerinin gelişmesine daha fazla kaynak ayrıldığı ve bu hizmetlere daha çok birey ve aile ulaştığı için bu durum sürekli değişmektedir. Gelgelelim dünyanın farklı bölgelerinde bulunan veya aynı ülkenin farklı alanları ve toplumsal katmanlarında yer alan bireylerin küresel

²¹ Bkz. Katz ve Wedell, *Broadcasting in the Third World*, bölüm 1.

ağlardan yayılan materyallere erişimlerindeki önemli eşitsizlikler halen devam etmektedir.

Bu erişim eşitsizliklerinden ayrı olarak, küreselleşmiş sembolik materyaller farklı anlama kalıplarına tabidir. Programın içerik analizi kendi başına alınırsa, kimin hangi programları, ne kadar izlediği gibi konular hakkında görece az bilgi verir ve küresel dağıtımına konu olan materyalin kavranılması boyutu üzerine pek az şey anlatır.²² Üstelik, küresel iletişimin etkisini araştırmak istiyorsak, sadece anlama kalıplarını değil aynı zamanda küresel sembolik malzemenin *kullanımlarını* da düşünmek zorundayız –yani, alımlayıcıların onlarla ne yaptıkları, onları nasıl anladıkları ve gündelik yaşam rutin ve pratiklerine nasıl eklemlediklerini. Bunlar daha sonra yeniden üzerinde duracağım konulardır.

Kültür Emperyalizmi Kuramı: Yeniden Bir Değerlendirme

Şimdiye dek küresel iletişimin gelişmesinin izlerini sürmekle ve günümüz dünyasının bazı küresel iletişim kalıplarını incelemekle ilgilendim. Ancak küresel iletişim kalıplarını açıklamaya yardımcı olabilecek ve bu kalıpların olası sonuçlarını aydınlayabilecek hangi teorik açıklama önerilebilir? Uluslararası iletişim konulu literatürde bu sorunun yanıtına yönelik çeşitli teorik izahlar bulunabilir.²³

²² Tüketim örüntülerinin iletişimin küreselleşmesiyle ilgisinde araştırmada ortaya çıkan bazı sorunlar üzerine bir tartışma için bkz. Sepstrup, *Transnationalization of Television in Europe*, 4. bölüm.

²³ Kuramsal tartışmalar hakkında özlü bir açıklama için bkz. Sreberny-Mohammadi, 'The Global and the Local in International Communications', s. 119 – 22.

Ne var ki, son yılların bir izahı özellikle baskın bir konum edinmiştir: Küresel iletişimin, sık sık Batı (en fazla da Amerikan) siyasal ve askeri çıkarlarıyla ortak hareket eden Birleşik Devletler patentli büyük uluslararası şirketlerin ticari menfaatlerince sürüklendiğine; ve bu sürecin, geleneksel kültürlerin Batı değerlerinin istilas yoluyla tahrip edildiği bir bağımlılık türüyle neticelendiğine dair bir görüştür bu. Bu bakış ilk defa, Herbert Schiller'in 1969'da yayımlanan *Mass Communications and American Empire* (Kitle İletişimleri ve Amerikan İmparatorluğu) kitabında belirli bir zihinsel keskinlikle dile getirildi ve o zamandan beri bu argüman değişik yayımlarda yenilendi ve derinleştirildi.²⁴ Schiller ve başkalarının geliştirdiği argüman, genellikle 'kültür emperyalizmi tezi' olarak tanınır.²⁵ Kültür emperyalizmi tezi olağanüstü yankılar yapmıştır: 1970'lerde ve 1980'lerin baş-

²⁴ Özellikle bkz. Herbert I. Schiller, *Mass Communications and American Empire* (New York: Augustus M. Kelley, 1969). Bu kitabın, Schiller'in çalışmanın 20. yüzyılın ikinci yarısında değişen küresel koşullarla ilişkisini ele aldığı çok önemli bir bölümü de kapsayan ikinci basımı 1992'de yapılmıştır; bkz. Schiller, 'A Quarter Century Retrospective', *Mass Communications and American Empire* içinde, 2. Basım (Boulder, Colo.: Westview Press, 1992), s. 1 – 43. Benzer tarzda bir çalışma için bkz. A. F. Wells, *Picture Tube Imperialism? The Impact of US Television on Latin America* (New York: Orbis, 1972); A. Dorfman ve A. Mattelart, *How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic* (New York: International General Editions, 1975); Herbert I. Schiller, *Communications and Cultural Domination* (White Plains, N.Y.: International Arts and Sciences Press, 1976); Kaarle Nordenstreng ve Herbert I. Schiller (der.), *National Sovereignty and International Communication* (Norwood, N.J.: Ablex, 1979); Cees J. Hamelink, *Cultural Autonomy in Global Communications: Planning National Information Policy* (Londra: Centre for the Study of Communication and Culture, 1988).

²⁵ Kimi zamanlarda 'kültür emperyalizmi' ve 'medya emperyalizmi' arasında bir ayrım yapılmaktadır, ancak ben burada bu ayrımı gözetmeyeceğim. (Örneğin bkz. Oliver Boyd-Barrett, 'Media Imperialism: Towards An International Framework for the Analysis of Media Systems', James Curran, Michael Gurevich ve Janet Woolcott (der.), *Mass Communication and Society* (Londra: Edward Arnold, 1977) içinde, s. 116 – 35).

larında uluslararası iletişimle ilgili (önceki bölümde sunulan malzemelerin bir kısmını içeren) araştırmaların çoğu, doğrudan ya da dolaylı olarak bu tezden etkilenmiştir. Lâkin Schiller'in çalışması aynı zamanda pek çok eleştiriye de uğradı ve günümüzde onun analizini tümüyle kabul edebilecek çok az bilim insanı vardır.²⁶ Yine de Schiller'in argümanını kısaca yeniden ele almak yararlıdır. Tezin başlıca güçlü ve zayıf yönlerini vurgulayarak küresel bir iletişim kuramında kaçınılması gereken tuzakları ve göz önüne alınması gereken süreçleri daha açık anlayabiliriz.

Schiller, çok genel olarak, uluslararası arenada Birleşik Devletler'in artan egemenliğinin karakterize ettiği İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemi tartışır.²⁷ Ondokuzuncu yüzyılın geleneksel kolonyal imparatorlukları –Britanya, Fransız, Alman, İspanyol ve Portekiz imparatorlukları– çöküşleri büyük oranda tamamlandığında, Amerikan İmparatorluğu öne çıktı. Bu yeni emperyal rejim, iki kilit faktör üzerine kuruldu: Esas olarak Birleşik Devletler kökenli uluslararası şirketlerin faaliyetlerinden kaynaklanan ekonomik güç ve modern dünyada elektronik esaslı sistemlerin gelişmesi ve denetiminde Amerikan ticari ve askeri kurumlarına öncü roller veren bilgi-yoğun (know-how) iletişimler. Schiller, -esasinda büyük ağların egemenliğinde ve reklam gelirleriyle beslenen bir ticari sistem olan- Amerikan yayıncılık sisteminin, en önemli bazı iletişim sistemlerinin bütünüyle ticari çıkarların istilasına girdiği duru-

²⁶ Eleştirel literatür kapsamlıdır. Yararlı açıklamalar için bkz. Tunstall, *The Media are American*, 2. bölüm; John Tomlinson, *Cultural Imperialism: A Critical Introduction* (Londra: Pinter, 1991); Reeves, *Communication and the 'Third World'*, 3. bölüm.

²⁷ Schiller'in savının bu yeniden inşası *Mass Communications and American Empire*'in 1969 tarihli ilk basımına dayanmaktadır.

mu örneklediğini savunmaktadır. Üstelik, Amerikan yayıncılık sistemi, Üçüncü Dünya ülkeleri başta olmak üzere dünyanın başka yerlerindeki yayıncılık sistemlerinin gelişimine de model olmuştur. TV programlarının talep edilmesi ve yerel programların üretim maliyetinin yüksek olması nedeniyle Amerikan iletişim teknolojilerine ve yatırımlarına yönelik artan bağımlılık, çoğu Üçüncü Dünya ülkesinde ticari yayıncılık sistemlerinin gelişmesi ve büyük ölçekli yabancı –en başta Amerikan- program ithalatı üzerinde muazzam baskı yaratmıştır. Netice, Batı’da birkaç güçlü merkezden yayılan TV programları ve diğer medya ürünlerinin seli altındaki daha az gelişmiş ülkenin kültürel mirasını yok etmekle ve yerel geleneklerini ortadan kaldırmakla tehdit eden ‘elektronik istila’dır. Bu programlar, öncelikle reklamcılık yoluyla televizyona sponsor olan imalatçıların ihtiyaçlarına göre hazırlandıkları için tüketimcilik değerleriyle yüklüdürler. Bu nedenle, Schiller’e göre gelişmekte olan ülkeler tecimsel bir televizyon yayıncılık sistemini benimserken, aynı zamanda tüketimci değerlerin geleneksel motivasyonları ve alternatif değer oluşumu kalıplarını bastırdığı ve böylece de bireylerin büyük oranda ABD’de temellenen küresel iletişim ve meta üretimine koşumlandığı bir bağımlılık ve kültürel dönüşüm sürecinden de etkilenmektedir.

Burada kısaca belirtilen Schiller’in savı, elektronik esaslı iletişim sistemlerinin küresel karakterini aydınlatmada önemli değere sahiptir. Küresel iletişim karakterinin yapılaşmış özelliğini vurgulamış ve iletişim sistemlerinin ekonomik, askeri ve siyasal iktidar uygulamalarıyla köklü şekilde bağlantılı olduğunun altını çizmiştir. Üstelik Schiller’in iddiası, kendi iletişim sistemlerini geliştirmek

isteyen Üçüncü Dünya ülkelerinin karşılaştıkları mali sınırlılıklara dikkat çekmektedir. Bu mali kısıtlılıklar, Üçüncü Dünya ülkeleri için yabancı programların ithalini çok cazip kılmaktadır. Gelgelelim Schiller'in genel teorik yaklaşımına ve eleştirel perspektifine yakınlık duyulsa bile, tezinde oldukça eksik ve tatmin edici olmayan pek çok yön vardır. Güçlüklerin tümünü burada açıklamaya çalışmayacağım. Bunun yerine bu ve başka bölümlerde izleyeceğim konularla yakından ilintili üç ana sorun üzerinde odaklanacağım.

İlk olarak, Schiller'in İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde küresel iktidar yapılarına dair çizdiği tablo üzerine biraz daha ayrıntılı düşünelim. Schiller'in iddiası, küresel sistemdeki Amerikan hegemonyasının –en azından bazı gözlemcilere göre– aşkar ve kendinden emin görüldüğü bir zamanda geliştirildi. Dev endüstriyel gücün ve uluslararası çoğu büyük şirketin yuvası olarak Birleşik Devletler, savaş sonrası küresel sistemin askeri-endüstriyel kalbi olarak ortaya çıktı; kültür emperyalizmi tezi esasında ekonomik karakterli olan iletişim ve enformasyon düzeyinin genişlemesi ve güçlenmesi hakkında etkili bir tartışmaydı. Ne var ki bu tez, savaşın hemen sonrasındaki dönemi karakterize eden ekonomik, siyasal, askeri ve sembolik iktidarın karmaşık ve kaygan ilişkilerine dair, en iyisinden çok kısmi bir açıklama sunmaktadır. Açıklama, örneğin Soğuk Savaş döneminin köklü siyasal ve sembolik çatışmalarını ve inançları seferber eden sistemler olarak komünizm ve milliyetçiliğin anlamını görece az dikkate almaktadır. Schiller'in tezinin yirminci yüzyılın sonlarında değişen küresel bağlama ikna edici derecede uygulanıp uygulanmayacağı ciddi bir soru işaretidir. Sadece ekonomik alanda

bile, Birleşik Devletlerin son yıllardaki üstün endüstriyel iktidar konumunu aşındıran köklü küresel yeniden yapılanma sürecine tanıklık olunmuştur. Küresel ekonomi giderek çok kutuplu hale geldi; Avrupa (genellikle Almanya), Güneydoğu Asya'nın yeni endüstrileşmiş ülkeleri ve Japonya giderek önem kazandı.²⁸ Ayrıca siyasal, zorlayıcı ve sembolik iktidar karmaşık yönlerde biçim değiştirdi. Doğu Avrupa'daki komünist rejimlerin çöküşü ve Sovyetler Birliği'nin dağılması tamamen yeni bir jeopolitik durum yarattı –sadece Avrupa'da değil, tüm dünyada. Birleşmiş Milletler ve Avrupa Komisyonu gibi uluslararası kurumlar –her ne kadar hala görece sınırlı olsa da- uluslararası meselelerde giderek daha fazla rol üstlenmektedir. Dünyanın farklı bölgelerinde, bazı durumlarda milliyetçiliğin ve radikal dinci inançların dirilmesiyle bağlantılı yeni iktidar biçimleri ortaya çıkmıştır.

Küresel yeniden yapılanma süreci, enformasyon ve iletişim bağlantılı değişik endüstrileri de etkilemiştir. Elektronik aksamaların (yarı iletkenler ve mikro işlemciler gibi) imali bağlamında üretim, giderek Batı Avrupa'ya, Japonya'ya ve Pasifik kıyılarına kaydığına, Birleşik Devletlerin savaş sonrası egemenliği dramatik bir şekilde aşındı. Birleşik devletler benzer şekilde elektronik eşya üretimindeki egemen konumunu kaybetti. Örneğin bugün Asya, televizyon üretiminde lider bölgedir ve 1987'de bütün dünyadaki televizyon çıktısının yüzde 19'unu imal eden Çin, en büyük üreticidir.²⁹ Ekonomik iktidardaki küresel kayma, yabancı sermayenin Amerikan pazarındaki artan rolüne de yansımaktadır. Hollywood en önemli film ve televizyon eğlencesi

²⁸ Bkz. Dicken, *Global Shift*, özellikle 2. bölüm.

²⁹ a.g.e., s. 316.

üreticisi olmayı sürdürse bile, giderek daha fazla Hollywood stüdyosu yabancı kökenli şirketlerin sahipliğine geçmektedir. 1989 Kasım'ında Columbia Pictures ve Tristar Pictures, Sony Corporation tarafından 3.4 milyar dolara satın alındı –bir Japon firmasının bir Birleşik Devletleri firması için daha önce ödediği fiyatlardan daha yüksek bir eder.³⁰ Sony, daha önce CBS Records'u ele geçirmişti, böylece Columbia ve Tristar'ın satın alınması, işitsel ve video donanımı üretimine güçlü temel atmış bir şirketin eğlence sektörüne girmesinin daha ileri adımını temsil etti. Sony'nin ele geçirme girişiminden hemen sonra, bir başka Japon kökenli çok uluslu firma olan Matsushita, 6.9 milyar dolara MCA'yı satın aldı. MCA, Universal stüdyolarını işletmektedir ve eğlence, perakende satış, yayıncılık ve boş zaman faaliyetlerinde çıkarları bulunmaktadır. Matsushita elektronik tüketici eşya üretiminde Japonya'nın en büyüğü ve dünyanın en büyüklerinden birisidir. Üstelik, Hollywood'un süregelen önemine rağmen Kuzey Amerikalı olmayan endüstriler, film ve televizyon programlarının bölgesel üreticileri ve ithalatçıları olarak giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu, Batı Avrupa ve Avustralya kökenli endüstrileri içermektedir; ancak aynı zamanda Meksika, Brezilya ve Hindistan gibi dünyanın başka bölgelerindeki endüstrileri de kapsamaktadır. Bu karmaşık ve kaygan küresel iktidar ilişkileri alanının kültür emperyalizmi tezi çerçevesinde analiz edilebileceğini iddia etmek oldukça mantıksızdır. Tez, hayli akışkan bir küresel durumu değerlendirmede oldukça katı ve tek boyutludur.

25 yıl sonra çalışmasını değerlendiren Schiller, kültür

³⁰ Bkz. Janet Wasco, *Hollywood in the Information Age: Beyond the Silver Screen* (Cambridge: Polity Press, 1994), 4. bölüm.

emperyalizmi tezinin artık özgün biçimiyle sürdürülemediğini anlamıştır.³¹ 1960'ların sonlarından itibaren küresel iktidar ilişkilerinin önemli değişikliklere uğradığını ve sonuçta tezin günümüzde yeniden gözden geçirilmesi gerektiğini kabul etmektedir. Amerikan kültürü ve medya ürünlerindeki küresel egemenlik önemli oranda reddedilmiştir –Schiller'e göre bir fark varsa, o da eski Sovyetler Birliği ve Doğu Avrupa'da devlet sosyalizmi rejimlerinin yıkılmasıyla ve UNESCO'nun yeni enformasyon düzenini kurmaya yönelik girişimlerinin çöküşüyle birlikte egemenliğin daha belirgin hal almasıdır. Ancak bu egemenliğin ekonomik temelleri değişmiştir. Uluslararası şirketler küresel iletişim endüstrisinde giderek önem kazanmış ve yatırım sermayesi giderek farklı kaynaklardan beslenmiştir. Böylece kültürel egemenlik, medya ürünlerinin içeriği ve biçimleri bağlamında Amerikalı kalmayı sürdürmekle birlikte, egemenliğin ekonomik temelleri uluslararasılaşmıştır. Amerikan kültür emperyalizmi, Schiller'in ifadesiyle, 'uluslararası şirket kültürü egemenliği' halini almıştır.³²

Tezdeki bu revizyon son yıllarda ortaya çıkan değişiklikleri bir şekilde yanıtlamasına karşın, bunu yeterli düzeyde yaptığı söylenemez. Schiller hala tek biçimli bir Amerikan medya kültürü (bu kültür artık özellikle Amerikan sermayesinin tasarrufunda olmamasına karşın) ve bu kültürün küresel egemenliği görüşünü sürdürür. Amerikan medya kültürünün tüketimciliği teşvik eden bir hedefle tanımlandığını ve bu kültürü küresel kapitalist sistem için böyle yararlı hale getirenin bu hedef olduğunu halen savunmaktadır Schiller. Gelgelelim medya ürünleri-

³¹ Bkz. Schiller, 'A Quarter Century Retrospective'.

³² İbid, s. 39.

nin kompozisyonu, küresel dolaşımı ve kullanımları, bu açıklamanın iddia ettiğinden çok daha karmaşıktır. Schiller'in kültür emperyalizmi tezindeki revizyon, esasında, Amerikan medya kültürünün süregelen egemenliğini halen ısrarlı vurgularken, ekonomik faaliyetin küreselleştğini kabul eden bir yöndedir. İktidarın küresel kalıpları ve ilişkilerinin ekonomik faaliyet alanında olduğu kadar enformasyon ve iletişim sahasında da rakipsiz Amerikan egemenliği çerçevesiyle tam örtüşmediğini kabul etmek daha yararlı olabilirdi.

Schiller'in iddiasındaki ikinci problem, tezin, Birleşik Devletler öncülüğündeki elektronik istiladan önce, çoğu Üçüncü Dünya ülkesinin, dışardan ithal ettiği değerlerin büyük oranda bozmadığı yerli, özgün ve kültürel mirasa sahip olduğunu varsaymasıdır. Elektronik istilada tehdit altında olan, diye açıklar Schiller, 'modern elektronik iletişimlerin genişlemesiyle ulusal, bölgesel, yerel veya kabile-sel mirasları yok olmaya başlayan zayıf toplulukların kültürel bütünlüğüdür.'³³ Ancak, Üçüncü Dünya ülkelerinin kültürel bütünlüğüne dair bu görüş, çoğu durumda dikkatli bir gözlemi içermeyen biraz romantik bir görüştür.³⁴ Üçüncü denilen çoğu ülkenin gelenekleri ve kültürel mirasları, uzun ve sık sık yıkıcı bir kültürel çatışma süreciyle biçimlendi. Çoğu geleneksel pratiklerin tahrip edildiği, dış güçlerin bazı değerlerinin ve inançlarının yerli halklara empoze edildiği bir süreçti bu.³⁵ Ancak değer ve inançların

³³ Schiller, *Mass Communications and American Empire* (1969 basımı), s. 109.

³⁴ Bkz. Tunstall, *The Media are American*, s. 57 – 9.

³⁵ Avrupa'nın genişlemesiyle ilişkili çeşitli kültürel karışıklık ve çatışma biçimleri üzerine kavrayışlı bir açıklama için bkz. Urs Bitterli, *Cultures in Conflict: Encounters Between European and Non-European Cultures, 1492 – 1800*, çev. Ritchie Robertson (Cambridge: Polity Press, 1989).

empoze edilmesi nadiren düz bir çizgide gitti. Genellikle, dışarıdan gelen değer ve inançların yeni durumlara uyarlandığı, yerli halklar tarafından seçici olarak kendilerine mal edildikleri ve tedricen daha önce var olan gelenek ve pratiklere işlendiği karmaşık bir uyarlanma ve içselleştirme sürecini kapsadı. İspanya'nın Meksika'yı fethi, Orta ve Güney Amerika'daki başka bölgelerin sömürgeleştirilmesi bu süreçle ilgili pek çok canlı örnekler sunar.³⁶

Bu nedenle Schiller'in vurguladığı konular daha geniş tarihsel çerçeveye konumlandırılmalıdır. Çoğu Üçüncü Dünya devletinin, Batı'daki TV programlarını ithal etmesinden önce, dışardan büyük oranda etkilenmeden kalmış bir yerli gelenek ve kültürel mirasa sahip olduğunu varsaymak yerine, şunu anlamamız gereklidir ki, elektronik medya aracılığıyla iletişimin küreselleşmesi, bazı durumlarda yüzyıllar öncesine uzanan bir dizi kültürel karşılaşmanın sadece en yenisidir. Bu kültürel karşılaşmalar sayesinde farklı grupların değer, inanç ve sembolik biçimleri, sık sık zorlayıcı, siyasal ve ekonomik iktidarların kullanımıyla birlikte birbirleri üzerine eklemlendi. Bugünün dünyasındaki çoğu kültür biçimi, farklı değerlerin, inançların ve pratiklerin derinden iç içe geçtiği *melez kültürler*dir. Elbette ki bu, elektronik medya aracılığıyla iletişimin küreselleşmesinin yeni kültürel bağımlılık ve egemenlik biçimlerine yol açmayabileceği anlamına gelmez. Ancak önceki kültürlerin büyük oranda dışarıdan ithal edilen değerler tarafından yozlaştırıldığı varsayı-

³⁶ Örneğin bkz. Nathan Watchel'in İspanya'nın Peru'yu fethi üzerine klasik çalışması, *The Vision of the Vanquished: The Spanish Conquest to Peru Through Indian Eyes, 1530 – 1570*, çev. Ben ve Sian Reynolds (Hassocks, Sussex: Harvester Press, 1977); ayrıca bkz. Serge Gruzinski, *The Conquest of Mexico: The Westernization of Indian Societies from the Sixteenth to the Eighteenth Century*, çev. Eileen Corrigan (Cambridge: Polity Press, 1993).

mmdan hareket edersek, ne bu yeni biçimleri anlayabilir ne de onların sonuçlarını tam kavrayabiliriz.

Schiller'in savındaki üçüncü problem, ithal edilen medya ürünlerinin, Üçüncü Dünya ve başka yerlerdeki alımlayıcıları etkileyecek biçimlerle ilgilenmesidir. Schiller, kısaca, ticari bir televizyon sistemi için hazırlanan TV programlarının hem programların kendilerindeki hem de sistemin mali temelini oluşturan reklamcılıktaki tüketimi özendirici değerleri kaçınılmaz bir şekilde dile getireceklerini; ve bu temsilin, alımlayıcıları, Batı kökenli meta üretimi ve değişimi sistemine koşumlu hale getirecek şekilde şevklendireceğini ve onlardaki tüketimci motivasyonları teşvik edeceğini savunmaktadır. Bu oldukça aceleyle dile getirilmiş argümanın, yayın medyası, kapitalist meta üretimi ve değişim sistemi arasındaki bağı açıklamada tüketimci değerlerin rolüne aşırı vurgu yaptığı ve medya endüstrilerinin çıktılarını karakterize eden temaların, imajların ve temsillerin devasa farklılığını ihmal ettiği şüphesizdir. Ancak bu argümanda burada bizi ilgilendiren konularla özellikle bağlantılı bir başka zayıflık daha bulunmaktadır: Tez, medya ürünlerinin alımlanması ve işlenmesindeki süreci oldukça basit biçimde açıklamaktadır.³⁷ Marksizm'den etkilenen çoğu diğer argümanda olduğu gibi Schiller'in tartışması da, başka bir yerde 'hayali içselleştirme' olarak tanımladığım şeyin bir versiyonunu sunar,³⁸ Schiller, medya endüstrilerine dair toplumsal bir örgütlenme analizinden, medya mesajlarının, bu mesajları alan bireyler için ne gibi sonuçları olabileceğini anlamaya çalışır. Ancak bu tür çıkarsamaları kötümser olarak kar-

³⁷ Bu noktayla ilgili daha ileri tartışmalar için bkz. Tomlinson, *Cultural Imperialism*, s. 45 – 64; Sreberny-Mohammadi, 'The Global and the Local in International Communications', s. 130 – 4.

³⁸ Bkz. Thompson, *Ideology and Modern Culture*, özellikle s. 24 – 25, 105, 291.

şılamak gerekir. Çıkarılan bu sonuçlar sadece çok spekülâtif değildir; daha da önemlisi bireylerin iletileri yorumladıkları ve kendi günlük yaşantılarına dahil ettikleri karmaşık, çeşitli ve bağlamsal özgün yönleri görmezden gelmektedir. Schiller'in iddiası, kısaca, (medya ürünlerini kapsayan) sembolik biçimlerin dolaşımının aslı bir parçası olan yorumsamacı işleme sürecini ihmal etmektedir.

Son yıllarda birçok araştırmacı -özellikle kültür emperyalizmi tezinin geçerliliğini değerlendiren etnografik çalışmalar sayesinde- medya iletilerinin alımlanması, yorumlanması ve işlenmesi süreçlerinin Schiller'in varsaydığından çok daha karmaşık olduğunu göstermiştir. Böylece iyi bilinen çalışmalarında Liebes ve Katz, İsrail'de yaşayan farklı etnik grupların *Dallas'*ı alımlamalarını, tepkilerini Birleşik Devletler ve Japonya'daki grupların tepkileriyle karşılaştırarak incelemişlerdir.³⁹ Bu araştırmacılar göstermişlerdir ki, farklı gruplar programlardan farklı anlamlar çıkarmışlar, programların sembolik içeriklerini farklı şekilde 'müzakere' etmişlerdir. Alımlama süreci, tek yönlü algılama süreci olmak yerine, bir tarafta karmaşık ve yapılaşmış sembolik biçimin yer aldığı, diğer tarafta ise belirli gruplara üye olan ve yorumlama eylemine belirli kaynaklarını ve yargılarını taşıyan bireylerin bulunduğu yaratıcı bir karşılaşmadır. Böylece Liebes ve Katz, örneğin grupların seyretmiş oldukları programları yeniden hikaye etme biçimlerinde sistematik farklılıklar olduğunu buldular. İsraili Araplarla Faslı Yahudiler, karakterlerin motivasyon-

³⁹ Bkz. Tamar Liebes ve Elihu Katz, *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of 'Dallas'*, 2. Basım (Cambridge: Polity Press, 1993). Ayrıca bkz. Daniel Miller'in pembe dizilerin Trinidad'daki önemini tartıştığı *Modernity – An Ethnographic Approach: Dualism and Mass Consumption in Trinidad* (Oxford: Berg, 1994), s. 247 – 53.

larını öncelikle ailenin hiyerarşik düzeni ve sülalenin sürekliliği bağlamında açıklayarak akrabalık ilişkileri üzerinde durdular. Rus göçmenleri ise tersine; karakterleri, program üreticilerinin ve yazarların manipüle ettikleri unsurlar olarak izleyerek, akrabalık bağlarına görece daha az dikkat ettiler ve eleştirel bakış takınmaya daha çok meylediler. İsrail’de kolektif çiftliklerdeki bireyler ile Amerikalılar da eleştirel izlemeye daha fazla yönelimliydiler ancak programları kişilerarası ilişkilerin ve entrikaların süregelen hikayeleri olarak daha psikolojik kavramlarla yorumladılar.

Bunun gibi çalışmalar medya ürünlerini alımlama ve işlemenin, –seyrettikleri programlardaki karakterle olduğu kadar başkalarıyla da etkileşime giren- bireylerin iletilerden aktif bir şekilde anlamlar çıkardığı, iletilere yönelik değişik tavırlar benimsediği ve iletileri günlük yaşamlarında farklı biçimlerde kullandığı karmaşık toplumsal süreçler olduğunu ikna edici bir şekilde göstermiştir. Medya iletilerinin özelliklerine ya da TV program üreticileri üzerindeki ticari zorlamalara bakarak alımlama süreçlerinin değişik özellikleri hakkında yorum yapmak pek kolay değildir. Bu açıdan Schiller’in tezi teorik ve metodolojik açıdan kısa devre yapar. Amerikan TV programları ve filmlerinin elektronik istilasının, bu programların alımlayıcılarının sadece programlarda var olduğu iddia edilen tüketimci değerleri içselleştirmeleri koşuluyla yeni bir emperyal rejimi genişlettiği ve sağlamlaştırdığı varsayıldı; gelgelelim kesinlikle tereddütle karşılanması gereken bir varsayımdı bu.

Bu eleştiri çizgisi kültür emperyalizmi tezinin kalbine baskı yapar. Bu çizgi gösterir ki, tez, sadece modası geçmiş ve ampirik açıdan belirsiz olduğu için değil, aynı zamanda esas-

tan yanlış bir kültür kavramsallaştırması üzerine kurulması dolayısıyla da tatmin edici değildir. Kültürel olgunun alımlanmasının ve işlenmesinin aslında yorumsal bir süreç olduğu gerçeğini dikkate almakta başarısız kalır. Bireyler bu yorumlayıcı süreçte, aldıkları iletilerden anlam çıkarmak için günlük yaşamlarında etkileşime girdikleri bireylerin yorumlayıcı yardımlarına ve kendilerinin ellerindeki sembolik ve materyal kaynaklara yaslanırlar. Kültür emperyalizmi tezine göre alımlama süreci esasında bir 'kara kutu'dur. Bu kutunun içine tüketimci değerleriyle yüklü medya ürünleri boşaltılmakta ve kutudan kişisel tüketime yöneldiği varsayılan bireyler çıkmaktadır. Ancak böyle olmayacağı açıktır.

Schiller'in savı neticede doyurucu olmamakla birlikte, küresel iletişim ve onun modern dünyadaki etkisi hakkında düşünme girişimi olarak yine de önemlidir –gerçekte, muhtemelen sistematik ve orta derecede mantıklı teorik bir girişim. Gelgelelim Schiller'in tartışması ve daha genelde kültür emperyalizmi tezi doyurucu bir teorik çerçeve temin etmiyorsa, o halde alternatifler nelerdir? Bu bölümün geri kalanında küresel iletişimin yapılaşmış ve bağlamsal karakteriyle, alımlama sürecinin yorumsamacı karakterini dikkate alan alternatif bir çerçeve geliştirmeye çalışacağım.

Küresel Yayılım, Yerel İşleme: Bir Küresel Medya Teorisine Doğru

Küresel iletişim ve onun etkilerine dair teorik açıdan bilgilendirici ve doyurucu bir açıklamanın, iki düşünce seti üzerinde temellenmesi gerektiğini tartışacağım. İlk olarak, iktidarın dört formu ve bu formların kendi aralarındaki ilişkileri bağlamında, küreselleşme sürecinin izini sürerek

bu sürecin aldığı biçimleri yeniden inşa etmeye ihtiyacımız vardır. Önceki bölümde, ondokuzuncu yüzyılın ortalarından başlayarak küreselleşme sürecini olanaklı kılan değişik kurum ve teknolojilere ve sembolik iktidara odaklanarak sürülen izin başlangıçlarına dair bir profil çıkarmıştım. Ancak sembolik iktidarın küreselleşme sürecinde ekonomik, siyasal ve zorlayıcı iktidarla iç içe geçtiği katmerli ve değişken yönleri daha fazla dikkate alan daha ayrıntılı bir açıklamaya ihtiyacımız vardır. Bu açıdan, kültür emperyalizmi tezinin eksikliği, tezin bu değişik iktidar formları arasındaki ilişkileri ihmal etmesinden ileri gelmez: Eksiklik, bu karşılıklı etkileşimin açıklamasını zayıf ve son derece indirgemeci yapmasından kaynaklanmaktadır. Marksizmin etkilediği çoğu sav gibi kültür emperyalizmi tezi de ekonomik iktidara öncelik verdi ve sembolik iktidarı, büyük oranda, (siyasal ve askeri seçkinlerin çıkarlarıyla müttefik) ticari çıkarların bir aracı olarak gördü. Gelgelelim bu iktidar formları arasındaki etkileşim, tezin öngördüğünden daima daha karmaşık ve çatışma yüklüydü.

Düşünce setlerinin ikincisi, bir tarafta küresel iletişimin yapılaşmış kalıpları; diğer tarafta medya ürünlerinin işlendiği yerel koşullar arasındaki ilişkilerle ilgilidir. İletişim ve enformasyon tedricen küresel boyutta dağıtımına girerken, bu sembolik materyaller daima belirli zamansal-mekânsal yerlerde konumlanan bireyler tarafından alınır. Medya ürünlerinin işlenmesi, özel sosyo-tarihsel bağlamlarda konumlanan ve medya iletilerinden anlamlar çıkarmak ve iletileri kendi yaşamlarına dahil kılmak için kendi mevcut kaynaklarına başvuran özel bireyleri içermesi anlamında, daima yerel bir olgudur. Ve bireyler iletileri pratik günlük yaşamlarına uydurduklarında, iletiler sık sık işlen-

me sürecine uğrar. İletişimin küreselleşmesi, işlemenin yerel karakterini yok etmemiş, daha ziyade küresel yayılım ve yerel işleme eksenini olarak adlandıracağım yeni sembolik eksen türlerini ortaya çıkarmıştır. İletişimin küreselleşmesi daha yoğun ve yaygın hale geldiği için, bu eksenin önemi giderek artmaktadır. Artan önem, bir taraftan işleme sürecinin esas olarak bağlamsal ve yorumsamacı kalmayı sürdürmesi, diğer taraftan da enformasyon ve iletişimin giderek küresel hale gelmesi gerçeğini anlatmaktadır.

Küresel yayılım kalıplarının bazılarını inceleyerek küresel-yerel eksenini biraz aydınlatmıştık. Şimdi işleme sürecine odaklanarak ve birbiriyle ilintili üç temayı izleyerek bu analizi geliştirmek istiyorum. İlk tema şudur: Yorumsamacı işleme karakteri değerlendirildiğinde işleme süreci; medya iletilerinin bireyler için taşıdığı anlamın ve dolaşımly sembolik materyalleri kullanımın, alımlama bağlamları ile alımlayıcıların alımlama sürecine taşıdıkları kaynaklara son derece bağımlı olmasını izler. Bu, Liebes ve Katz'ın *Dallas*'ın alımlanması üzerine yaptığı çalışmalarında iyi gösterilmiştir. Bunun yanı sıra Sreberny-Mohammadi ve Mohammadi'nin İran Devrimi'nde iletişim medyasının rolüne ilişkin ferasetli açıklamalarında canlı biçimde vurgulanmıştır.⁴⁰ İran'da 1970'lerde, yozlaşmış Batı kültürünü ithal etmeyle özdeşleştirilen Şah'a karşı geleneksel dinsel dil ve imaj kullanıldı. Sürgünde olmasına karşın Humeyni'nin nutukları ve vaazları kolayca yeniden üretil-di ve yaygın bir dağıtıma konu oldu. Ancak devrim sonrası İslamcı rejimin gelişmesiyle birlikte Batı kültür ürünleri

⁴⁰ Bkz. Annabelle Sreberny-Mohammadi ve Ali Mohammadi, *Small Media, Big Revolution: Communication, Culture and the Iranian Revolution* (Mineapolis: University of Mineapolis Press, 1994).

çoğu İranlı için çok farklı bir anlam kazanmaya başladı. Batı video filmleri ve Batı pop müzik kasetleri yeraltına inmiş bir popüler kültürün parçası olarak dağıtımına girdi ve yıkıcı bir karakter kazandı; çoğu bireyin baskıcı olarak tecrübe ettiği bir rejimle mesafeli duran alternatif bir kültürel alan yaratmaya katkı sağladı bunlar.⁴¹ Bunun gibi örnekler, işleme sürecinin bağlam bağımlı karakterini iyi ortaya koymaktadır. Sembolik materyaller her zamankinden daha büyük boyutlarda dolaşıma girdiğinde mekânlar, bireylerin küresel medya ürünlerini aldıkları, yorumladıkları ve günlük yaşantılarına dahil ettikleri görülmemiş genişlikte siteler haline gelmektedir. Yerel işleme süreci sayesinde medya ürünleri, onların anlamını biçimlendiren ve değiştiren pratikler setlerine gömülür.

İkinci bir tema üzerinde düşünelim: Küresel medya ürünlerinin yerel işleniminin toplumsal tesirlerini nasıl anlamalıyız? Burada bu sürecin kilit bir özelliğini vurgulamak istiyorum. Küresel sembolik materyallerin işlenmesini, *sembolik vurgunun günlük yaşamın zamansal-mekânsal bağlamlarından uzaklaşması* olarak tanımlayacağım şeyi kapsadığını iddia etmek istiyorum. Sembolik materyallerin işlenmesi, bireylerin kendi günlük yaşam koşullarından biraz uzaklaşmasını olanaklı kılar –tam olarak değil ancak sınıgesel, hayali, dolayımalsal olarak. Bireyler kendi mekânlarından çok uzaktaki bölgelere dair bir kavrayış kazanabilir.

Sembolik mesafe olgusu, Çin’de televizyonun etkisi çalışmasında James Lull tarafından iyi ortaya konulmaktadır.⁴² Televizyon, Çin’de ancak 1980’lerde yaygın bir araç

⁴¹ İbid, s. 186 – 8.

⁴² Bkz. James Lull, *China Turned On: Television, Reform and Resistance* (Londra: Routledge, 1991).

haline geldi. 1960 ve 1970'lerde Çin'de görece az televizyon seti satıldı; televizyon setleri normal maaşlara göre çok pahalıydı ve genellikle daha özel şehir elitlerine kısıtlı kaldı. Gelgelelim 1980'lerde yerel televizyon üretimi oldukça arttı. 1990'lara kadar çoğu şehirli aile en az bir TV setine sahip oldu ve ulusal çapta her sekiz kişiye bir civarında bir set düşmekteydi.⁴³ Yayıncılık, tüm ülkede çalışan değişik bölgesel ve yerel istasyonlara program materyalinin büyük kısmını tedarik eden ulusal ağ olan Merkezi Çin Televizyonu'nun (Central China Television –CCTV) egemenliğindedir.

Çinli seyirciler izledikleri programlardan hangi anlamları çıkarmaktadırlar? Lull, Şangay, Pekin, Guangzhov ve Xian'da yaşayan ailelerle bir dizi derinlemesine görüşmeler yoluyla bu sorunun yanıtını aramıştır. Lull, yanısıra, çoğu Çinli izleyicinin eriştiği programlara eleştirel yaklaşmakla birlikte televizyonu yeni ufuklar, yaşam tarzları ve düşünme biçimleri sunan bir araç olarak değerlendirdiğini gösterir. 'Günlük yaşamımızda sadece iş-ev arasında gider geliriz, bu nedenle kendi yaşantımızdan farklı bir şey görmek istiyoruz. TV, dünyanın geri kalanına bir model sunuyor.'⁴⁴ Şangay'dan 58 yaşındaki bir muhasebecinin bu yorumu, küresel iletişim çağında sembolik mesafenin etkisini iyi yalamaktadır. Çinli izleyiciler Japonya'dan, Tayvan'dan, Avrupa'dan ve Birleşik Devletler'den ithal edilen programları, onların sadece enformasyon ve eğlence içermeleri nedeniyle değil, ama aynı zamanda başka yerlerde yaşamın neye benzediğine şöyle bir göz atmak için –kısa ve parçalı bir göz atış olsa bile– seyretmektedirler. Örneğin uluslara-

⁴³ İbid, s. 23.

⁴⁴ İbid'de aktarılmıştır, s. 171.

rası haber programlarını izlerlerken, yabancı topraklardan resimlerin eşlik ettiği yorumlara olduğu kadar sokak sahnelerine, konaklamaya ve giyinmeye dikkat etmektedirler.

Başka yaşam biçimlerine ilişkin imajlar, bireylerin kendi sahip oldukları yaşam ve yaşantı koşulları üzerine eleştirel düşünceleri için kaynak sağlar. Çin yayıncılık sistemi Batı yayıncılık sistemine göre daha sıkı kontrol edilse de, izleyicilerin sembolik mesafeye girmelerini olanaklı kılacak kadar yeterli materyal sunar. Böylece izleyiciler, kendi yaşam koşullarını, başka yerlerde yaşıyor görünen koşullarla karşılaştırır; yanı sıra, kendi yaşam koşullarına ve kendilerine rutin bir şekilde sunulan resmi hükümet açıklamalarından farklı olabilen başka yerlerin yaşam koşullarına dair fikir oluşturur. Pekin’li bir izleyicinin ifade ettiği gibi, ‘Kültür Devrimi’nden önce hükümet yerel ve yabancı olayları abartıyordu. Dışarıda değerli hiçbir şey olmadığını söylediler. Ancak TV programlarına baktığımızda Batı’nın hiç de kötü olmadığını görebiliyoruz.’⁴⁵ Kendilerini, kendi yaşam koşullarıyla mesafelendiren bireyler, aynı zamanda hem kendi ülkelerindeki hem de başka yerlerdeki toplumsal ve siyasal gerçekliğin resmi yorumlarını eleştirel bir süzgeçten geçirirler.

Sembolik mesafe olgusunu vurgulamakla, şüphesiz *sadece* onun ele alınmaya değer bir işleme süreci sahası olduğunu ileri sürmek istemiyorum. Tersine, günlük yaşamın gerçek koşullarında, küresel medya ürünlerinin işlenmesi, yerel pratiklerle karmaşık şekillerde etkileşime girecektir ve de bazı açılardan yerleşik iktidar ilişkilerini sağlamlaştırmaya ya da gerçekte yeni bağımlılık formları yaratmaya hizmet edebilecektir. Bir sonraki bölümde medya

⁴⁵ İbid’de aktarılmıştır, s. 174 – 5.

ürünlerinin işlenmesinin daha olumsuz bazı yönlerini araştıracağım. Burada vurgulamak istediğim, işlemenin bağlamsal karakteri göz önüne alındığında, belirli sembolik biçimlerin alımlanmasında hangi yönün (veya yönlerin) kapsanacağına başlangıçta karar verilemeyeceğidir. Farklı yönlerin görece önemi sadece dikkatli, etnografik bir araştırmayla değerlendirilebilir.

Bu, bizi, kısaca ele almak istediğim üçüncü temaya götürür: Küresel medya ürünlerinin yerel işlenmesi ayrıca bir gerilim ve potansiyel çatışma kaynağıdır. Kısmen gerilim kaynadığıdır, çünkü medya ürünleri geleneksel yaşam tarzıyla bağlantılı değerlerle çatışan ya da bu değerleri tümüyle desteklemeyen imaj ve iletileri taşımaktadır. Bazı durumlarda bu uyumsuzluk medya ürünlerine başvurma bir parçası olabilir: Medya ürünleri, bireylerin geleneksel pratiklere mesafeli durmasına, alternatifleri tahayyül etmesine ve böylece geleneksel pratikleri sorgulamasına katkı sağlar. Böylece, örneğin, Mısır pembe dizileri Batı Çölü'ndeki genç Bedevi kadınların yararına görünür, çünkü bu programlar Bedevi kadınların geleneksel olarak elinin altında bulundurdıkları seçeneklerden farklı yaşam tarzları seti –severek evlenme ve geniş ailenin dışında yaşama gibi olanaklar- sunar.⁴⁶

Medya ürünlerinin yerel işlenmesinden kaynaklanan gerilimler ve çatışmalar, bu ürünlerin sembolik içeriğinin benlik oluşumu sürecini enforme etmesi kadar bir benlik çatışması formu olarak da tecrübe edilebilir. Bu temaya, bireylerin, medyanın gelişmesiyle, benlik yapımı projesine düşününsel olarak dahil edilebilecek yeni sembolik materyallere eriştiği tarzları ele aldığımız zaman tekrar döne-

⁴⁶ Bkz. Lila Abu-Lughod, 'Bedouins, Cassettes and Technologies of Public Culture', *Middle East Report*, 159.4 (1989), s. 7 – 11, 47.

ceğiz. Burada şu gerçeğin altını çizmek yeterli olacaktır: Bu sembolik materyaller çok farklı kaynaklardan çıktıkları için, bireylerin değerler çatışmasını kişisel bir çatışma olarak –yani bireylerden beklenen veya bireylerin varmaya çalıştıkları çelişen hedefler arasında bir çatışma olarak- tecrübe etmeleri daha olasıdır. Bireyler, kendi günlük yaşamlarının rutin pratiklerinde gömülü olan inanç ve değerlerle çatışan iletilerle daima uzlaşmaya ya da sadece gerilimli bir dengede durmaya çalışabilirler.

Küresel medya ürünlerinin yerel işlenmesinin modern dünyadaki daha genel toplumsal çatışma ve değişiklik biçimlerini tetikleyen başlıca etmen olduğunu iddia etmek mantıksız olurdu: Toplumsal çatışmanın pek çok formu oldukça karmaşıktır ve epey farklı etmeni içerir. Ancak, medya ürünlerinin artan küresel yayılımının son yılların bazı dramatik çatışmalarını harekete geçirmede rol oynadıklarını tartışmak mantıklıdır. Lull, 1980’lerde Çin’de yayınlanan uluslararası programlar ile yerel televizyon programlarındaki akışın, alternatif bir kültür rezervi yarattığını, insanları geleneksel değerleri ve resmi açıklamaları sorgulamaya teşvik ettiğini ve de onların alternatif yaşam tarzları tahayyül etmelerine yardım ettiğini ileri sürmektedir. Elbette bu kendi başına ne Tiananmen Meydanı’ndaki cüretli gösteriyi ortaya çıkardı, ne de daha sonraki çatışmanın yönünü belirledi. Gelgelelim televizyon olmaması durumunda Tiananmen Meydanı’ndaki olayların aynı şekilde gerçekleşebilmesi ve Çin ile dünyanın her tarafındaki milyonların bunları izlemesi mümkün gözükmemektedir.

Bu bölümde, bireylerin yaşam koşullarını dönüştüren ve sembolik değişimin doğasını değiştiren bir olgu olarak, iletişimin küreselleşmesinin bazı ana hatlarını araştırdım.

Ancak küresel medya ürünlerine artan erişim, geleneğin son tortularını yok edebilir mi? Sadece medyanın gelişmesi, kaderi modernitenin dönüştürücü tesiri tarafından çoktan kararlaştırılmış geleneksel bir yaşam tarzını ortadan kaldırabilir mi?

VI

GELENEĞİN YENİDEN DEMİRLEMESİ

Klasik toplumsal düşüncenin en güçlü miraslarından birisi, modern toplumların gelişmesiyle birlikte geleneğin yavaş yavaş öneminin azalacağı ve nihayetinde çoğu bireyin günlük yaşamında oynadığı anlamlı rolünü kaybedeceği fikridir. Varsayılan, geleneğin geçmişe ait bir şey (birden daha fazla şekillerde) olduğu ve 'modern toplumların', bu toplumları önceleyen 'geleneksel toplumlarla' genel olarak çeliştikleridir. Marx'ın 'Katı olan herşey buharlaşıyor' ifadesi, fikrini paylaşın paylaşmasın, çoğu düşünürün genellikle üzerinde mutabık kaldığı, modern toplumların gelişmesinin geleneğin rolünde geri dönülemez bir düşüşe yol açacağına dair bir görüş olmuştur. Bu düşünce, 1950'lerde ve 1960'larda geliştirilen değişik modernleşme teorilerinin asli bir parçasını oluşturdu. Ve modern toplumların gelişmesinin 'geleneksizleşme' sürecini içerdiğini savunan teorisyenler, son yıllarda bu görüşü, her ne kadar eskisine göre daha nitelikli tarzda olsa da, yeniden canlandırmışlardır.

Bu bölümde, geleneğin geçmişe ait bir şey olduğuna dair genel kabul görmüş olan düşünceyi sorgulamak isti-

yorum. Medyanın dönüştürücü tesirine daha yakından bakmamız durumunda, geleneğin değişen karakterini ve toplumsal yaşamdaki rolünü oldukça farklı kavrayabileceğimizi göstermeyi denemek istiyorum. Medyanın gelişimi öncesinde çoğu insanın kendi yakın çevresinin ötesindeki dünyaya ve geçmişe dair algısı, esas olarak, yüz yüze etkileşimde değiş tokuş edilen sembolik içerik tarafından biçimlendirilmekteydi. Çoğu insanın geçmişe, yakın çevresinin dışındaki dünyaya ve aidiyet bağlarıyla bağlı oldukları toplumsal olarak sınırlandırılmış topluluğa dair algısı, esas olarak, günlük toplumsal yaşam bağlamlarında üretilen ve yeniden üretilen sözlü gelenekler sayesinde oluşturulmaktaydı. Ancak medyanın gelişimiyle birlikte bireyler, günlük karşılaşma alanlarının oldukça ötesine genişletilmiş olan olayları tecrübe edebildiler, diğerlerini gözlemleyebildiler ve genelde –hem gerçek hem de hayali- dünyaları öğrenebildiler. Yüz yüze özelliğin dışındaki iletişim ağlarına başvurdular bireyler. Üstelik, bireyler medya ürünlerine eriştiklerinde, günlük yaşam mekânlarında egemen olan otorite biçimlerinden ve yüz yüze etkileşimin sembolik içeriğinden biraz uzaklaşabildiler. İnsanlar, benliğin ve kendilerine açık fırsatların algısını oluşturmak için yüz yüze etkileşim ve yerel otorite biçimleri yoluyla yayılan sembolik malzemelere giderek daha az güvenmeye başladılar. Benliği oluşturma süreci, bireylerin kendilerine tutarlı kimlikler yaratmak için kendi kaynaklarına ve medyadan aktarılan sembolik materyallere daha çok başvurmaları anlamında daha düşünsel ve açık uçlu hale geldi.

Gelgelelim, bu gelişmeler geleneğin altını oymuş muydu? Pek de değil. Çünkü sözlü gelenekler, çoğu bireyin günlük yaşamında önemli rol oynamayı sürdürdü. Üstelik, ge-

leneğin sembolik içeriği yavaş yavaş yeni iletişim medyasına dahil olduğunda, geleneğin bizatihi kendisi dönüşüme uğradı. Geleneğin dolayımlanması, geleneğe yeni bir yaşam bahşetti: Gelenek, yüz yüze etkileşimin kısıtlılıklarından giderek kurtuldu ve yeni özellikler kazandı. Gelenek ritüellikten uzaklaştı, günlük yaşamın pratik bağlamlarındaki köklerini kaybetti. Ancak geleneklerin köklerinden uzaklaşması, yaşamlarını sona erdirmeyi; tersine, gelenekleri yeni bağlamlarında genişleten ve yeniden canlandıran ve de yüz yüz yüze etkileşimin sınırlarını aşan mekânsal birimlere yeniden demirleyen bir ortam hazırladı.

Bu tartışmayı geliştirmek için geleneğin doğasını ve özellikle de sosyal teori literatüründe anlaşılan bazı taraflarını ele almakla başlamak istiyorum. Daha sonra gelenek ve medya arasındaki ilişkiye daha yakından bakacağım: Medyanın gelişmesi gelenekleri nasıl etkiledi? Bu soruya oldukça etkin ve yıllarca sürecektir tartışmanın terimlerini hazırlayacak tarzda yanıt veren, genellikle modernleşme teorisi içinde öncü bir rolü üstlenen klasik bir çalışmayı inceleyeceğim. Daha sonra, geleneğin medya tarafından yıkılmayıp, daha ziyade dönüştürüldüğünü veya 'yerinden edildiğini' vurgulayan alternatif bir açıklama geliştireceğim. Son bölümde, geleneğin bu değişen karakterine dair yapılan alternatif açıklamanın, zamanımızın daha sorunlu olgularından bir kısmını nasıl aydınatabileceğini göstermeye çalışacağım.

Geleneğin Doğası

Gelenek nedir? Geleneğin doğası ve rolünü nasıl anlamalıyız? Gelenek fikri sosyal teori literatüründe görece az

işlenmiştir.¹ Bu ihmalin, kısmen, çoğu klasik sosyal teorisyenin, geleneğin toplumsal yaşamdaki rolünün azalmasıyla birlikte modern toplumların geliştiklerine dair varsayımlarından kaynaklandığı şüphesizdir. Bu varsayım, iç içe geçen birkaç düşünce seti üzerinden temellendi. Birisi, esasında entelektüel karakterliydi. Klasik sosyal teori, çoğu bağlamda Aydınlanma düşüncesinin bir ürünüydü; ve Aydınlanma da geleneğin reddi üzerine kuruluydu. Gelenek, çoğu aydınlanma düşünürüne göre mistikleştirici bir kaynak, aklın düşmanı ve insani ilerlemeye bir engel olarak nitelendi. Düşünceler setinin ikincisi daha özcü karakterliydi. Sosyal teorisyenlerin çoğunluğu, modern toplumların gelişiminin, geleneğin tahrip edilmesi dinamiğini biza-tihi kendi içinde taşıdığını savunmuşlardır. Akıl adına eleştirilen ve def edilen geçmişin mirası niteliğindeki gelenek, sadece aydınlanma düşüncesinin düşmanı değildi; aynı zamanda, modern toplumların ortaya çıkışının tetiklediği dinamiklerce de mahkum edilmişti.

Bu iki düşünce setinin yöndeşmesi Marx'ın yazılarında açıktır. Marx, bir taraftan Aydınlanmanın geleneğe yönelik antipatisinden derinden etkilendi: Marx'a göre gelenek, aslında mistikleştirici bir kaynaktı, toplumsal ilişkileri örten ve onların gerçek doğalarını gizleyen bir örtüyüdü. Temel üretim tarzı tutucu olan prekapitalist toplumların tersine, modern kapitalist toplum kendisini sürekli genişletmekte,

¹ Belki de en önemli istisna Shils'in çalışmasıdır; bkz. Edward Shils, *Tradition* (Londra: Faber and Faber, 1981). David Gross'un *The Past in Ruins: Tradition and the Critique of Modernity* (Cambridge: Cambridge University Press, 1992) çalışması daha yeni olmasına rağmen, gelenek hakkında 'geleneksel' düşünme tarzlarının çoğunu dile getirmektedir. Elbette ki gelenek kavramı, antropologlar tarafından daha geniş ölçüde tartışılmıştır; yakın tarihli bir örnek için bkz. P. Boyer, *Tradition as Truth and Communication* (Cambridge: Cambridge University Press, 1990).

değiştirmekte ve dönüştürebilmektedir; kapitalist ekonomi hummalı bir faaliyet alanıdır, çünkü kendisini devamlı surette devrimcileştirerek varlığını sürdürebilmektedir. Ve bu biteviye faaliyetle birlikte prekapitalist toplumların gelenekleri ve toplumsal ilişkileri parçalanmakta ve buharlaşmaktadır. Bu yüzden 'Katı olan her şey buharlaşıp havaya karışıyor, kutsal olan herşey dünyevileşiyor ve insanlar en nihayetinde yaşamlarının gerçek koşulları ve diğer insanlarla ilişkileriyle ciddi olarak yüzleşmeye zorlanıyorlar.'² Toplumsal ilişkilerin mistik kalıplardan arındırılması, böylece, kapitalizmin gelişiminin asli çehresini oluşturur. Kapitalizm, geçmişteki toplumsal ilişkileri gizleyen 'eski, kutsal önyargılar ve kanaatler kafilesini' silip süpürmekle, bireylerin yaşadıkları toplumsal ilişkileri –yani, sömürü ilişkilerini- görmelerini sağlar ve onları Marx'ın öngördüğü aydınlanmış devrimci dönüşüme hazırlar.

Benzer tartışmalar diğer sosyal teorisyenlerin yazılarında da bulunabilir. Weber her ne kadar Marx'ın kapitalizmin dönüşümü konusundaki iyimserliğini paylaşmasa da, endüstriyel kapitalizmin, geleneksel dünya görüşlerinin ölümüne yol açacağını düşündü. Ancak Weber, Marx'ın tersine, dinsel fikir ve pratiklerdeki belirli değişikliklerin Batı'da kapitalizmin doğuşunun önkoşulu olduğunu savundu. Ne var ki, kapitalizm kendisini ekonomik faaliyetin egemen biçimi olarak kurduğunda, kendi devinimini kazandı ve ortaya çıkması için gerekli olan dinsel fikirleri ve pratikleri bir tarafa itti. Kapitalizmin gelişmesi, bürokratik devletin doğuşuyla birlikte, eylemi giderek rasyonel-

² Karl Marx ve Frederick Engels, *Manifesto of the Communist Party, Selected Works in One Volume* (Londra: Lawrence and Wishart, 1968) içinde, s. 38. Bu konunun ayrıntısı için bkz. Marshall Berman, *All That is Solid Melts Into Air: The Experience of Modernity* (Londra: Verso, 1982).

leştirdi ve teknik verimlilik kriterine uyarladı. Geleneksel eylemin tamamen kişisel, anlık ve duygusal unsurları, amaç yönelimli-rasyonel talebin baskısına tabi kaldı. Modern dünyanın bu 'büyü bozumu', Batı'nın rasyonelleşmesinin ödediği bedelin bir parçasıydı; Weber bunu biraz da üzüntüyle, 'modern zamanların yazgısı' olarak düşündü.³

Diğerleri arasında Marx ve Weber'in görüşleri, geleneğin yazgısına dair sonraki düşünme tarzlarını biçimlendirici etki yaptı. 1950'lerin ve 1960'ların modernleşme teorileri genellikle 'geleneksel' ve 'modern' arasında genel bir karşıtlık varsaydı ve gerçek koşullar göz önüne alındığında, gelenekten modernliğe geçişin tek yönlü toplumsal bir değişme süreci olduğunu kabul etti. Son yıllarda Ulrich Beck ve Antony Giddens gibi sosyal teorisyenler daha nitelikli görüşler ortaya koymuşlardır.⁴ Bu teorisyenler, modernleşme sürecinin ilk evrelerinde pek çok kurumun pre-modern toplumların özelliği olan geleneklere bağlı olduklarını savunmaktadırlar –çoğu erken modern üretimci organizasyonların, geleneksel aile biçimlerinin sürekliliğine bağlı kalmaları örneğinde olduğu gibi. Gelgelelim modernleşme süreci daha da ileri bir safhaya geldiğinde (Beck'in deyiimiyle 'düşünümsel modernleşme', Giddens'in tabiriyle 'geç modernleşme'), önceki geleneklerin temeli giderek oyulmuştur: Modern toplumlar 'geleneksizleştirilmiştir.' Geleneksel pratikler, modern dünyadan tümüyle kaybol-

³ Özellikle bkz. Max Weber, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, çev. Talcott Parsons (Londra: Unwin, 1930), s. 180 – 3.

⁴ Özellikle bkz. Ulrich Beck, *Risk Society: Towards a New Modernity*, çev. Mark Ritter (Londra ve Newbury Park, Calif.: Sage, 1992); Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* (Cambridge: Polity Press, 1991); Ulrich Beck, Anthony Giddens ve Scott Lash, *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order* (Cambridge: Polity Press, 1994).

mamakta ancak onların konumları belirli yönlerde değişmektedir. Kamusal gözlem ve tartışmanın aşındırıcı tesirine giderek açık hale geldikleri için daha az kabul görmeye ve daha az kendi içine kapalı kalmaya başladı geleneksel pratikler. Gelenekler, kendilerini savunmaya davet edildiğinde sorgulanmaz olan hakikat statülerini kaybetmektedir. Gelgelelim çeşitli biçimlerde varlıklarını sürdürebilmektedir gelenekler –Örneğin söylemsel meşrulaştırma davetini reddeden ve genel bir şüphenin artyöresine karşı geleneğin bozulmaz karakterini yeniden ortaya koyma arayışındaki bir köktencilik biçimine dönüşmek yoluyla.

Belirli teorisyenlerin görüşlerini burada daha ayrıntılı incelemeyeceğim. Bunun yerine onların çalışmalarında ortaya koydukları genel sorun üzerine odaklanmak istiyorum: Modern toplumların gelişimi, toplumsal yaşamda geleneğin rolünün çöküşüne mi yol açtı? Klasik ve modern sosyal teorisyenler bu soruya genellikle olumlu yanıt vermekle birlikte, kanımca bu yanıt iki problem taşımaktadır. İlk problem, yirminci yüzyılın sonlarında belirli geleneklerin ve geleneksel inanç sistemlerinin varlıklarını niçin önemli oranda sürdürdüklerini anlamayı güçleştirmesidir. Gelenekler, şayet modern toplumların gelişmesiyle silinip süpürülmeye mahkum idiyse, o zaman –dinsel inançları ve pratikleri kapsayan- geleneksel değerler, bugünün toplumsal yaşamındaki baskın özelliklerini niçin halen sürdürmektedir? Geleneğin çöküşü tezine bağlı kalanlara göre, geleneksel değerlerin ve pratiklerin varlıklarını sürdürmelerini ve yeniden canlanmalarını, gerileme ya da reaksiyon terimlerinden başka kavramlarla anlamak zordur. Genel çöküş tezinin taraftarları için geleneğin devamlılığı, geçmişe bir dönüş, dingin ruhlar için bir sığınak, yok olma-

ya mahkum bir şeyi terk etmeyi bir reddediş olarak anlaşılabılır. Ancak bu yaklaşımın biraz iddialı olup olmadığını merak edebiliriz; yaklaşım, geleneği sadece geçmişin bir mirası daha önceki çağın bir izi olarak algılar. Bu nedenle, geleneğin, belli açılardan yaşanan anın asli bir parçası olabilmesi olasılığını dışlar.

Çöküş tezindeki ikinci sorun, tezin çoğu versiyonlarında medyanın rolüne çok az dikkat edilmesidir. Genellikle varsayılan, modern toplumların dinamik karakteristiğinin –bu, ister kapitalist ekonomik faaliyet isterse daha genel bağlamda eylemin rasyonelleşmesi olarak anlaşılsın– geleneksel yaşam biçimlerini doğrudan ve zararlı bir şekilde etkilemesidir. Ancak medya, geleneksel yaşam biçimlerinin dönüşümünde nasıl bir rol oynamaktadır? Bu dönüşümü, medyanın gelişiminin günlük yaşamın toplumsal örgütlenmesini etkilediği yanları düşünmeksizin anlayabilir miyiz? Bu sorular genel çöküş tezinin taraflarınca çoğunlukla ihmal edilmektedir. Gelgelelim bu sorular merkezidir ve daha sonra yapılacak ayrıntılı bir analiz için başlangıç noktasını oluşturmaktadır.

Bu analizlere başlamadan önce, gelenek fikrini daha fazla incelemek istiyorum. Gelenek nedir? Özelliklerini nasıl anlamamız gerekir? En genel anlamıyla ‘gelenek’, bir *traditum* demektir –yani geçmişten aktarılan ya da devredilen bir şey.⁵ Gelenek, normatif unsurları içerebilir (örneğin, gelecekteki eyleme yön vermeye hizmet edecek geçmiş pratikler), ancak bu özelliğin bütün geleneklerde bulunması gerekmez. Bu noktayı açıklamak için geleneğin dört yüzü arasında ayırım yapmak yararlı olabilir: ‘yorumsamacı yüz’, ‘normatif yüz’, ‘meşruiyet yüzü’ ve ‘kimlik yüzü’. Pratikte

⁵ Bkz. Shils, *Tradition*, s. 12.

bu dört unsur sık sık birbiriyle iç içe geçer ya da birleşir. Ancak bunlar arasında ayırım yapmakla, gelenekte içerimlenenin ne olduğunu daha açık anlayabiliriz.

İlk olarak yorumsamacı yüzü ele alalım. Geleneği anlamının bir yolu, onu, bireylerin günlük yaşamlarındaki davranışlarında verili kabul ettikleri ve nesilden nesile aktardıkları geçmişe ait varsayımlar seti olarak düşünmektir. Bu bağlamda gelenek, eylem için normatif rehber değildir. Gelenek, daha ziyade dünyayı anlamak için açıklayıcı bir şema, bir çerçeve demektir. Çünkü Heidegger ve Gadamer gibi yorumsamacı felsefecilerin de vurguladıkları gibi, anlamla ilgili bütün varsayımlar, verili kabul ettiğimiz ve ait olduğumuz geleneğin bir parçasını oluşturan bazı önkabuller seti üzerine temellenmektedir.⁶ Hiçbir anlam, önkabullerden tamamen arınmış değildir. Bu nedenle Gadamer'e göre, Aydınlanmanın gelenek eleştirisi sınırlandırılmalıdır. Akıl, bilimsel bilgi ve özgürleşim fikirleriyle otorite ve mit gibi geleneksel fikirleri yan yana koymakla Aydınlanma düşünceleri, aslında, gelenekten vazgeçmemekte, daha ziyade Aydınlanmanın kendisine ait başka bir geleneğin özünü oluşturan varsayımlar ve yöntemler setini dillendirmektedirler. Geleneğin yorumsamacı anlamında, Aydınlanma geleneğin antitezi değildir; tersine, diğerleri arasında bir gelenektir (ya da gelenekler kümesidir) –yani dünyayı anlamaya yönelik bir çerçeve sunan, kabul gören varsayımlar setidir.

Geleneklerin çoğu, ayrıca, normatif yüz olarak tanımlayabileceğim özelliğe sahiptir. Bununla kast ettiğim, geçmişten aktarılan varsayımlar dizisi, inanç biçimleri ve eylem

⁶ Bkz. Martin Heidegger, *Being and Time*, çev. John Macquarrie ve Edward Robinson (Oxford: Blackwell, 1962), özellikle 31 – 3. kesimler; Hans-Georg Gadamer, *Truth and Method* (Londra: Sheed and Ward, 1975), özellikle s. 235 – 74.

kalıplarının şimdiki eylem ve inançlarımıza normatif bir rehber olarak hizmet edebileceğidir. Bunun ortaya çıkabileceği iki biçimi ayırt edebiliriz. Bir tarafta geçmişten miras kalan malzeme bir normatif rehber olarak belirli pratiklerin *rutinleştirilmesine* yardımcı olabilir –yani pratikler sadece öyle oldukları için yapılır; niçin yapıldıkları üzerine görece az düşünülür. Çoğu insanın günlük yaşamlarının büyük bölümleri bu anlamda rutinleşir. Diğer taraftan, geçmişten miras kalan malzeme, bir normatif rehber olarak belirli pratiklerin *geleneksel olarak temellenebilmesine*, yani geleneğe referans yapılarak meşrulaştırılmasına ya da bir temele bağlanmasına hizmet edebilir. Bu, kesinlikle daha güçlü bir normatifliktir çünkü eylemin temeli açığa kavuşturulur ve kişinin kendi düşünümsel yargıda bulunma düzeyine yükseltilir. Birisinin bir şeye inanmasının ya da belirli bir tarzda davranmasının nedenleri kendisine sorularak inanç veya eylemin dayanağı ortaya çıkarılabilir ve şayet ‘Daima inandığımız budur’ ya da ‘Her zaman böyle yaptık’ veya buna benzer çeşitlemelerle yanıt veriliyorsa, inanç ve pratikler geleneksel temellere dayandırılıyor demektir.

Meşrulaştırmayı, geleneğin üçüncü yüzü olarak adlandırabiliriz. Bununla demek istediğim, geleneğin belirli koşullarda iktidar ve otoritenin yürütülmesinde bir destek kaynağı olarak hizmet görebileceğidir. Bu yüz, Max Weber tarafından ortaya iyi konulmuştur.⁷ Weber’e göre egemenlik sisteminin meşruiyetini kuran üç ana ilke vardır. Meşruiyet iddiaları rasyonel temellere dayanabilir, onaylanan kuralların yasallığına inancı içerebilir (Weber’in ‘yasal oto-

⁷ Bkz. Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, vol. 1, der. Guenther Roth ve Claus Wittich (Berkeley: University of California Press, 1978), s. 212 ve devamı.

rite' olarak adlandırdığı); bireyin kutsallığına ya da olağanüstü karakterine bağlılığı içeren karizmatik temellere yaslanabilir ('karizmatik otorite'); ya da çok eski geleneklerin kutsallığına yönelik inancı kapsayan geleneksel temelleri dayanak alabilir ('geleneksel otorite'). Yasal otorite durumunda, bireyler kişisel olmayan kurallar sistemine itaat ederler. Buna karşın geleneksel otoritede itaat, otoritenin kutsal konumunu işgal eden ve eylemleri gelenek bağımlı olan kişiye edilir. Weber'in geleneksel otorite açıklaması, geleneğin belirli bağlamlarda açıkça siyasal karakterli olabileceğini gösterdiği için yararlıdır: Eylem için sadece normatif bir rehber olarak değil, aynı zamanda başkaları üzerinde iktidar uygulama ve emirlere itaati sağlama olarak hizmet eder. Bu açıdan gelenekler 'ideolojik' olabilir: Yani, sistematik olarak asimetrik şekilde yapılaştırılan iktidar ilişkilerini kurmak veya sürdürmek için geleneklerden yararlanılabilir.

Son olarak geleneğin doğasının kimlik oluşumuyla ilintisi üzerine düşünelim –geleneğin kimlik yüzü. Bu yüzle ilgili –'bireysel kimlik' ve 'kolektif kimlik' olarak adlandıracağım- birbiriyle bağlantılı iki kimlik oluşumu türü vardır. Kişisel kimlik, belirli karakterler ve potansiyellere sahip olan ve belirli yaşam yörüngesinde konumlanmış birey olma algısına gönderme yapar. Kolektif kimlik, bir kişinin toplumsal bir gruba ya da kolektiviteye üye olduğu duygusunu anlatır: Bir tarihi ve kolektif yazgısı olan toplumsal bir grubun parçası olma, ona aidiyet duyma hissidir. Geleneğin bu iki tip kimlik oluşumuyla ilintisi nedir? Geçmişten aktarılan yargılar, inançlar ve davranışlar seti olarak gelenekler, bireysel ve kolektif düzeydeki kimlik oluşumunu oluşturacak sembolik materyallerin bir kısmı-

nı temin eder. Benlik ve aidiyet –değişen derecelerde toplumsal bağlama bağlı- geçmişten aktarılan değerler, inançlar ve davranış biçimleri tarafından biçimlenir. Kimlik oluşum süreci asla sıfırdan başlamaz; daima, kimliğin zemini ni oluşturan daha önceden varolan sembolik malzemeler üzerinde yükselir. Gelgelelim, iletişim medyasının gelişmesiyle birlikte, önceden var olan sembolik materyallerin doğası önemli oranda değişmiştir. Bunun kimlik oluşum sürecinde önemli etkileri olabilir. Bu konulara daha sonra tekrar döneceğiz.

Geleneğin bu üç değişik veçhesini ayırmakla, geleneğin rolünün modern toplumların gelişmesiyle birlikte değişen taraflarını irdeleyen konuma gelmişizdir. Geliştireceğim tartışmanın önemli noktalarını özetleyelim.

- Modern toplumların gelişmesiyle birlikte geleneksel temelli eylemde ve geleneksel otoritenin rolünde –yani geleneğin normatif ve meşruiyetçi yüzlerinde- tedrici düşüş gözlenmektedir.

- Ancak başka açılardan gelenek, özellikle dünyadan anlam çıkarmanın bir aracı ('yorumsamacı yüz') ve aidiyet hissini yaratma duygusunun bir yolu ('kimlik yüzü') olarak, modern dünyadaki anlamını korumayı sürdürmektedir.

- Gelenek, önemini sürdürmekle birlikte oldukça önemli bir dönüşüme uğradı: Gelenekleri içeren sembolik malzemelerin aktarımı, giderek toplumsal etkileşimden, paylaşılan bir mekândan ayrılmıştır. Gelenekler gözden kaybolmamakta ancak günlük yaşamın paylaşılan mekânlarındaki köklerini kaybetmektedir.

- Geleneklerin günlük yaşamın paylaşılan mekânlarından edilmesi, serbestçe dolaşacakları anlamına gelmez; tam aksine, gelenekler sürekli olarak yeni bağlamlara gö-

mülme ve yeni karasal birimlere yeniden kök salma koşuluyla varlıklarını devam ettireceklerdir. Milliyetçiliğin anlamı kısmen bu koşullarda anlaşılabilir: Milliyetçilik, gerçek veya potansiyel bir ulus-devletin, paylaşılan mekânları çevreleyen ancak onların sınırlarını aşan ve gerçek veya gerçekleşmesi muhtemel bir ulus-devletin sınırdış toprağına geleneğin demirlemesini içerir.

Gelgelelim gelenek eğer modern dünyanın önemli bir özelliğı olmayı halen sürdürüyorsa, geleneksel toplumun çöktüğünü söylemek mantıklı mıdır? Bu açıdan bakıldığında 'geleneksel' ve 'modern' toplumlar arasında katı bir karşıtlık kurmak biraz yanıltıcı olmaz mı? Şüphesiz ki olur. Gelenek ve modernlik arasındaki ilişkinin keskin bir karşıtlık yerine daha çelişkili ve muammalı olduğunu göstermeye çalışacağım. Gelenek ve modernlik çelişmesini bu düşünce üzerinde yoğunlaşmakla anlayabiliriz: Geleneksel otoritenin ve geleneksel eylem temelinin azalması, geleneğin çöküşü anlamına gelmez; daha ziyade, geleneğin doğası ve rolündeki kaymaya işaret eder çünkü bireyler dünyadan anlam çıkarma ve aidiyet hissini oluşturmalarının bir aracı olarak dolayımlanmış ve yerinden edilmiş geleneklere giderek daha fazla güven duymaya başlamaktadırlar.

Şu ana dek geleneğin bazı yönlerini ayırt ettim ve modern dünyada geleneğin değişen rolü üzerine bir tartışmanın taslağını çıkardım. Gelgelelim henüz medya ve gelenek arasındaki ilişkiyi ayrıntılı ele almadım. Bunu, izleyen kısımlarda yapacağım. Geleneğin dönüşümünün iletişim medyasının gelişmesiyle köklü bir bağlantısı olduğunu tartışacağım. Bağlantı iki katlıdır: İletişim medyasının gelişmesi bir yanda geleneksel otoriteyi ve geleneksel eylemin temelini zayıflatır; diğer tarafta geleneğin aktarımını ortak

paylaşılan bir mekândan ayıracak araçlar sunar. Ve böylece geleneğin yenilenmesinin koşullarını geçmişte olduğundan daha ileri boyuta taşır.

Gelenek ve Medya (1): Yok Edilen Gelenek?

Medyanın geleneğin doğası ve rolü üzerindeki etkisini araştırmak için önce Daniel Lerner'in *The Passing of Traditional Society*⁸ adlı klasik çalışmasındaki tartışmaları yeniden ele almakla başlamak istiyorum. Bu çalışma Ortadoğu'nun modernleşmesi süreci üzerine ayrıntılı bir incelemedir. Çalışma, gelişme incelemeleri alanında ve özelde iletişim ve gelişmeyle ilgili literatürde iyi bilinmektedir. Wilbur Schramm'ın çalışmalarıyla birlikte⁹ Lerner'in çalışması birkaç onyıldır tartışılan iletişim ve gelişme problemleri içerisinde ana çerçeveyi oluşturmuştur. Lerner, çoğu kişi tarafından Batı prototipli ve büyük oranda gelişmeci karakterde modası geçmiş ve etnomerkezci modernleşme teorisinin taraflarından birisi olarak değerlendirilir. Bu kuşkular temelsiz değildir; şüphesiz ki Lerner'in modernleşme teorisi bir ölçüde zamanının ürünüdür ve modern dünyanın karmaşıklığını ve karşılıklı bağımlılığını hemen hiç dikkate almaz. Ancak bu çalışma yine de gelenek ve medya arasındaki ilişkiyi aydınlatmada yararlı olmayı sürdürmektedir. *The Passing of Traditional Society* bu konuyu ayrıntılı, ampirik bir şekilde inceleyen birkaç çalışmadan birisidir. Lerner'in analizlerinin

⁸ Daniel Lerner, *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East* (Glencoe, Ill.: Free Press, 1958).

⁹ Wilbur Schramm, *Mass Media and National Development* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1964).

bazıları, yaklaşımındaki açık eksikliklere rağmen değerli ve mantıklıdır. Bu duygularla çalışmanın bazı yönlerini incelemek istiyorum.

Lerner geleneksel ve modern toplumlar arasında büyük bir ayırım yapar. Modern toplumlar çağdaş Batı toplumlarında karşılığını bulurlar. Lerner, geleneksel toplumlardan modern toplumlara geçişe temel oluşturan koşulları belirlemeye çalışır. Lerner'in görüşüne göre geleneksel toplumun özellikleri nelerdir? Geleneksel toplumlar, birbirinden yalıtılmış olan ve akrabalık ilişkilerinin baskın rol oynadığı cemaatlere parçalanmıştır. İnsanların ufukları yerel alanla sınırlıdır ve diğerleriyle etkileşimleri büyük oranda yakın çevrelerindeki tanıdık kişilere kısıtlanmıştır. Geleneksel toplumlarda günlük yaşam, geleneksel kalıplara göre rutinleşmiştir. Çoğu insanın gündeminde başka yaşam tarzları yer almadığı için geleneksel kalıpları savunmaya ya da meşru kılmaya gerek duyulmaz. Geleneksel toplumdaki birey, kendi yaşamını doğrudan ilgilendirmeyen meselelerle ilgilenmez. Uzak yerlerde meydana gelen olaylara yönelik merakı ve bilgisi azdır. Bireyler günlük yaşamlarını genellikle sorgulanmamış rutinelere göre yürüttükleri için, öz-deneyimleme görece azdır. Geleneksel toplumdaki benlik, 'büzülmüş benlik'tir (constrictive self): Aşinalık ve rutinlik içine gömülüdür ve benliğin yörüngesi, mevcut pratiklerin alternatiflerini asgari oranda bilmeyle organize olur.

Buna karşın, modern toplumdaki birey, büzülmüş benliğin kapalı dünyasına oldukça yabancı bir esneklik ve hareketlilikle karakterize olur. Bireylerin seyahat ve fiziksel hareketliliğindeki gelişme -büyük boyutlu göçleri kapsayan- yeni olasılıklarla karşılaşmalarını, esnekliklerini ve

kendilerini yeni durumlarda hayal etme kapasitelerini şüphesiz artırmıştır. Gelgelelim benliğin bu açılımı, ayrıca kitle iletişim aracılığıyla dolayımlanmış tecrübenin yayılımı tarafından teşvik edilmiştir. Bu açıdan medya, 'hareketliliği çoğaltıcı'dır: Bireyler, aksi takdirde erişemeyecekleri muazzam kapsamdaki deneyimleri, fiziksel seyahat ihtiyacına gereksinim duymaksızın karşılarlar. Üstelik dolayımlanmış deneyim hayal edilerek yapılan bir tecrübe olduğu için bireyin tahayyül etme yeteneğini geliştirir. Birey, giderek kendisini –kendi durumundan kökten farklı bir yeni durum içindeki- başkasının yerine koyma kapasitesini edinir. Bireyler daha önceden tahayyül etmediği seçeneklerle karşılaştıklarında geleneksel yaşam tarzlarının katılığı parçalanmaya başlar. Bireyler, geleceğin geçmişe benzeyeceğini düşünmek yerine ileride neyin olacağını merak etmeye başladıklarında, toplumsal yaşam daha belirsiz görünmeye başlamaktadır.

Lerner, kişinin kendisini ötekinin yerine koyma kapasitesini –medyaya açık kalmanın uyardığı bir kapasite- tanımlamak için 'empati' terimini kullanır. Empati, bireylerin kendilerini yakın ortamlarından hayali olarak uzaklaştırmalarına olanak sağlar ve onları kendi gündelik yaşamlarını doğrudan etkilemeyecek konularla ilgilenmeye yöneltir. Empatinin gelişmesiyle benlik, kendisini, şeylerin değişmez düzeninde değişmeyen sabit bir noktada konumlanmış olarak görmek yerine, kendi yaşamını hayal edilmiş şeylerin patikası boyunca hareket eden bir nokta olarak görür. Empati, benliği daha geniş, ihtiraslı, açık uçlu hale getirir. Empatik benlik, Balgat'taki bakkal gibi, yakın çevresinin uzağında yer alan dünyayı hayal edebilir. Bu dünya, gerçek ve hayali tecrübenin sürekli bir şekilde

özümsemiyle yeni yaşamın oluşturulabildiği riskleri ve fırsatları barındırır.

Medyaya açıklık, ayrıca, bireylerin iktidar ve otoriteyle ilgili durumlarını da etkiler. Bu, Lerner'ün Lübnan'ın kırılık alanında iletişim medyasının etkilerine dair açıklamalarında iyi ortaya konulmuştur. Geleneksel iletişim ağında insan kaynakları medyadan daha önemliydi: Köylüler, tanıdıklarıyla yüz yüze etkileşime girerek haberlere ulaşmakta ve onları yaymaktaydılar. Köy muhtarları, toprak ağaları, dinsel liderler ve yaşlılar, ortak kanaatin geleneksel biçimlendiricisiydiler; köy, dış dünyadan görece yalıtık kaldığı sürece bu kişiler saygı görmekteydiler. Gelgelelim yalıtım, yerini, şehir ve kasabalarla artan hareketliliğe bıraktığında, köy yaşlılarının geleneksel saygınlıkları kaybolmaya başladı. Yeni araçlar grubu –kasaba ve şehirlere seyahat eden ve medyayla tanışan genç erkekler- enformasyon yayımında, kanaatlerin biçimlenmesinde ve haberlerin yorumlanmasında giderek önemli roller üstlendiler. Hareketlilik ve okuryazarlıktan mahrum köy büyükleri, yeni iletişim ağlarına bağlanan ve haber ve enformasyonu başkalarına gönderme kapasitesine sahip olan genç erkekler üzerindeki nüfuzlarını giderek kaybettiler.

Lerner'ün çalışması şimdi pek çok açıdan eskise de (özgün çalışma, televizyonun Ortadoğu'daki gelişiminden ve bölgeyi son yıllarda saran karışıklıklardan evvel, 1950'lerin başlarında yapıldı), yine de günümüzde halen önemini sürdüren pek çok hususu aydınlatmaktadır. Belki bu noktada en önemlisi Lerner'ün, medyanın, modern toplumların gelişimiyle bağlantılı kültürel dönüşümlerde son derece önemli bir rol oynadığına dair vurgusudur. Lerner bu rolü, belirli bir hedefe yönelimli (Lerner'ün deyiimiyle 'ka-

tılımcı toplum'a) olan bir modernleşme teorisiyle oldukça çelişkisz, oldukça üstten belirlenimli açıklamış olabilir; ancak Lerner'ün medyanın merkeziliğine vurgusu klasik sosyal teorinin mirasına yararlı bir panzehirdir. Lerner'ün çalışmasının ilgi çeken ikinci yönü, medyanın 'hareket çoğaltıcısı' olarak betimlenmesidir: Medya, bireylerin uzak yerlerde gerçekleşen olayları dolaylı olarak deneyimlemesine olanak tanımaktadır. Medya böylece, bireylerin kendi yakın çevrelerindeki yaşam tarzlarına alternatif olan yaşam tarzlarını hayal etme kapasitelerini artırmaktadır. Tekrar belirtilirse Lerner'ün bu olguyu, bireylerin başkalarının yerini almalarına imkan veren ve böylece de katılımcı bir toplumun doğuşunun psikolojik temelini hazırlayan 'empati' türü olarak izah etmesi tamamen ikna edici değildir. Gelgelelim medyanın yüz yüze karakterde olmayan etkileşim formlarıyla bireylere zaman ve mekân boyunca deneyim imkanı sunduğuna dair kilit fikir kesinlikle doğrudur ve televizyonun girişiyle bu deneyim sadece daha da hızlanmaktadır.

Lerner'ün daha fazla üzerinde durmayı hak eden üçüncü teması, medyaya maruz kalmayla, benliğin yeni fırsatlara ve yaşam tarzı arayışlarına daha yatkın ve daha açık uçlu, önceki geleneklerle daha az sınırlı ve deneyimlemeye daha açık hale geldiği iddiasıdır. Kanımca bu iddia pek çok gerçeği içinde taşımaktadır –konu biraz abartılsa ve belli yönlerde dönüşüme uğramış geleneğin seferber edici potansiyeli ihmal edilse bile. Nihayet Lerner, Lübnan ve Anadolu köylerinde olduğu gibi, yeni iletişim ağlarının gelişimiyle birlikte geleneksel iktidar ve otorite biçimlerine meydan okunulabilecek bazı yönler dikkat çekmektedir.

Lerner'ün bu kadar belgelemekle uğraştığı modernleş-

me yönelimlerine karşın, Ortadoğu'da İslam'ın niçin halen gücünü sürdürdüğüünün mantıklı bir izahı yazarın çalışmasında daha az belirgindir. Elbette Lerner 'geleneksel'den 'modern' topluma geçişin düz ve sorunsuz bir süreç olduğunu iddia etmedi; şiddetin ortaya çıkışma yol açan istikrarsızlık durumlarında toplumsal değişimin kendi deyi miyle 'evreler atlanarak' gerçekleşebilme olasılığını göz ardı etmedi. Ne var ki bu niteleme, Ortadoğu ülkelerinde (ve gerçekte, bugün başka yerlerde) İslam'ın süregelen önemini açıklamada pek doyurucu değildir.

Bu başarısızlık neden? Geriye baktığımızda Lerner'ün analizinde hayati kusur olarak görünen şeyi nasıl açıklayabiliriz? Açıklamanın bir bölümü, şüphesiz, Lerner'ün kullandığı oldukça basit modernleşme teorisinde yatmaktadır. Bu teori, modernleşmeyi gelenekselden modern ve 'katılımcı' bir topluma doğru büyük oranda tek yönlü bir süreç olarak tasvir etmiştir. Açıklamanın diğer bir kısmı da, bu modernleşme teorisinin, toplumsal değişimin içten kaynaklandığına dair bir modelden beslenmesi ve bu yüzden içsel çoğu model gibi devletler arasındaki ilişkilere ve askeri çatışmanın rolüne görece az önem vermesi gerçeğinde yatmaktadır. Şüphesiz ki Ortadoğu'da askeri çatışmalar yirminci yüzyılın ikinci yarısında muazzam bir role sahip olmuştur ve bazı açılardan, siyasal ve askeri amaçlar peşindeki insanları biraraya getirme ve seferber etmenin bir aracı olarak, bir toplu haykırış olarak İslam'ın önemini artırmıştır.

Gelgelelim Lerner'ün İslam'ın süregelen önemini görmekte başarısız kalmasının bizim şu andaki ilgilerimizle daha yakından bağlantılı bir diğer nedeni daha bulunmaktadır. Lerner'a göre geleneksel tarzların sürekliliği ve modern yaşam tarzlarının benimsenmesi, birbirlerini kar-

şılıklı dışlayıcı seçeneklerdi ve ilkinden ikincisine geçiş az çok kaçınılmazdı: 'Soyla ilgili semboller ve ritüel, ekmek ve ışık için yaşamı sürdürme arzularına engel olduklarında gözden kayboldular.'¹⁰ Ne var ki, konuları bu şekilde ortaya koymanın doyurucu olmadığı açıktır. Çoğu insan için geleneksel yöntemleri sürdürmek ya da modern yaşam tarzlarını benimsemek seçeneği, kendisini, ikisinden birisi/veya seçimi olarak sunmaz. Tersine, bireyler, geleneğin unsurlarını yeni yaşam tarzlarıyla bütünleştirecek şekilde kendi günlük yaşamlarını organize edebilmektedirler. Geleneğin 'ekmek ve ışık' arayışı için terk edilmesi gerekli değildir. Bunun tam aksine gelenek, başka yaşam biçimleriyle karşılaşma yoluyla yeniden biçimlenir, dönüşür ve belki de güçlenir, yeniden canlanır.

1970 ve 1980'lerde İslami gelişmeler bu sürece dair öğretici bir örnek sunar. 1979 İran Devrimi, İslam'ın yeniden dirilen iktidarının özel bir canlı kanıtıdır: Enformel iletişim ağları sayesinde ve devlet kontrollü medya alanının dışında dolaşıma giren basılı materyaller ve ses kasetlerinin dağıtımının olanaklı hale getirdiği geleneksel dinsel inançların seferber edilmesi, bu ülkede Şah'm Batı yanlısı politikalarının gözden düşmesine ve monarşik rejimin altının oyulmasına katkı sağladı.¹¹ Gelgelelim Şah'm düşmesi ve Şii İslamcı Cumhuriyet'in kurulmasıyla doruğuna varan İran'daki dramatik gelişmeler, Ortadoğu'daki Sünni ülkelerde meydana gelecek gelişmelerin göstergesi olmak zorunda değildi. Sünni ülkelerde devrimci İslamcı akımların devlet iktidarını ele geçirmesi büyük oranda başarısız

¹⁰ Lerner, *The Passing of Traditional Society*, s. 405.

¹¹ Bkz. Annabelle Sreberny-Mohammadi ve Ali Mohammadi, *Small Media, Big Revolution: Communication, Culture and the Iranian Revolution* (Mineapolis: University of Mineapolis Press, 1994).

kalmıştı; ancak yine de Gilles Kepel'in 'aşağıdan yeniden İslamlaşma' olarak adlandırdığı tedrici bir süreç görül-mekteydi.¹² İslam inançları ve pratikleri, ekonomik geliş-menin nimetlerinden henüz yararlanmayan birey ve ailele-re destek olan ve sosyal hizmetler sağlayan kurumlar ara-cılığıyla, yerel cemaatler ve ağlar içinde yenilendi ve derin-leştirildi. Bu bireyler için İslam, bir kimliği yeniden inşa etmenin bir yolu ve çok fazla umut vaat etmiş ancak görece az şey vermiş bir dünyaya ait olmanın bir hissiydi. 1980'le-rin sonlarına kadar tabanda ortaya çıkan yeniden İslam-laşma hareketleri, bazı durumlarda geniş bölgeleri de de-netim altına alan ve devlet otoriteleri ile marjinal sosyal gruplar arasında tampon vazife gören güçlü ağlar tesis et-mişti. İktidar temelleri güçlendiğinde bu hareketlerin ve ağların başında yer alanlar siyasal yaşama daha da aktif müdahalede bulunmaya başladılar. Bu gelişmenin sonucu, sadece Ortadoğu'nun İslamcı ülkelerinde değil, Müslüman nüfusun yoğun olduğu Britanya ve Fransa gibi Batı Avru-pa ülkelerinde de görülebilir.

İslam'ın son yıllardaki yeniden dirilişinin özgün özel-likler içerdiği kuşkusuzdur. İslam, dirilişinin bazı toplum-sal ve siyasal koşullarıyla birlikte, başka yerlerdeki geliş-melerle doğrudan karşılaştırılamayacak doktrinal boyutla-ra sahiptir. Ancak yine de, dinsel inanç ve pratiklerdeki canlanmanın hiçbir şekilde sadece İslam dünyasına da özgü olmaması çarpıcıdır. Avrupa ve Birleşik Devletler'de, eski komünist ülkelerde, Latin Amerika ve başka yerlerde değişik itikatl akımlar güç kazanmış ve siyasal alanda ik-tidar talep etmeye başlamışlardır. Bu çarpıcı gelişmeyi na-

¹² Bkz. Giles Kepel, *The Revenge of God: The Resurgence of Islam, Christianity and Judaism in the Modern World*, çev. Alan Braley (Cambridge: Polity Press, 1991), özellikle 1. bölüm.

sıl anlamalıyız? Klasik modernleşme teorilerinin gözden kaçırdığı şey nedir? Bu sadece kültürel bir kapanma, modern çağda yaşamın radikal belirsizlikleriyle mücadele etmek için kutsal kitaptaki hakikatin kesinliklerine bir dönüş olarak açıklanabilir mi?

Belki. Modern çağda dinin, geleneğin kesinliklerinden uzaklaşmış bir dünyada yaşaması olanaksız ya da yaşama-ya gönülsüz bireyler için bir sığınak olarak varlığını sürdürdüğü görüşünde bir parça gerçeklik payı bulunabilir. Gelgelelim onun bundan daha fazla bir şey olmadığına inanmak güçtür. Dinsel inançtaki canlanmayı sadece modernleşme sürecine savunmacı bir reaksiyon olarak düşünmek, bu süreçle ne yok edilen ne de işlevsiz kılman geleneğin belli yönlerini –modern dünyada dinin ve diğer inanç formlarının daimi yeşertimine sağlam zemin sunan yönleri- görmede başarısızlığa uğramak demektir.

Bazı yorumcuların düşündüklerinin tersine, modern toplumların gelişimi dünyaya ve bireyin bu dünyadaki yerine dair anlamlar çıkaracak bir dizi kavram, değer ve inanç formüle etmeye olan ihtiyacı yok etmez. Modern toplumların gelişimi, geleneğin yorumsamacı yüzünü tahrip etmiş görünüyorsa, bu sadece modern toplumların yükselişinin bazılarına aşık görünen –ilerleme, bilimsel bilgi ve seküler hümanizmanın karışımını kapsayan- bir dizi yeni kavramın, değer ve inancın ortaya çıkışıyla yan yana gitmesinden dolayıydı.¹³ Ne var ki bazılarına aşık görünenler, başkaları için seçimden başka bir şey değildi; başkalarının aleyhine olan belli kavramların, değerlerin ve

¹³ Bu kavramlar, değerler ve inançlar dizisi ana hatları, başkaları yanında Zygmunt Bauman tarafından da kavrayışlı (ve kıskırtıcı) bir şekilde çizilmiştir; özellikle bkz. *Modernity and Ambivalence* (Cambridge: Polity Press, 1991).

inançların bir ayrıcalığıydı. Bazı tartışılmaz kazanımları olan ancak kimi eleştirmenlerce bazı kayıplar da içeren bir imtiyazdı bu. Kayıplar arasında 'ahlaki eksiklik' –yani, yaşam ve ölüm, doğru ve yanlış gibi belirli temel sorunlarla uğraşmada eksiklik- bulunmaktadır. Ahlaki eksiklik, birçok bireyin dinsel gelenekle ilgili süregelen bir inancı yaşatmasına katkı yapmıştır. Dinsel inançlar, çoğu insanın gözünde saygınlığını halen sürdürür, çünkü seküler hümanizmanın değerlerinin insan yaşamının temel etik problemleriyle uğraşma araçları olarak yetersiz kaldığını kanıtlamıştır. Seküler hümanizma, ahlaki olarak yetersizdir –ya da bazılarının gözünde, ahlaki açıdan iflas bile etmiştir.

Dinsel inanç ve pratiklerin modern dünyada varlıklarını sürdürmelerinin diğer bir nedeni daha vardır. Başka gelenek biçimleri gibi dinsel inanç ve pratikler de benzer inançları paylaşan ve bir ölçüde ortak tarihe ve kolektiviteye sahip olan bireyleri bir topluluğa aidiyet hissiyle ve daha büyük kolektivitenin parçası olma duygusuyla donatan gündelik yaşam faaliyetleriyle örülüdür. Geleneğin bu kimlik oluşturunca yanı modern toplumların gelişmesiyle yok edilmemiştir; en fazla, (kısmen medya tarafından) yeniden biçimlendirilmiş ve düşünömsel bir faktör olarak kendi öz kimliğini yeniden kurma kapasitesinde olan bireyin artan özerkliğiyle ilişkilendirilmiştir. Bu konulara daha sonra tekrar döneceğiz. Burada sadece geleneğin kimlik duygusunu besleme ve bireylere topluluğun bir parçası, bir üyesi olma duygusunu verme araçları olarak (dinsel geleneği kapsayan) geleneğin devam edegelen önemini vurgulamak istiyorum.

İletişim medyasının modern dünyadaki kültürel etkisini anlamak istiyorsak, medyaya açık kalmanın kaçınıl-

maz olarak 'geleneksel' yaşam tarzlarının terkinde yol açacağı ve 'modern' yaşam tarzlarının benimsenmesine götüreceği görüşünü bir kenara bırakmamız gerektiğini tartıştım. Medyaya açıklık, kendi içinde ve kendisi tarafından, geleneğe *vis-à-vis* belli bir duruşu gerektirmez. İletişim medyası sadece geleneksel değerlerin ve inançların altını oymak, onlara meydan okumak için kullanılmaz. İletişim medyası ayrıca gelenekleri yayar ve güçlendirir. Erken modern Avrupa'da basılı İncil ve dua kitaplarının yayılmasından günümüzün tele-evangelizmine kadar, medyanın geleneğin hizmetinde etkin kullanıldığına dair örnekler bulmak güç değildir.

Ancak medyanın gelişmesi geleneğin çöküşüne öncülük yapmamışsa bile yine de geleneği belirli açılardan köklü dönüşüme uğratmıştır. İletişim medyasının gelişmesiyle birlikte geleneğin oluşumu ve yayılımı, giderek yüz yüze karakterde olmayan iletişim biçimlerine bağımlı hale gelmeye başlamıştır. Bu bazı sonuçlara yol açmıştır. Üçünü vurgulayalım.

1) Çoğu dolayimli iletişim biçimi maddi bir yüzey üzerine sembolik içeriğin sabitlenmesini içerdiği için, bu, içeriğe yüz yüze etkileşimin iletişimci alışverişlerinde genelde eksik olan zamansal bir daimilik kazandırır. Maddi sabitleme yokluğunda geleneğin devamı, geleneğin içeriğinin günlük yaşam faaliyetlerinde sürekli yeniden onaylanmasına bağlıdır. Pratik tekrar, zamansal sürekliliği sağlamanın biricik yoludur. Gelgelelim sembolik içerik maddi bir yüzeyde sabitlendiğinde, geleneğin zamansal sürekliliği pratik ve devamlı yeniden onay ihtiyacını bir ölçüde gerektirmeyebilir. Geleneksel değer ve inançların ekilmesi, giderek medya ürünlerini kapsayan etkileşim formlarına bağımlı hale gel-

mektedir; medya ürünlerinin sembolik içeriklerinin sabitlenmesi (kitaplar, filmler gibi) yeniden onaylanma ihtiyacını azaltan zamansal bir süreklilik biçimi sağlamaktadır. Bu nedenle (kiliseye katılım gibi) geleneğin bazı ritüel yanlarındaki düşüşün, aslında geleneğin çöküşü olarak yorumlanması gerekli değildir. Bu sadece, geleneğin zamandaki sürekliliğinin ritüelleşmiş yeniden onaya daha az bağımlı hale geldiğini gösterir. Gelenek, gerçekte, giderek *ritüelsizleşmektedir*.

Geleneğin ritüelsizleşmesi, ne *tüm* ritüel unsurların gelenekten arındırılması ne de geleneğin paylaşılan mekânlarda gerçekleşen yüz yüze etkileşimden tamamen kopması anlamına gelir. Geleneğin sembolik içeriği giderek medya ürünlerine sabitlenmekle birlikte, geleneklerin çoğu, aile, okul ve kurumlar içinde gündelik yaşamın pratik karşılaşmalarına yakından bağlı kalmayı sürdürmektedir. Üstelik medya ürünleri genellikle yüz yüze etkileşim bağlamlarında işlenmektedir. Bu nedenle geleneğin yenilenmesi, yüz yüze etkileşim ve yarı dolayimli etkileşimin sürekli değişen bir karışımını içerebilmektedir. Dinsel veya başka bir geleneğin ana temalarını çocuklara aktarmak için kitaplara, filmlere ve televizyon programlarına giderek daha fazla güvenen ve kendi rollerini geleneğin sıfırdan ekilmesi yerine işlenmesi veya açıklanması olarak gören anne-babalar ve öğretmenler bu durumun açık kanıtlarıdır.

2) Geleneğin yayılması bir ölçüde dolayimli iletişim formlarına bağımlı hale gelmekte; ayrıca da insanın günlük yaşamda etkileştiği bireylerden ayrılmaktadır –yani geleneğin aktarımı *kişiliksizleştirilmektedir*. Gelenek aktarımı yüz yüze etkileşimle örülü olmayı sürdürdüğü için bu kişiliksizleştirme süreci de asla mutlak değildir. Ancak dolayimli iletişim formlarının rolleri arttığında, geleneğin

otoritesi gündelik pratik yaşam bağlamlarında etkileşime giren bireylerle olan bağı giderek kaybetmektedir. Gelenek bir değerler, inançlar ve yargılar seti olarak kendi başına belli bir özerkliğe ve otoriteye sahiptir. Bu değer, inanç ve yargılar seti, onları gelecek kuşaklara aktaran bireylerden bağımsız olarak varolur ve varlıklarını sürdürür.

Buna karşın geleneğin kişisizleşmesi tekbiçimli ve çelişkisiz bir süreç değildir. Elektronik medyanın ve özellikle televizyonun gelişmesiyle birlikte geleneksel otorite ile bu otoriteyi yayan bireyler arasındaki bağlantının canlanması için koşullar yaratılmaktadır. Gelgelelim bu bağlantının doğası yenidir ve öngörülemez: Büyük oranda yarı dolayimli etkileşimin çerçevesi içinde kurulan ve sürdürülen bir bağıdır. Çoğu insan için Billy Graham ve Jerry Falwell gibi evangelistler sadece TV kişilikleri olarak bilinirler. Onlar, bireylerin tanık olabileceği ve gözleyebileceği, izleyebileceği ve dinleyebileceği (duruma göre inanılsın ya da inanılmasın) bireylerdir, ancak onlarla günlük yaşamda etkileşime girmek pek muhtemel değildir. Bu nedenle böyle bireylerin geleneği 'yeniden kişilikleştirmede' başarılı olabilmelerine karşın, bu oldukça farklı tipte bir kişilikleştirmedir: Çoğu insanın gözünde bu kişilikleştirme yüz yüze etkileşimin karşılıklılığından yoksundur ve gündelik yaşamın paylaşım mekânlarında karşılaşılan bireylerden ayrışır. İzleyen bölümde 'uzak mesafeli karşılıksız samimiyet' olarak tanımlayacağım bir biçimdir bu.

3) Gelenek aktarımı giderek iletişim medyasına bağımlı hale geldiği için, gelenekler de yavaş yavaş belli mekânlara bağı olan köklerinden koparılmaktadır. Medyanın gelişiminden önce, gelenekler belirli bir köklülüğe sahipti: Yani, içinde bireylerin günlük yaşantılarını geçirdikleri

mekânsal mahallere kökleşmişti. Gelenekler ~~gerçek~~ veya potansiyel olarak- birbirleriyle etkileşen bireyler topluluğunun asli parçalarıydılar. Ancak medyanın gelişimiyle birlikte gelenekler giderek yerinden edildi; gelenekleri yüz yüze etkileşimin belli mekânlarına bağlayan bağ giderek zayıfladı. Diğer bir anlatımla, gelenekler nesilden nesile aktarılmalrı ve korunmaları için dolayımly iletişim biçimlerine giderek daha fazla bağımlı hale geldiklerinde yavaş yavaş ve kısmen yersizleştirildiler.

Geleneğin 'yersizleştirilmesi' ya da köksüzleştirilmesinin, bu bölümün geri kalan kısımlarında anlatmak istediğim son derece önemli sonuçları oldu. Bu, geleneklere belli mahallerden ayrılma imkanı sağladı ve onları yüz yüze etkileşim koşullarındaki sözlü aktarımın empoze ettiği sınırlılıklardan kurtardı. Yerel iletişim koşulları artık geleneğe erişimi -zamanda ve mekânda- kısıtlayamazdı. Ancak belli mahallerden uzaklaşma ne geleneklerin canlılıklarını kaybetmelerine yol açtı, ne de gelenekler ve mekânsal birimler arasındaki bağlantıyı tümüyle yok etti. Tersine geleneklerin köksüzleşmesi, onların yeni bağlamlara yeniden gömülmesinin ve paylaşılan mahallerin sınırlarını aşan yeni bölgesel birimlere yeniden demirlemesinin koşuluydu. Gelenekler yersizleştirildi ancak bölgesizleştirilmedi: Gelenekler, onlara yüz yüze etkileşimin sınırlarını aşan bölgesel birimlere yeniden bağlanma ve çoğul mahallere yeniden gömülme olanağı verecek şekilde yeniden biçimlendirildiler.

Gelenek ve Medya (2): Yerinden Edilen Gelenek

Geleneklerin giderek iletişim medyasıyla iç içe hale geldiğinde belli mekânlarla olan bağını yavaş yavaş kay-

bettiklerini ve yüz yüze karakterli olmayan bir etkileşim formuna bağımlı hale geldiklerini tartıştım. Bu şekilde yerinden edilen gelenekler, dolayimli sembolik formların üretim ve dağıtım araçlarına erişebilen bireyler tarafından daha hızlı bir şekilde adapte edilir, dönüştürülür ya da kodlanırlar. Gelgelelim dolayımlanmış geleneklerin bütün hepsi serbestçe hareket etmez. Bu gelenekler zamanla destek görürse, gündelik pratik yaşam bağlamlarına yeniden ilişkilendirilir. Bu şekilde ilişkilendirilmeyen gelenekler giderek anlamlarını kaybedecektir.

Geleneğin köksüzleşmesi ve yeniden kökleşmesinde içerilen nedir? Geleneklerin özel mahallerden söküldüğü ve günlük pratik yaşam bağlamlarına -gerçi bu sefer gelenekleri yeni mekânsal birimlere yeniden ilişkilendiren tarzda olsa da- tekrar yeniden gömüldüğü süreci nasıl analiz etmeliyiz?

Bazen 'geleneğin icadı' kavramı üzerinde düşünerek bu sürece dair bir miktar kavrayışa ulaşılabilir. Eric Hobsbawm ve diğerlerinin¹⁴ gösterdiği gibi günümüzde, yüzyıllar öncesine uzanan bir geçmişi olduğu varsayılan bazı gelenekler, gerçekte, genellikle onsekizinci yüzyılın sonlarında ortaya çıkan görece son zamanların icatlarıdır. Böylece, örneğin, farklı klanları işaret eden renk ve desenlerle örülü gayda ve kareli kumaş İskoç eteğiyle ifade edilen Kuzey İskoçya geleneğinin genellikle çok eski zamanlara uzanan bir geçmişe sahip olduğu ileri sürülmektedir. Oysa bu geleneğin geç on sekizinci ve erken dokuzuncu yüzyılda icat edilmesi çok muhtemeldir.¹⁵ Geleneksel Kuzey İskoçya giy-

¹⁴ Bkz. Eric Hobsbawm ve Terence Ranger (der.), *The Invention of Tradition* (Cambridge: Cambridge University Press, 1983).

¹⁵ Hugh Trevor-Roper, 'The Invention of Tradition: The Highland Tradition of Scotland', *İbid* içinde, s. 15 – 41.

sisi olma ihtimali bulunmayan İskoç eteği, Lancashire'den bir İngiliz Protestan tarikatı üyesi tarafından icat edildi. Bu kişi eteği, 1727'de Inverness yakınında kurmuş olduğu bir döküm fabrikasında kullanılmak üzere tasarımladı. Britanya hükümeti 1845'teki büyük isyandan sonra Kuzey İskoçya sakinlerini silahsızlandırdı ve diğer şeyler arasında eteği de yasa dışı ilan etti. Etek, 1780'e kadar büyük oranda gözden kaybolmuştu. İskoç eteğinin yeniden dirilişi, desenler ve klanlar arasındaki bağın kurulması büyük oranda birkaç gayretkar bireyin çalışması sayesindeydi. Londra ve Edinburg'da Kuzey İskoç geleneklerinin yeşertimine ve korunmasına kendilerine adayan topluluklar kuruldu. Etek desenleri ve Kuzey İskoç klanlar arasında Ortaçağ'a uzanan bir bağlantı olduğunu ileri süren kitaplar – Allen kardeşlerin *Vestarisizm Scotium* ve *The Custome of the Clans* gibilerini içeren – yayımlandı. Yavaş yavaş, bu eteğin –antik klanlarla ilintili olduğu açıkça ileri sürülen farklı renkleri ve desenlerinin– İskoçların ulusal kimliklerini kutlamak üzere bir araya geldikleri fırsatlarda İskoçya'nın ulusal kimliğinin sembolü haline geldiği bir gelenek moda haline geldi.

Geleneğin icadı hakkındaki 'literatürün çoğu, geleneksel pratiklerin ve inançların geçmişin yeşertiminde içerimlenen uydurma derecelerini vurgulamakla ilgilendi. Geleneklerin bir çoğu sadece göründüklerinden daha eski değildir, aynı zamanda mitler ve yarı-hakikatlerle de yüklüdür. Bu mit ve yarı-hakikatlerin kökenleri belirsizdir. Ancak bu literatür bizim burada ele aldığımız konularla özel ilgisi olan bir başka temayı aydınlatır: Geleneğin yeniden icadında ve bölgesel birimlere yeniden demirlemesinde medyanın oynadığı role tanıklık eder. Ekose desenler ve

Kuzey İskoçya klanları arasında (hemen hemen sahte olduğu kesin) bağlar kuran ve İskoçya'nın ulusal sembolü olarak İskoç eteğini kabul ettirmeye katkı yapan Allen kardeşlerin kitapları, medya ürünlerinin, geleneklerin sembolik içeriklerini alması ve onları belirli bölgeler ve mekânlara yeniden demirlemeye adapte etme kapasitesini örneklemektedir. Bu noktayı çarpıcı bir biçimde gözler önüne seren bir diğer örneğe bakalım.

Britanya monarşisiyle bağlantılı geleneklerin çoğu, göründüklerinden çok daha az eskidir. Kuşkusuz Avrupa'nın başka bölgelerinde saray yaşamında olduğu gibi kraliyet ritüelleri, Tudor ve Stuart saraylarının genel bir özelliğidir. Ancak David Cannadine'nin gösterdiği gibi, günümüzde İngiliz monarşisiyle ilintili törensel pratiklerin birçoğu gerçekte on dokuzuncu ve erken yirminci yüzyılların bir yaratımıdır.¹⁶ Geç ondokuzuncu yüzyıl öncesindeki kraliyet törenleri çoğunlukla saray ve aristokrasinin diğer üyelerinin yararına icra edildi; bu törenler genellikle, içinde Londra kökenli elitlerin kendi ortak dayanışmalarının yer aldığı grup ritüelleriydi. On dokuzuncu yüzyılın ilk üç çeyreğinde, İngiliz monarşisinin büyük törenleri metropol ve taşra basınında yoğun bir şekilde kendine yer buldu. Ancak basının tavrı genelde düşmancaydı; monarşi, basında popüler eleştiri ve alay konusuydu. Törenler genel olarak son derece ehliyetsiz tarzda düzenlendi. Prens Regent'in kızı Prenses Charlotte'un 1817'deki cenaze töreninde cenazeyi kaldıranlar sarhoştular. York dükü on yıl sonra öldüğünde Windsor'daki küçük kilise öyle rutubetliydi ki, matemdeki-

¹⁶ David Cannadine, 'The Context, Performance and Meaning of Ritual: The British Monarchy and the "Invention of Tradition", c.1820 – 1977', *İbid* içinde, s. 101 – 64.

lerin çoğu soğuk algınlığına yakalandı, rutubetin tesirini giderme çabası ateşli romatizmaya yol açtı ve Londra piskoposu öldü.¹⁷ IV. George'un, IV. William'ın ve Victoria'nın taç giyme törenleri prova edilmemiş ve kötü yönetilmişti. Bu törenler zamanın kraliyet yorumcularının ağır eleştirilerine uğradı.

Gelgelelim 1870'lerin sonlarından başlayarak İngiliz monarşisinin kraliyet ritüelleri ve kamusal imajları değişmeye başladı. Kraliçe Victoria'nın 1887'deki Altın Jübilesi'yle birlikte devlette önemli olayların planlanmasında ve organizasyonunda çok daha büyük çabalar icat edildi. Daha önce oldukça hantal olaylardan sayılan törenler giderek debdebeli gösterilere dönüştü, kılı kırk yaran biçimde planlandı ve dikkatli bir şekilde prova edildi. Üstelik on dokuzuncu yüzyılın sonlarında kitleye yönelik popüler basının ortaya çıkışıyla birlikte monarşinin kamusal gösteriminde anlamlı bir dönüşüm görüldü. Önceki onyılların alaycı karikatürleri ve eleştirel yorumları giderek yerlerini monarşinin popüler basındaki saygın temsiline bıraktı. Ve büyük kraliyet törenleri duygusal ve hürmetkar tarzda tasvir edildi. Monarşinin reel politik gücünün önemli oranda azaldığı bir zamanda devletin başı ve ulusal birliğin sembolü olarak konumu; kraliyet ritüellerinin ayrıntılandırılması, yeniden canlandırılması ve popüler basında kutlanması sayesinde artırıldı. Önceleri esas olarak Londra kökenli elitlerle kısıtlı gelenekler, şimdi basılı medya yoluyla yeniden biçimlendi ve daha fazla sayıdaki seçmene ulaştı. Bu gelenekler sadece dönüştürülmedi, gerçekte belli açılardan yeniden icat edildi: Saray yaşamındaki tarihsel temellerinden koparıldı ve giderek bütün nüfusa erişilebilir kı-

¹⁷ Ibid, s. 117.

İmdi. Kraliyet ritüelleri, medya ürünlerinin işlenmesi sayesinde sıradan bireylerin gündelik yaşamlarına yeniden gömüldü; ve bu ritüellerin giderek temsil etmek üzere tasarlandığı ulus-devlet sınırlarına, birliğine ve bütünlüğüne yeniden bağlandı.

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde, siyasal açıdan ulusal birliğin tarafsız simgesi olarak monarşinin rolü, yayıncılığın ortaya çıkışıyla daha da arttı. BBC'nin ilk Genel Müdürü olan John Reith monarşinin sadık bir yanlısıydı ve büyük devlet törenlerine katılım duygusunu taşıma aracı olarak radyonun potansiyelinin hemen farkına vardı.¹⁸ York Dükü'nün 1923'teki nikahıyla başlayan ilk büyük kraliyet törenleri radyodan canlı yayınlandı. Dinleyicilerin, çan seslerini, atları, arabalarını ve çığlık atan kalabalıkları işitmelerini sağlamak için mikrofon konumlandırmaya büyük özen gösterildi. Hızlı toplumsal değişim çağında, anakronizm törenlerin sadece görkemini artırdı. Masalsı bir niteliğe büründü törenler. 1950'lerde televizyonun gelişmesiyle birlikte kraliyet törenlerindeki anakronistik görkeme tüm ihtişamıyla erişilebilmekteydi. Şimdi nüfusun önemli bir bölümü düzenlenen törenleri dinlemenin yanısıra izlemekteydi de. Kraliçe Elizabeth'in 1953'teki taç giyme töreni, bir İngiliz yöneticinin tacının geniş kamu tarafından izlenebildiği ilk özel olaydı.¹⁹

Kraliyet törenlerinin zaman içinde geçirdiği biçimleri

¹⁸ İbid, s. 142; ayrıca bkz. J. C. W. Reith, *Into the Wind* (Londra: Hodden and Stoughton, 1949); Andrew Boyle, *Only the Wind Will Listen: Reith of the BBC* (Londra: Hutchinson, 1972).

¹⁹ Dolayimli bir ritüel olarak taç giyme töreni üzerine bir tartışma için bkz. David Chaney, 'A Symbolic Mirror of Ourselves: Civic Ritual in Mass Society', *Media, Culture and Society*, 5 (1983), s. 119 – 35. Ayrıca bkz. Daniel Dayan ve Elihu Katz, *Media Events: The Live Broadcasting of History* (Cambridge: Harvard University Press, 1992).

düşünerek, çoğu geleneğin sadece icat edilmiş karakterini değil, ayrıca anlam ve kapsamının değiştiği boyutu da kavrayabiliriz. Kraliyet ritüelleri, bunların gösterimlerinde fiziksel olarak hazır bulunan elit üyelerin yararına icra edilirken, giderek medya aracılığıyla saray yaşamının yüz yüze bağlamlarından kopmuş ve geniş alımlayıcıların erişimine sunulmuştur. Ve böylece bu ritüellerin anlam ve amacı değişmiştir. Günümüzde bu ritüeller, artık metropol elitlerin ortak dayanışmasını teyit etmeye hizmet etmektedir. Daha ziyade; büyük monarşik törenler tüm yurttaşların, nerede olurlarsa olsunlar, tanık olabildikleri ve hayal ederek katılabildikleri ulusal kimliğin dolayımlanmış kutlamaları haline gelmektedirler.

Medyaya böyle bağımlı olan geleneklerin bu araçlara karşı kırılğan hale gelmesinin ayrıca şaşırtıcı bir tarafı yoktur. Monarşi, dolayımlı görünürlük çağında hassas bir konumdadır. Monarşi ve onunla bağlantılı kraliyet ritüellerinin çekiciliği, bir taraftan monarşinin gündelik parti politikasının üzerinde yer alma ve kendisini doğruluk ve dürüstlük gövdesi olarak temsil etme kapasitesinden kaynaklanır. Antik giysili ve zamanın saygın âdetleriyle yönetilen bu gövde, televizyon ekranlarında görünen özenle hazırlanmış törenlerde hepimizin önünde yeniden sahneye çıktığında, monarşiye ve onun temsilcilerine öteki bir dünyanın parıltısını bahşeder. Diğer taraftan, zamanın monarşik temsilcilerinin giderek dolayımlı olan bir dünyada sıradan bireyler olarak, kadınlar ve erkekler olarak görünmekten kaçınmaları güçtür. Doğum kusuru dışında diğer bireylerden farkları azdır, diğerleri gibi aynı arzularca yönlendirilirler, aynı zayıflıklara açıktırlar, aynı günahlara yatkındırlar. Sıradan dünya ile öteki dünya arasındaki, monarşinin

resmiliği ile temsilcilerinin tümüyle sıradan yaşamları arasındaki gerilimdir bu. Bu gerilim son yıllarda monarşiyi derinden sarsmış ve onun geleceğine dair spekülasyonları güçlendirmiştir.

Bu kısımda, geleneklerin alındığı, yeniden biçimlendirildiği ve bir ölçüde zamanla yeniden icat edildiği bazı biçimleri inceledim. Bu noktada, ele aldığımız örneklerin 'icat edilmiş' özellikleri dolayısıyla 'yapay gelenekler' oldukları tartışılabilir. İnsanlara üstten empoze edilen 'yapay gelenekler' aşağıdan kendiliğinden geliştiği iddia edilen geçmişin 'otantik gelenekleri'nin karşıtıdır. Otantik geleneklerin tersine bu 'sözde-gelenekler'in bireylerin günlük yaşantılarında temelleri olmadığı; bireylerin pratik eylemleri sayesinde yaratılmadığı ve sürdürülmediği; bunun yerine siyasal seçkinler, girişimciler, turizm endüstrisinin destekleyicileri ve kendi kendilerine geçmişin muhafızları olduklarını ilan eden bir sınıf tarafından insanlara empoze edildiği ileri sürülmüştür.²⁰

Bu çizgideki tartışma ilginç olmakla birlikte kanımca konunun asıl noktasına değinmez. Bu tartışma, otantik ve yapay gelenekler arasındaki ayrımda ısrar etmekle (ve otantığı genelde geçmişe göndermekle) geleneklerin dolayımı sembolik formlarla giderek harmanlandıkları gerçeğinin anlamını kavramakta başarısızlığa uğramaktadır. Gelenekğin sembolik içeriği medya ürünlerinde dile getirildiğinde gündelik pratik yaşam bağlamlarından zorunlu olarak ve bir yere kadar uzakta kalmaktadır; geleneklerin tesisi ve sürekliliği giderek yüz yüze karakterli olmayan etkileşim

²⁰ Bu savın daha yeni bir versiyonu için bkz. Gross, *The Past in Ruins*, 4. bölüm. Ne var ki, şaşıtııcı bir biçimde Gross, Hobsbawm ve arkadaşlarının geleneğın icadı üzerine çalışmalarına atıfta bulunmaz.

formlarına bağımlı hale gelmektedir. Ancak ağırlıklı olarak dolayımli sembolik formlara bağılı kalan gelenekler, sadece yüz yüze etkileşim yoluyla yayılanlardan *ipso facto* daha az otantik değildir. İletişim medyasının giderek etkin olmaya başladığı bir dünyada, gelenekler dolayımli sembolik formlara bağımlı hale gelmiştir; özel mekânlardan sökülmiş ve toplumsal yaşama yeni tarzlarda yeniden ilişkilendirilmişlerdir. Gelgelelim geleneklerin sökülmesi ve yeniden demirlemesi, ne onları zorunlu olarak otantik olmayana dönüştürür ne de onların çöküşüne işaret eder.

Göçmen Halklar, Göçebe Gelenekler: Kültür Çatışmasının Bazı Kaynakları

Geleneklerin köklerinden söküldüğü, yeni bölgesel birimlere yeniden işlendiği ve yeniden demirlendiği bazı yönler üzerinde durduk. Ancak geleneklerin sökülmesi ve yeniden kökleştirilmeleri, ayrıca, modern toplumların başka yönelimleri ve gelişimsel özellikleriyle karmaşık biçimlerde örülüdür. Bu açıdan özellikle önemli bir karakteristik, halkların göçleri, yer değiştirmeleri ve yeniden yerleşmeleridir. İnsanlar dünyanın bir bölgesinden diğerine taşındıklarında (ya da zorla taşındırıldıklarında) genellikle geleneğin bir parçasını oluşturan değerler ve inançlar setini de yanlarında götürürler. Bu gezgin ve göçebe gelenekler, hikayelerin yüz yüze etkileşim bağlamlarında yeniden anlatılmaları ve ritüelleşmiş tekrarlarıyla kısmen sürdürülebilir. Göçebe gelenekler giderek kökenlerinden uzaklaştığı ve içinde bu geleneklerin yeniden sahnelendiği yeni koşullardan kaynaklanan sembolik içeriklerle içli dışlı hale geldiği için yavaş yavaş bir karakter değişimine uğramaktadır.

Göçebe gelenekler ritüelleşmiş yeniden gösterim sayesinde varlıklarını kısmen devam ettirirken, aynı zamanda dolayimli sembolik materyallerle de yakından ilişkili hale gelebilir; çünkü iletişim medyası, gelenekleri belirli mekânlardan sökmekte ve geleneklerin sembolik içeriğine bir miktar zamanda süreklilik ve mekânda hareketlilik sağlamaktadır. İletişim medyası, mekânsal söküme karşın dolayimli sembolik formları özgüleyerek kültürel devamlılığı sürdürmenin ve geleneği yeni ve farklı bağlamlarda canlandırmanın yolunu temin eder. Bu yüzden iletişim medyası, göçmen ya da yerinden edilmiş gruplar arasında geleneğin canlanması ve sürmesinde önemli rol üstlenir. Gruplar, farklı dillerin konuşulduğu, farklı gelenek ve adetlerin yaşandığı ülkelere yerleştiklerinde bu rol özellikle anlamlı görünür. Bu, örneğin Britanya ve dünyanın başka yerlerine yerleşmiş Güney Asya kökenli aileler arasında Hint filmlerinin popüleritesiyle iyi anlaşılabilir.²¹

Geleneklerin medya ve göçmen nüfus hareketleriyle yayılması, devasa çeşitlilik ve karmaşıklık dünyasında kültürel bir peyzaj yaratmıştır. Aynı zamanda bazı açılardan yeni olan gerilim ve çatışma biçimlerine de yol açmıştır. Bu gerilimleri farklı bağlamlarda ve farklı düzeylerde fark edebiliriz. Örneğin aile bağlamı içinde göçmen anneler ile onların çocukları, kökeni uzak bir yere dayanan geleneklerin değerleri konusunda farklı görüşlere sa-

²¹ Bkz. Maire Gillspie, 'Technology and Tradition: Audio-Visual Culture among South Asian Families in West London', *Cultural Studies*, 3 (1989), s. 226 – 39; ayrıca bkz. Arjun Appadurai, 'Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy', Mike Featherstone (der.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity* (Londra ve Newbury Park, Calif.: Sage, 1990) içinde, s. 295 – 310.

hiptirler. Anne ve babalar bu geleneklere ve kökeni eski olan geleneklerin korunmasına daha fazla önem verebilirlerken, yaşadığı topluluklar içinde daha fazla asimile olan çocukların aynı geleneklere biraz kötümser, hatta aşağılamayla yaklaşması muhtemeldir. Bu nedenle medya ürünlerinin özgülenmesi –bir ailenin videoda film izlemesi gibi- biraz çelişik hal alabilir. Çocuklar, bu kendine mal etme eylemine nahoş bir yükümlülük olarak itibar ederlerken, aileler geleneksel bağları canlandırmada önemli bir fırsat olarak nitelerler.

Kuşaklararası bu gerilim ve çatışma, ayrıca bir bireyin farklı taraflara çektiği değer ve inançlar seti olarak öznel bir şekilde tecrübe edilebilir. Bir kişi, kökenleri uzak yerlere uzanan geleneklere biraz sempati besleyebilir, büyüleyici hislerle bağlanabilir ve hatta kendi gerçek yaşam koşulları üzerinde bu geleneklerin az da olsa etkisi olduğu duygusuna kapılabilir. Geleneklerin ritüel tekrarına ve medya ürünlerinin sürekli işlenmesine karşın, bu gelenekleri gündelik pratik yaşam bağamlarına gömmek zor olabilir. Birey, bir tarafta mekânsal ve zamansal olarak uzak bir geçmişe gönderme yapan değer ve inançlarla; diğer tarafta geleceğe vurgu yapan inanç ve değerler demetiyle parçalanmışlık duygusuna kapılabilir.

‘Köken arayışı’nın karmaşıklığını ve belirsizliğini bu bakış açısıyla değerlendirebiliriz. Belli medya ürünlerinde ifade edilen ve bu ürünlerin işlenmesiyle ilintili bir kültür projesi olarak köken arayışının göçmen nüfuslarla güçlü ancak müphem bir ilişkisi vardır. Arayışın cazibesi, bireyleri (gerçek ya da hayali) kökenleriyle yeniden ilişkilendiren gelenekleri ıslah etmesi ve gerçekte icat etme yolu önermesidir. Bu kökenlerle zamansal ve mekânsal

mesafe ne kadar artarsa köken arayışı da o aranda artabilir, çünkü bu arayış bir kişinin bazı açılardan baskı altına alınan, ihmal edilen veya damgalanan benliğinin bir yanını yeniden biçimlendirmesine yardımcı olabilir. Ve bireyler de kökeni olduğu iddia edilen yerle bağlantısı olan gelenekleri ıslah eden projeye karşı derin bir müphemlik duygusuna kapılabilirler. Çünkü, göç ve yer değiştirme ile ilgili gerçekler ne olursa olsun, bireyler kendilerini inşa etmek istediği yaşam biçimi ile bu geleneklerin ilintisinin az olduğunu hissedebilirler. 'Aileler kendi kültürlerini çocuklarına göstermek için filmleri ... kullanırlar,' diye ifade etti genç bir Güney Asya kökenli Londralı, 'ancak bu temsil edilenler benim köklerime ait olmadıkları için bir işe yaramayacak, bu yer [Hindistan] bana artık hiçbir şey ifade etmiyor.'²²

Göçmen ve yerinden kopmuş gruplar arasında geleneğin korunması ve canlandırılmasının bir gerilim ve çatışma kaynağı olabileceği başka durumlar da vardır. Kısmen kültürel göçlerin sonucu, kısmen de medya ürünlerinin küreselleşmesi yüzünden, farklı grupların gelenekleri giderek birbirleriyle temas etmiştir. Gelgelelim gelenekler arasındaki temasa, farklı gruplar içindeki bireylerin karşılıklı uzlaşmalarındaki artışın eşlik etmesi zorunlu değildir. Tersine, geleneklerin karşılaşması değişen derecelerde hoşgörüsüzlük ve anlayışsızlık üzerine temellenen daha yoğun çatışma biçimlerine –makro iktidar ve eşitsizlik ilişkileriyle bağlantılı olduklarında daha yoğun çatışmalara- yol açabilir. Salman Rüşdi sorunu, bu kültürel çatışmanın canlı bir örneğidir. Küresel dolaşımdaki bir ürün olan *Şeytan Ayetleri*, farklı geleneklere kökleşmiş bir değerler çatışması-

²² Aktaran Gilsspie, 'Technology and Tradition', s. 238.

nı hızlandırdı. Farklı gelenekler arasındaki mekânsal engeller kültür göçleri ve iletişim akışıyla erozyona uğramasına karşın, anlayışlar arasındaki uçurumlar halen devam etmektedir.

Gelenekler arasındaki temas, ayrıca, sınır-belirleyici eylem biçimlerindeki artışa götürebilir. Geleneklerin bütünlüğünü korumak ve geleneklerle ilintili kolektif kimlik biçimlerini yeniden ortaya koymak için girişimler yapılabilir. Bu sınır-belirleyici eylemler, hem sembolik hem de bölgesel olabilir –birincil ilginin, gelenekleri yabancı sembolik içerikten korumak olduğu anlamda sembolik; gelenekleri korumanın, bu gelenekleri, başka bölge veya yerleri zorla dışarıda bırakacak şekilde belirli bölge ya da yerlere yeniden gömme girişimiyle birleşmesi anlamında bölgesel. Bir bölge, bazılarının, kolektif kimliği kısmen geleneklerle şekillenen bir grup insanla özel bir ilişkiyi taşıyan şey olarak gördükleri ‘yurt’ (‘homeland’) halini alır. Ve bu tür bir sınır-belirleyici eylemin –bu eylem özellikle siyasal ve zorlayıcı iktidarın çoğalmış araçlarıyla bir araya geldiğinde kendisini en kaba şiddet biçimlerinde nasıl ortaya koyabildiğini çok iyi bilmekteyiz.

Halkın ve geleneklerin buluşmasının gerilim ve çatışma kaynağı olabileceği bazı durumları ortaya koymaya çalıştım. Ancak bu buluşma sürecinin muazzam bir kültürel yaratıcılık ve dinamizm kaynağı olabileceği ayrıca vurgulanmalıdır. Popüler müzik, sanat ya da sinema literatürü alanında farklı geleneklerden gelen konuların birlikte kaynaşması –kültürün sürekli melezleşmesi- çoğu özgün ve heyecan verici çalışmanın özünü oluşturur. Bu kaynaşma süreci, kurulu uzlaşmalardan beklenmedik şekillerde ayrılan, sürekli yön değiştiren ve yeni formlar kazanan yeni

bir kültürel hareketlilik yaratır.²³ Ve kültürel göçler ile iletişim akışları tarafından giderek dönüştürülen bir dünyada, gelenekler başkalarıyla karşılaşmaların potansiyel yenilikçi sonuçlarından daha önce görülmedik ölçüde daha az korunaklı hale gelir.

²³ Bkz. Néstor Garcia Canclini, *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (Mexico, D.F.: Grijalbo, 1989); Jesús Martin-Barbero, *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*, çev. Elizabeth Fox ve Robert A. White (Londra ve Newbury Park, Calif.: Sage, 1993), 9. bölüm; Stuart Hall, 'The Local and The Global: Globalization and Ethnicity' ve 'Old and New Identities, Old and New Ethnicities', Anthony D. King (der.), *Culture, Globalization and the World System* (Basingstoke: Macmillan, 1991) içinde, s. 19 – 39 ve 41 – 68; James Lull, *Media, Communication, Culture: A Global Approach* (Cambridge: Polity Press, 1994), 5. bölüm.

VII

DOLAYIMLANMIŞ BİR DÜNYADA BENLİK VE DENEYİM

Bu bölümde dolayım lanmış bir dünyada gündelik yaşama, deneyime ve benliğin doğasına odaklanmak istiyorum. Başlangıç noktam, modern toplumların gelişmesiyle birlikte benlik-yapımı sürecinin, bireylerin kendileri için sağlam bir kimlik inşa etmelerinde kendi kaynaklarına daha fazla yönelmeleri anlamında daha düşünsel ve açık uçlu olmaları görüşüdür. Benlik-yapımı süreci aynı zamanda giderek dolayım lanmış sembolik materyaller tarafından beslenmektedir. Sembolik malzemeler, benlik-yapımı ile paylaşım mekânları lokaller arasındaki bağlantıyı -tahrip etmeksizin- esnetmekte ve bireylere hazır olan seçenekler sahasını oldukça genişletmektedir. Bu bağlantı, uzak kaynaklardan gelen ve dolayım lı yaygın iletişim ağları sayesinde bireylere hazır hale getirilen enformasyon ve iletişim formlarına insanların giderek erişebilmeleri ölçüsünde gevşetilmektedir. Diğer anlatımla bireyler, yavaş yavaş bizim genel bir şekilde 'yerel olmayan bilgi' diye ta-

nımlayabileceğimiz şeye erişebilmektedirler. Gelgelelim, benlik-yapımı ile paylaşılan mekân arasındaki bağlantı yok edilemez, çünkü yerel olmayan bilgi daima belirli mekânlardaki insanlar tarafından özgülennmekte ve bu bilginin anlamı –onun bireylere ne anlam ifade ettiğı, bireylerce onun nasıl kullanıldığı– daima alımlayıcıların çıkarlarına ve özğüleme sürecine taşıyacakları kaynaklara bağı olmaktadır.

Medyanın gelişmesi sadece benlik-yapımı sürecini zenginleştirmez ve dönüştürmez; aynı zamanda daha önce var olmayan ve yüz yüze etkileşimin içtenlik özelliğinden farklı olan yeni tür yakınlık türleri üretmektedir. Bireyler, yüzyüze etkileşim durumlarında, esas olarak karşılıklılık karakterindeki içtenlik biçimlerinin üstesinden gelebilirler; yani, bireylerin başkalarıyla olan yakın ilişkileri; çift yönlü eylem ve ifadeleri, kazanımları ve kayıpları, haklar ve yükümlölükleri kapsar. Karşılıklılık, kuşkusuz eşitlik anlamına gelmez. Samimiyet ilişkileri müteakıl olabilmesine karşın –sık sık– eşitsiz yönlerde yapılandırılabilir. Ancak dolayımı yeni iletişim biçimlerinin gelişmesiyle birlikte yeni yakınlık ilişkileri mümkün hale gelmektedir. Telefon konuşması ya da mektup değiş-tokuşu sayesinde yürütölen dolayımı etkileşim durumunda bireyler, karşılıklılık karakterinde ancak ortak bir mekânı paylaşmadan yoksun olan bir yakınlık formu oluşturabilir. Tersine yarı-dolayımı etkileşim durumunda bireyler, esasında karşılıklı olmayan bir yakınlık biçimi yaratabilir ve kurabilir. Bu yeni dolayımı, karşılıksız, zaman ve mekâna yayılan biçimdir ki, örneğın, bir yıldız ile taraftar arasındaki ilişkinin temelini oluşturur. Bu dolayımı yeni form, yüzyüze etkileşimdeki karşılıklılık karakterine

sahip olmadığı için rahatlatıcı olabilir. Ancak aynı zamanda, içinde bireylerin başkalarına güven duydukları bir bağımlılık biçimi halini de alabilir. Güvenilecek başkalarının eksikliği ve onlara ulaşamama, onları bir tapma nesnesine döndürür.

Medyanın gelişmesi karşılıksız yeni yakınlık biçimleri üretirken, aynı zamanda modern toplumların tipik başka eğilimleriyle çatışan yeni ve özgün bir deneyim kaynaşması da yaratır. Modern toplumlar, gündelik yaşamın zamansal ve mekânsal bağlamları içinde görece yüksek düzeyde kurumsal ve deneyimsel ayrılaşmaya uğrar; (hastalık, delilik, ölüm gibi) belli sosyal olgular günlük yaşamdan uzman kurumlara ve personele havale edilir. Günümüzde çoğu birey için kronik fiziksel rahatsızlıktan ya da ruh hastalığından acı çekme veya ölme deneyimi, gündelik yaşamın sıradan ve rutin bir özelliği olmak yerine nadir görülen olaylardır. Gelgelelim deneyimin bu 'bölülenmesi'ne ya da 'parçalanmasına' paralel bir gelişme ortaya çıkmıştır: Medyanın gelişmesi, bireylerin gündelik yaşam mekânlarında pek karşılaşmaları olası olmayan olguları, deneyimleme kapasitelerini artırmıştır. Bugün Batı'da çok az insan hijyenik olmayan şartlardan ya da açlıktan acı çeken, keskin bir nişancıyla vurulan ya da öldürücü deniz kabuklarıyla sakatlanan insanlarla doğrudan karşılaşabilir; ancak çoğu, televizyon ekranlarında bu tür ızdıraplara tanıklık edebilecektir. Günümüzde deneyimleme kapasitesinin karşılaşma eylemiyle bağlantısının koparıldığı bir dünyada yaşamaktayız. Günlük yaşamlarımızın zamansal-mekânsal mahallerindeki deneyimin parçalanması, dolayimli deneyimin artışıyla ve çoğu insanın nadiren yüz yüze geldikleri deneyimlerin rutin kaynaşmasıyla yan yana gider.

Bireyler, gündelik yaşamlarındaki dolayimli deneyimin istilasıyla nasıl baş edebilmektedirler? Şüphesiz, kendilerini ilgilendiren dolayimli tecrübelere odaklanarak ve diğerlerini görmezden gelerek ya da süzerek seçici davranırlar. Ancak bireyler ayrıca kolay anlaşılamayacak olgulardan anlam çıkarmak ve bu olguları kendi yaşam bağlam ve koşullarıyla ilişkilendirmek için de mücadele ederler. Bireylerin enformasyon bolluğunda kaybolmaları, dolayimli imaj ve görüş açıları bolluğuyla yönlerini bulamamaları ve eylemsizlik içinde uyuşup kalmaları pek öyle büyük bir sorun teşkil etmez. Günümüzde çoğu insanın karşılaştığı problem, daha ziyade, sembolik yer değiştirme sorunudur: Deneyimleme kapasitesinin karşılaşma eylemiyle artık bağlantısının kalmadığı bir dünyada dolayimli deneyimleri kendi günlük pratik yaşam bağlamlarımızla nasıl ilintilendirebiliriz? Günlük yaşamlarımızın bağlamlarından uzak yerlerde meydana gelen olaylarla nasıl ilgilenebilir ve bu olayların deneyimini kendimizi inşa ettiğimiz katı yaşam yörüngemize nasıl ekleyebiliriz?

Bölüm içinde daha sonra bu sorulara döneceğim. Önce, benliği oluşturma dolayimli sembolik biçimlerle giderek iç içe geçtiği durumları daha yakından inceleyerek başlamak istiyorum. Daha sonra, bir karşılıksız yakınlık durumu olan taraftar ve yıldız arasındaki ilişkiden yararlanarak medyanın yarattığı yeni yakınlık türünü araştıracağım. Üçüncü kısımda, bireylerin dolayimli deneyimin istilasıyla günlük yaşamlarında nasıl başa çıktıkları sorusuna geri dönmeden önce dolayimli deneyimin doğasını ve gerçek deneyimle ilintisini inceleyeceğim.

Sembolik Bir Proje Olarak Benlik

Son yıllarda bir çok eleştirel sosyal teorinin –genellikle

eleştirel medya çalışmalarına yoğun etkisi olan sosyal teorilerin- daha az talihli miraslarından birisi, benlik konusunda üretilen zayıf düşünceler oldu. Büyük oranda 'yapısalcı' gelenekte çalışan otoriteler için ya da yaklaşımları yapısalcı dilbilimcilerin varsayımları tarafından etkilenenler için benlik, genelde onu önceleyen sembolik sistemlerin inşası ya da bir ürünü olarak düşünülür. Bireylerin başlangıçta ortaya konulan olasılıklara göre düşünen ve hareket eden öznelere dönüştürüldüğü yönleri belirtmeye çalışmak için Althusser'in 'çağırma'sından Foucault'nun benliğin 'teknikleri' ya da 'teknolojileri'ne değin değişik terimler sunuldu. Şüphesiz ki (bazılarının 'ideoloji' olarak adlandırdıkları ancak çoğunun 'söylem' olarak nitelediği) egemen sembolik sistemler, bireyin her adımını belirlemeyecektir. Satranç oyununda olduğu gibi egemen sistem bireylere açık olan ve olmayan adımların hangileri olduğunu belirleyecektir –Önemsiz sayılamayacak bir farkla. Toplumsal yaşam, satrancın tersine, oynamamak seçeneğinin söz konusu olmayacağı bir oyundur.–

Bu bölümde yukarıda belirtilen yaklaşımdan kökten farklı olan bir benlik açıklaması geliştireceğim. Burada geliştireceğim açıklama öncelikle yorumsamacı geleneğe borçludur,¹ ancak sembolik etkileşimciler ile başkalarının çalışmalarının da etkilerini taşır. Bu açıklamaya göre ben-

¹ Özellikle bkz. Paul Ricoeur, 'The Question of the Subject: The Challenge of Semiology', çev. Kathleen McLaughlin, *The Conflict of Interpretations: Essays in Hermeneutics* içinde, der. Don Idhe (Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 1974), s. 236 – 66. Ricoeur'ün diğer şu çalışmalarına da seyrek de olsa başvurdum: *Freud and Philosophy: An Essay on Interpretation*, çev. Denis Savage (New Heaven ve Londra: Yale University Press, 1970); *Hermeneutics and the Human Sciences: Essays on Language, Action and Interpretation*, der. ve çev. John B. Thompson (Cambridge: Cambridge University Press, 1981); ve *Oneself As Another*, çev. Kathleen Blamey (Chicago: University of Chicago Press, 1992).

lik, ne dışsal sembolik sistemin bir ürünü ne de bireyin hemen ve doğrudan kavrayabildiği sabit bir varlıktır. Benlik, daha ziyade, bireyin aktif bir şekilde inşa ettiği sembolik bir projedir. Bireyin kendisine hazır olan sembolik malzemelerden, kim olduğunun sağlam bir açıklamasına ve kendi kimliğinin anlatısına dokuduğu, materyallerden yararlanarak inşa ettiği bir projedir. Bu, yaşamın akışında yeni sembolik malzemelerden beslenen, yeni deneyimlerle karşılaşan ve giderek kimliklerini yeniden tanımlayan çoğu insanın gözünde zamanla değişen bir anlatıdır. Kendimize veya başkalarına kim olduğumuzu anlatmak, nereli olduğumuzu nasıl kavradığımızın ve buraya nereden geldiğimizin –yeniden anlatım sürecinde sürekli düzeltilen- anlatılarını yeniden ifade etmektir. Bizler kendi kendimizin gayri resmi  yk c leriyiz, çünkü ne kadar gevşek örüntülü olursa olsun sadece bir hikaye inşa etmekle kim olduğumuza ve geleceğimizin ne biçim alabileceğine dair algıyı şekillendirebilme kabiliyetine erişiriz.

Aktif ve yaratıcı benliği vurgulamak, benliğin toplumsal açıdan sımrlandırılmamışlığını ileri sürmek anlamına gelmez. Tersine, inşa ettiğimiz kimlik unsurlarını oluşturan sembolik materyaller eşitsiz dağıtılmıştır.² Bu sembolik kaynaklara herkes benzer şekilde erişemez. Bu kaynaklara erişim, bazılarının sahip oldukları, diğerlerinin olmadıkla-

² Bu nokta, başkalarının yanı sıra Bourdieu tarafından da vurgulanmış ve belgelenmiştir. Bourdieu'nün eylem kuramının temel konularından biri, bireylerin davranış biçimlerini, algılamalarını vb. şekillendiren eğilimlerin (ya da 'habitus'), içinde kazanıldıkları ayrı toplumsal koşullar tarafından yapılandırıldıklarıdır. ( zellikle bkz. Pierre Bourdieu, *The Logic of Practice*, ev. Richard Nice (Cambridge: Polity Press, 1990), s. 52 ve devamı). Eylemin toplumsal koşulları üzerindeki vurgu önemlidir, ancak bu koşulların, yaratıcı ve yapıcı bir tasarı olarak benlik kavramını zayıflatmak yerine güçlendirerek bir şekilde kavramsallaştırılması da önemlidir.

rı becerileri gerektirir. Üstelik, bireylerin kendi benlik algılarını inşa etmek için sembolik kaynaklara başvurdıkları yöntemler, bir ölçüde, kendi yaşamlarının maddi koşullarına bağlı olacaktır.

Şayet bu genel yaklaşımı benliğin doğasına uyarlarsak, iletişim medyasının gelişiminin benliğin-yapım sürecinde olağanüstü etkisi olduğunu anlayabiliriz. Medyanın gelişiminden önce, çoğu bireyin benlik-yapımı amacı doğrultusunda kullandığı sembolik materyaller yüz yüze etkileşim bağlamlarında elde edilmekteydi. İnsanlar için benliği inşa etme, başkalarıyla birlikte yaşadıkları ve etkileşime girdikleri mekânlarla sınırlanmıştı. Sözlü değiş tokuş sayesinde kuşaktan kuşağa aktarılan ve yaşamın pratik gerekliliklerine uyarlanan 'yerel bilgi'³ bireylerin bilgisini oluşturmaktaydı. Yüz yüze etkileşimdeki enformasyon akışı kalıpları, birçok bireyin kavrayış ufuklarının sınırlarını belirlemişti. Kalıplar bazı durumlarda; gezgin ve seyyar satıcı gibilerinin faaliyetleri sayesinde günlük yaşamın yakın çevresinin ötesine taşınmaktaydı. Ancak bu koşullarda bile uzaktaki kaynaklardan gelen ve yüz yüze etkileşimin genişletilmiş ağları yoluyla yayılan enformasyonun, yerel topluluk içindeki yetkili bireylerce yorumlandığı görülmektedir.

İletişim medyasının gelişmesiyle birlikte bu değişik koşullar kökten değişmektedir. Benliğin inşası süreci yavaş yavaş dolayimli formlara –basılı ve sonra elektronik aracılı biçimlere- erişime bağlı hale gelmektedir. Yerel bilgi maddi bir yüzeye sabitlenen, teknik olarak çoğaltılan ve medya sayesinde aktarılan yerel olmayan yeni bilgi formları tarafından tamamlanmakta ve giderek yerinden edilmektedir.

³ Clifford Geertz, *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology* (New York: Basic Books, 1983).

Bireyler, artık yüz yüze aktarılmayan yeni bilgi formlarına erişebildikleri için uzmanlık, giderek yüz yüze etkileşim yoluyla tesis edilen iktidar ilişkilerinden sıyrılmaktadır. Bireylerin anlama ufukları genişlemektedir; bireyler artık yüz yüze etkileşim kalıplarıyla sınırlanmak yerine dolaımlı iletişimin genişleyen ağıları tarafından biçimlenmektedirler. Lerner'ün terimleriyle medya, bir 'hareket çoğaltıcısı', bireyleri günlük yaşam çevrelerinden uzaklaştıran hayali bir seyahat biçimi haline gelmektedir.

Medyanın gelişmesi benliği yerel olmayan bilginin yeni formlarına ve dolaımlı sembolik materyalin başka türlerine açtığı için, benliğin düşünömsel örgütlenmesini zenginleştirmekte ve hızlandırmaktadır. Bireyler dolaımlı iletişim biçimlerine eriştikleri için benliklerinin *inşasına* yönelik genişleyen bir sembolik kaynaklar sahasına başvurmaktadırlar. Sembolik materyallerin yüz yüze etkileşim sayesinde değış tokuş edilmeleri gibi dolaımlı materyaller de benliği inşa sürecine dahil edilebilir; benlik, giderek, sayesinde bireyin bu materyalleri (diğerlerinin yanı sıra) sağlam ve sürekli gözden geçirdiğı biyografik bir anlatıya kattığı düşünömsel bir proje olarak organize edilir.⁴ Medyanın gelişmesi, ayrıca, benliği oluştıracak sembolik kaynakların genişlemesi, bireylerin sürekli yeni fırsatlarla karşılaşmaları, ufuklarının sürekli değışmesi ve sembolik referans noktalarının devamlı surette değışkenlik göstermesi bağlamında, benliğin düşünömsel örgütlenmesini derinleştirir ve hızlandırır. Sözlü geleneklerde somutlaşan ve belirli mekânlara bağılı görece durağan anlama

⁴ Benlik kavramının düşünömsel karakteri Anthony Giddens tarafından dikkatlice incelenmiştir; bkz. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* (Cambridge: Polity Press, 1991), özellikle s. 75 ve devamı.

çerçevelerine geri dönmek giderek zorlaşmaktadır. Benliğin düşününsel örgütlenmesi giderek toplumsal yaşamın asli bir unsuru haline gelmektedir –benliğin düşününsel örgütlenmesi sadece önceden varolduğu için değil (şüphesiz biraz ve bir ölçüde böyleydi), fakat dolayimli sembolik materyallerin devasa kapsamda genişlemesinin daha önce varolmayan bir boyut ve tarzda benlik üzerine yeni talepler koyması ve benliğin inşasında yeni olanaklar açması nedeniyledi.

Benliğin düşününsel örgütlenmesindeki dolayimli hızlanma, hem bireyler hem de topluluklar için istikrarsız sonuçlar yaratabilir. Dolayimli materyallerin çoğalması, bireylere sembolik ya da temsili tarzda alternatif yaşam biçimleri arayışının araçlarını sunabilir; alternatiflere şöyle bir göz atma ve böylece kendi kendilerini ve kendi gerçek yaşam koşullarını eleştirel olarak yansıtmaya imkanı sunabilir. İnsanlar sembolik mesafelilik süreci sayesinde dolayimli materyalleri kendi yaşamlarını yeni tür bir çerçeveden görmek için kullanabilirler – Lull’un çalışmasındaki Çinli izleyiciler gibi. Bu izleyiciler için televizyonda uluslararası haberleri izlemenin çekiciliği, haberlerin açık içeriklerinde değil fakat daha ziyade izleyicilerin yabancı şehirlerdeki sokak görüntülerini, yabancı evlerdeki ev yaşamıyla ilgili sahneleri izleme ve genel olarak kendi yaşam koşullarını eleştirel bir şekilde düşünmelerini sağlayacak bir algıyı, başka diyarlarda insanların nasıl yaşadıkları algısını edinme fırsatında yatar.⁵

Şimdiye kadar medyanın gelişmesinin benliğin düşününsel örgütlenmesini zenginleştirdiği ve hızlandırdığı

⁵ James Lull, *China Turned On: Television, Reform and Resistance* (Londra: Routledge, 1991), s. 170 ve devamı.

bazı yönlerin altını çizmekle yetindim, ancak bu ilişkinin olumsuz yanları üzerinde henüz durmadım. Şimdi, medya ürünlerinin artan işlevlerinin benliğin oluşumunda olumsuz sonuçlar oluşturduğu birkaç noktayı ele almak istiyorum. Bunlar (1) ideolojik iletilerin dolayimli tecavüzü; (2) dolayimli bağımlılığın çift yönlü doğası; (3) sembolik aşırı yüklemenin yönsüzleştirici etkisi ve (4) yarı dolayimli etki-leşimde benliğin kaybolması olarak sınıflandırılabilir.

(1) İdeoloji fikri son yıllarda çok tartışılmış ve eleştirilmiştir; öyle ki, bazı analizciler bu kavramı tamamen terk etmeyi tercih edebilmişlerdir. Ben bu görüşte değilim. Başka bir yerde göstermeye çalıştığım gibi ideoloji kavramı, bu terime geçmişte hayli yüklenmiş bazı yargılardan arındırılması koşuluyla sembolik biçimlerin analizinde kullanışlı ve önemli bir role sahiptir.⁶ Sembolik formların belirli koşullarda egemenlik ilişkilerini tesis etmeye ve sürdürmeye hizmet edeceği yönleri dikkatimizi çekecek dinamik ve pragmatik bir ideoloji kavramsallaştırmasını önermiştim. Bu kavramsallaştırmaya göre spesifik sembolik biçimler *aslında* ideolojik değildirler; sadece belirli koşullarda eşitsiz iktidar ilişkilerini sistematik olarak kurmaya ve sürdürmeye hizmet ettikleri sürece ideolojiktirler.

İdeolojiyi bu şekilde tanımlarsak, medyanın gelişmesinin, ideolojik iletileri zaman ve mekânda potansiyel olarak iletme ve belirli mekânlara yeniden gömme kapasitesini muazzam artırdığını anlayabiliriz. Diğer bir anlatımla, medyanın gelişmesi, ideolojik iletilerin gündelik yaşamın pratik bağlamları içine dolayimli sızıışları için koşullar yaratır. Ancak ideolojinin bağlamsal karakterini vurgulamak

⁶ Bkz. John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication* (Cambridge: Polity Press, 1990).

önemlidir. Dolayımlı iletilerin ideolojik olup olmadığı, bu iletileri alan ve kendi yaşamlarıyla düşünömsel bir şekilde ilişkilendiren bireylerin alımlama tarzlarına bağılı olacaktır. Alışılmış imajlarla, teskin edici iletilerle yüklö metinler ve medya programları aslında alımlayıcılar tarafından alınıp oldukça beklenmedik biçimlerde kullanılabilir. Medya iletilerinin ideolojik karakterini anlamak için bu iletilerin alımlayıcıların yaşamlarına kattığı durumları, benlik-yapımı projelerinin parçaları haline nasıl geldikleri ve gündelik yaşamın pratik bağlamlarında nasıl kullanıldıklarını düşünmek gerekir.

Dolayımlı sembolik formların analizinde bu ideoloji kavramı ve kullanımının yarattığı metodolojik sorunları tartışmanın yeri burası değildir –başka bir yerde bu konuları ayrıntılı biçimde tartıştım.⁷ Burada bu açıklamanın daha genel ve ötsel yönleri üzerinde yoğunlaşmak istiyorum. Medyanın gelişmesi benliğin düşünömsel örgütlenmesini zenginleştirirken, hızlandırırken ve medya iletilerinin düşünömsel özgülönmösinin hem bireyler hem de kurulu iktidar ilişkileri için rahatsız edici sonuçları olurken, bu sonuçların *her zaman* bozucu olduğunu ileri sürmek yanıltıcı ve belirsiz olabilir. Açıkça görünmektedir ki, bazı bağlamlarda medya iletilerinin işlenmesi iktidar ilişkilerinin parçalanması ve altının oyulması yerine bu ilişkileri düzenlemeye ve teşvik etmeye hizmet eder. Üstelik dolaıymalı sembolik biçimler, benlik oluşumu projelerine düşünömsel olarak katıldıklarında –örneğin, erillik ve dişillik, etnik kimlik ve bunun gibi kavramsallaştırmalarla bir arada olduklarında- medya iletileri oldukça güçlü bir ideolojik

⁷ İbid, 6. bölüm; ve John B. Thompson, 'Depth Hermeneutics and the Analysis of Symbolic Forms', *Sociology*, 25 (1991), s. 395 – 401.

rol üstlenirler. Bu iletiler benlikte derinden kökleşirler ve açık inanç ve kanaatlerde öyle çok ifade edilmezler; daha ziyade, bireylerin kendilerini dünyaya taşıdıkları, kendilerini ve diğerlerini ilintilendirdikleri ve genelde kendi sınır ve çerçevelerini anlamaya yaklaştıkları tarzlarda ifade edilirler.

(2) Şimdi, iletişim medyasının gelişmesinin benlik oluşum sürecinde olumsuz sonuçlarının olabildiği ikinci bir konuyu ele alalım. Medya ürünlerini kullanma, benliğin düşününsel örgütlenmesini zenginleştirmekte ve hızlandırmaktadır, ancak aynı zamanda giderek bu düşününsel örgütlenmeyi, bireyin görece az kontrolünün bulunduğu sistemlere bağımlı kılmaktadır. Dolayimli bağımlılığın çift yönlü doğası dediğim şey budur: Dolayimli sembolik formlar benlik-yapımı sürecini ne kadar çok zenginleştirirse, benlik de kendi denetimi dışındaki medya sistemlerine o kadar fazla bağımlı hale gelir. Bu bakımdan düşününselliğin ve bağımlılığın birbirinin karşıtı olması zorunlu değildir. Benliğin düşününsel örgütlenmesinin derinleşmesi, benlik oluşumuna sembolik materyaller sağlayan sistemlere artan bağımlılıkla paralel gider.

Dolayimli bağımlılığın çift yönlü doğası modern toplumların daha genel yönelimli özelliğinin bir parçasıdır. Modern toplumların gelişmesiyle birlikte bireylerin giderek nasıl kendilerine başvurmak ve kendi tasarruflarında bulunan sembolik ve materyal kaynaklar ile, sağlam bir yaşam projesi inşa etmek zorunda kaldıklarını açıklamıştım. Benlik, giderek düşününsel bir proje olarak organize olur. Bu düşünsel proje sayesinde birey otobiyografik bir anlatı formunda bir öz kimlik inşa eder. Ancak bireyler aynı zamanda, giderek bir dizi sosyal kuruma ve sisteme

bağımlı hale gelmektedirler. Bu kurum ve sistemler bireylere yaşam projelerini inşa etmeleri için –maddi ve sembolik- araçlar sağlamaktadır.⁸ Bireyin ulaşmayı arzu edebileceği bir yaşam projesindeki adımlar; eğitim sistemi, çalışma pazarı, sağlık sistemi ve bunun gibi kurum ve sistemlere girmektir, ancak bu adımları gerçekleştirme fırsatları farklı dağıtılmaktadır ve başkalarının kararlarına bağımlıdır. Bunlara ve başka sistemlere erişim, çoğu bireyin anlamlı bir şekilde nüfuz edemeyeceği araçlarca ve süreçlerce yönetilir; bu araçlar ve süreçlerin bireylerin yaşam fırsatları ve öz kavrayışlarında çok önemli tesirleri olabilir. Bu, bireylerin geç yirminci yüzyılda artan oranda karşılaştığı bir paradokstur: Benliğin düşünümsel örgütlenmesindeki hızlanma, bireyleri, üzerinde görece az denetime sahip oldukları sosyal sistemlere giderek bağımlı hale getiren koşullar altında gerçekleşir.

Düşünümsellik ve bağımlılık –ya da Beck’in terimleriyle bireyselleşmenin ve kurumsallaşmanın- paradoksu, modern toplumsal yaşamın hakim özelliğidir: Bu, hiçbir şekilde sadece medya alanıyla sınırlanamaz. Ancak, şayet dikkatimizi medyanın gelişim ve benliğin oluşum süreci arasındaki ilişkiye odaklarsak, bu paradoksun önemini anlayabiliriz. Medya ürünlerine artan erişimin bireylerin kendilerini gündelik yaşamın zamansal-mekânsal bağlamlarından uzaklaştırmalarına ve aldıkları iletileri ve fikirleri düşünümsel bir şekilde işleyen yaşam projeleri inşa etmelerine olanak veren sembolik araçlar sunmasında olduğu gibi, bireyler de –kendi benlik oluşumları ve esnek bir ta-

⁸ Bu paradoks üzerine aydınlatıcı bir tartışma için bkz. Ulrich Beck, *Risk Society: Towards a New Modernity*, çev. Mark Ritter (Londra ve Newbury Park, Calif.: Sage, 1992), özellikle 5. bölüm.

nımlamayla, tasavvur edilen yaşam bakımından- dolayımı-
lı sembolik biçimlerin üretimi ve yayılımı için çoğu kişinin
üzerinde görece az kontrole sahip olduğu karmaşık sistem-
lere giderek bağımlı hale gelmektedirler.

(3) Dolayimli sembolik malzemelerin artan kullanımı
sadece benlik oluşumu süreçlerini zenginleştirmeyebilir:
Aynı zamanda yönelimsizlik etkisi yaratabilir. Medyanın
sunduğu iletilerin muazzam çeşitliliği ve çokluğu, 'sembo-
lik aşırı yüklenme'ye yol açabilir. Bireyler, sadece yaşamlar-
ının eleştirel muhasebesini yapmayı temin eden, bir diğer
anlatımla, sadece verili kabul ettiği görüşlere tezat oluşturan
bir dünya vizyonu ile karşılaşmaz: Bireyler, hepsi etkin
ve uygun bir şekilde özümselemeyen benlik oluşumunun
sayısız anlatılarıyla, dünyanın sayısız vizyonlarıyla, enfor-
masyon ve iletişimin sayısız formlarıyla karşılaşır. İnsanlar,
dolayimli sembolik malzemelerin o zamana kadar görülmedik
ölçüdeki artan akışıyla nasıl başa çıkabilmektedirler?

Kısmen, özümseledikleri materyallerde çok seçici davranarak
başla çıkarlar. Bireyler kendilerine hazır olan dolayimli
sembolik malzemelerin sadece küçük bir parçasını özümserler.
Gelgelelim, insanlar, dolayimli sembolik biçimlerin artan
yoğunluğu içinden kendilerine geçiş sağlayacak uzmanlık
sistemlerinden yararlanırlar, bunları geliştirirler. Bu uzmanlık
sistemleri medya ağlarının bir parçası olabilir -örneğin, bireyler
izleme tercihlerine yön vermek için film ya da TV eleştirmenlerinin
kanaatlerine güvendiklerinde. Gelgelelim insanlar ayrıca günlük
yaşamlarında etkileştikleri ve önemli gördükleri başkalarına da
güvenirler, hangi sembolik materyalin özümsemeye değer olduğu,
hangilerinin olmadığı ve bunların nasıl yorumlanacağı

çağı konularında önemli kişilere bir uzman kaynak olarak itibar ederler.

Medya iletileriyle ilgili uzman öğüt kaynakları olarak önemli ötekilere bağımlılık, Katz ve Lazarsfeld'in erken çalışmalarından son yıllardaki incelemelere kadar iyi ortaya konulmuştur.⁹ Örneğin Janice Radway'in romantik kurgu okuyucularına dair çalışmasını düşünelim.¹⁰ Romantik kurgunun sıkı takipçileri baş döndürücü kitap dizisiyle karşılaşmaktadırlar. Düzinelerce yeni başlıklar her ay yayımlanmakta ya da yeniden basılmaktadır. Bu yeni materyal yığınıyla bireyler nasıl baş etmektedirler? Kısmen, kendi uzmanlık sistemlerini geliştirmektedirler. Bu sistemler bireyleri seçici olmaya yönlendirmektedir. Bireyler örneğin, hangi yazarların ve eserlerin kendilerini en fazla memnun edeceklerini, yayımcıların tanıtıcı yazılarını nasıl anlamlandıracaklarını ve kapağın ikonografisini nasıl kodaçımına uğratacaklarını öğrenirler. Gelgelelim bireyler ayrıca kanaatlerine değer verdikleri başkalarından da öğüt talep ederler. Radway'in okuyucularından yerel bir kitapçı müşterisi olan, Dorothy'nin ('Dot') oynadığı rol hayatiydi. Dot, romantik kurgu dünyası hakkında aşırı bilgiliydi ve yerel topluluk içindeki çoğu kadın hangi romanların okunmaya değer, hangilerinin değmez olduğu konusunda ona bir öğüt kaynağı olarak güveniyorlardı. Bu kadınlar onun yargısına güven duymaktaydılar, çünkü Dot, özel bir yayımcıya bağlı

⁹ Bkz. Elihu Katz ve Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (Glencoe, Ill.: Free Press, 1955). Elbette bu çalışmanın modası artık geçmiştir ve çözümlemenin sorgulanabilecek pek çok yönü bulunmaktadır. Ancak, modelin temel fikri olan iki aşamalı iletişim akışı, anlamını bir ölçüde hala korumaktadır.

¹⁰ Bkz. Janice A. Radway, *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984).

olmayan uzman tavsiyelerde bulunmakta ve okuyucuların hayal kırıklığı ve boşa harcanan maliyet riskini en aza indirecek şekilde yeni otoriteleri ve yeni 'çizgileri' tecrübe etmelerine yardımcı olmaktaydı. Üstelik Dot, kitabevi aracılığıyla tanımadığı okuyuculara öğütlerini ulaştıran 'Dorothy'nin Roman Okuma Günlüğü' adlı bir bülten yayımlamaya başlamıştı. Dorothy'nin ünü arttığında yayımcılar bültende kitap eleştirisi sütunlarına girebilmek ümidiyle basılacak kitapların provalarını ona göndermeye başladılar. Dot gidecek, okuyucuların pek çok eser arasından eleme yapmalarına ve bu ürünleri bulmalarına yardım eden kültürel bir aracı rolü üstlendi.

Bu örnek, bireylerin her zamankinden fazla artan dolaşımly sembolik formların akışıyla başa çıkabilmek için pratik uzmanlık sistemlerini nasıl inşa ettiklerini ve onlardan nasıl yararlandıklarını iyi temsil eder. Şüphesiz pratik uzmanlık sistemlerindeki gelişme, bireylerin medya ürünlerini sahiplenme alanıyla sınırlanamaz. Yaşamın diğer alanlarında –örneğin sosyal yardım sistemleriyle nasıl uğraşacaklarını ya da kişisel ilişkilerle nasıl baş edeceklerini veya ciddi hastalık ya da yaralanmalara nasıl uyum sağlayacaklarını bilmede– bireyler, seçenekler arasında eleme yapacak ve de profesyonel ve başkalarının görüşlerini dengeleyecek pratik uzmanlık sistemleri inşa ederler.¹¹ Ve bireyler bu sistemleri kurarlarken bir kaynak olarak medya ürünlerine başvururlar. Kitaplar, el kitapları, radyo ve TV programları ve benzerleri yaşamın zorlukları ve karmaşasıyla nasıl baş edileceği üzerine daimi öğüt kaynağı olurlar.

¹¹ Bkz. Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity* (Cambridge: Polity Press, 1990). S. 27 ve devamı; Zygmunt Bauman, *Modernity and Ambivalence* (Cambridge: Polity Press, 1991), s. 199 ve devamı.

Radway'ın romantik kurgu okuyucuları bu noktayı yine iyi temsil ederler: Kendilerine hazır sayısız başlıklar arasından kendi romanlarını seçmek için Dot'un uzmanlığına başvuran okuyucular, daha sonra metinlerden çıkardıkları iletileri kişisel ilişkilerini kolaylaştırmak ve günlük yaşamın gereklerini karşılamak için pratik uzmanlık sistemine katarlar. Romantik bir kurgu okumak, çok fazla umut veren ancak bu umudun çok azını karşılayan ve içinde mutluluğa giden yolun mücadele edilmesi, dayanılması ve sonuçta üzerinden gelinmesi zorunlu sancılı engellerle dolu olan bir ilişkiyi nasıl idare edeceğinin bir dersidir. Geertz'in deyişiyle bu, bir duygusal eğitim biçimidir.¹²

Medyanın gelişmesi böylece, modern toplumların daha geniş karakteristik dinamiğinin asli bir parçasıdır. Bu dinamiği karmaşıklığın ve uzmanlığın etkileşimi olarak adlandırabiliriz. Bireylerin toplumsal çevresi giderek (kısmen dolayimli sembolik formlardaki yoğun artış sayesinde) karmaşıklaştığında, bireyler kendilerini bu karmaşayla başa çıkabilecek ve modern dünyada yaşamının beklentilerini karşılayacak (kısmen, bir kaynak olarak dolayimli materyallerden çıkarılan) pratik uzmanlık sistemini inşa edeceklerdir. Medya böylece toplumsal karmaşıklığın büyümesine katkı yapmakta ve bireylere bununla nasıl baş edileceği konusunda daimi bir öğüt kaynağı haline gelmektedir.

(4) Medyanın gelişiminin benlik-yapımı sürecinde olumsuz sonuçlar yaratabildiği dördüncü bir noktayı ele alalım. Medyanın gelişmesinin yarı dolayimli etkileşim olarak adlandırdığım yeni bir etkileşim durumu yarattığı-

¹² Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures* (New York: Basic Books, 1973), s. 449.

nı göstermeye çalıştım. Yarı dolayimli etkileşime katılım çoğu insanın gündelik sosyal etkinliklerinden birisidir; dolayimli sembolik materyaller benliğin oluşum sürecinde zengin kaynaklardan olmasına karşın sadece tek kaynak olduğu söylenemez. Bireyler gündelik yaşamlarının akışında karşılaştıkları aile, arkadaş ve başkalarıyla yüz yüze etkileşim sayesinde değiş-tokuş edilen sembolik materyallere ağırlıklı olarak başvururlar. Gelgelelim açıktır ki, bazı durumlarda bireyler ağırlıklı olarak dolayimli sembolik materyallere güvenirlir. Bu materyaller bireylerin kendilerini oluşturma projelerinde başvurdukları ve düşünümsel bir şekilde bu projelerine eklemledikleri büyük bir kaynak olmaktan ziyade, bireylerin güçlü ve duygusal açıdan bağlı oldukları bir kimliğin nesnesidir. Benliğin düşünümsel karakteri, ki onun sayesinde bireyler sembolik materyalleri (dolayimli ve başka türlü) benlik-yapımının görece özerk bir sürecine düşünümsel bir şekilde katabilir, pek fark edilemeyecek başka bir şey içinde kaybolur: Benlik yarı dolayimli etkileşim içine emilir.

Benliğin emilimi özdeşleşimselliğin aşkıya alınmasını gerektirmez; daha ziyade benliğin düşünümsel karakterinin genişlemesi ve derinleşmesi olarak anlaşılabilir. Birey, benlik yapımı sürecine dolayimli sembolik materyalleri düşünümsel bir şekilde katabildiği içindir ki bu materyaller kendi içlerinde amaçları olan, çevresinde bireyin kendi yaşamını ve benlik algısını organize etmeye başladığı sembolik inşalar halini alır. Bu yüzden benliğin yarı dolayimli etkileşimdeki emilimi, benliğin düşünümsel örgütlenmesinden niteliksel açıdan farklı bir olgu değildir: Benliğin düşünümsel örgütlenmesinin bir versiyonudur. Dolayimli sembolik materyallerin benlik için sadece bir kaynak değil,

aynı zamanda benliğin merkezi uğraşı haline geldiği bir noktaya uzanır benliğin düşünsel örgütlenmesi.

Bireyler dolayimli sembolik materyalleri niçin başvuru kaynağı olarak kullanmak zorundadır? Yarı dolayimli etkileşimi diğerleri arasında sadece bir toplumsal katılım formu değil de daha ziyade bir bireyin toplumsal yaşamının diğer yanları ve benlik algısının organize edilmesi etrafında birincil bir katılım formu haline getiren doğası nedir? Bu soruları yanıtlamak için yarı dolayimli etkileşimin özgün karakterini ve bu etkileşimi olanaklı kılan biçimleri kişisel yakınlık düzeyinde incelememiz gerekir.

Mesafeli Karşılıksız Yakınlık

Yarı dolayimli etkileşimin medyanın biçimlendirdiği kişisel ilişkilerin doğası bağlamında özellikle önemli olan iki yönü vardır. Birincisi, yarı dolayimli etkileşim zaman ve mekâna yayılı olduğu için aynı zamanı ve mekânı paylaşmayanlar arasında bir yakınlık formu oluşturur; yani 'mesafeli yakınlık' olarak tanımlanabilecek şeyi mümkün kılar.¹³ İkincisi, söyleşmeli olmadığı için yarı etkileşimle kurulan yakınlık biçimi karşılıksızdır, yani yüz yüze etkileşimin karşılıklılığını ve ortaklılığını içermeyen bir samimiyet biçimidir.

Karşılıksız mesafeli yakınlığın bireyler için bedelleri olduğu kadar çekici yönleri de vardır. Yüz yüze etkileşim bağlamlarının gerektirdiği yükümlülüklerin dışında bireylere samimi bağlar kurabilme imkanı verir. Bireyler karşılıklı tahahhütler ağına girmeksizin hayali bir

¹³ Donald Horton ve R. Richard Wohl, 'Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance', *Psychiatry*, 19 (1956), s. 215 – 29.

şekilde kişilerarası ilişkileri keşfetme fırsatını bulurlar. Yarı dolayımlı etkileşim sayesinde tanınan uzaktakiler, yaşamın zaman-mekân bağlamlarına az çok yerleşen başkalarıdır. Uzak yerlerden eğlence sunan, öğüt veren, olayları anlatan ve konuşan düzenli ve güvenilir arkadaşlardır. Onlar, yüz yüze etkileşim yoluyla sürdürülen ilişkinin özelliği olan karşılıklı talebin ve karmaşanın uzağındadırlar.

Dolayımlı ilişkilerin karşılıksız karakteri, alımlayıcıların uzaktaki başkalarının insafına terk edilmeleri ve hiçbir kontrole sahip olmadıkları anlamına gelmez. Aksine, uzaktakilerin alımlayıcılarla aynı zamansal-mekânsal yerlerde konumlanmamaları ve normal koşullarda alımlayıcılarla yüz yüze etkileşim halinde katılımcı olmamaları gerçeği; alımlayıcılara, uzaktaki başkalarıyla arzu ettikleri ilişkileri kurmada ve sürdürmede önemli bir hareket sahası sağlamaktadır. Yarı dolayımlı etkileşimin yarattığı yakınlığın kısmi çekiciliği kesinlikle bu durumda yatar: Bireylere, başkalarına karşı olan sorumluluklarının koşullarını belirleme ve içtenliğin karakterini biçimlendirmede geniş alan sağlayan bir yakınlık türüdür. Bireyler, başkalarını, yüz yüze etkileşimin sınırlılıklarının dışında, medya sayesinde tanırırlar.

Modern toplumlardaki çoğu birey, uzaktaki başkalarıyla herhangi bir biçimde karşılıksız yakınlık ilişkileri kurabilir ve bunu sürdürebilir. Aktörler ve aktristler, haber sunucuları ve talk show konukları, pop starlar ve başkaları; bireylerin gündelik yaşamlarının akışı içinde tanıdık ve bildik figürler haline gelirler. Gelgelelim bazı durumlarda karşılıksız içten ilişkilerin belli bireylerin yaşamında daha fazla önem taşıyabileceği açıktır. Bu ilişkiler bireylerin ya-

şamlarının o derece önemli parçası haline gelir ki, bireyler yaşamlarının başka alanlarını daraltmaya başlarlar. Günlük etkileşim bazen can sıkıcı ve karmaşık sonuçlarıyla uzaktakilerin belirlediğı koşullarda yeniden tanımlanır. 42 yaşında,        annesi ve evli bir kadın olan Joanne'nin Ő u açıklaması üzerinde düşünelim:

Kocamla aşk yaptığım da onu Bary Manilow olarak d ş lerim. Her zaman.

Ve sonra, kocamla seviştiğimde ve onun Bary Manilow olmadığını farketdiğimde, kendi kendime       atarım.

Genellikle karanlıkta a larım, gözyaşlarımı bir Şekilde gizlemeye gayret ederim.

Bu rezillik pek çok insanın da başına geliyor. Bary tutkunlarıyla tanışana dek onların sayısını farketmedim. Pek çoğu evli, a a ı yukarı benimle aynı yaştalar, benimle aynı duyguları ta ımaktalar, benimle aynı Şeyi yapmaktalar. Bu konuda yalnız olmadığımı bilmek rahatlatıcı.

Ancak Şimdi bile bazı zamanlar kolay değil. Çok ama çok can sıkıcı. Çünkü bazen, başka Şeylerin yanında, bundan berbat suçluluk duyuyorum...

Zannediyorum ki bu, insanlara bir çeşit dinden gelen bir Şey. Daha fazlasını açıklamak gerçekten imkansız. Fakat insanlar Tanrı'dan yaşamlarına yardımcı olacak bir eyler elde ederler. Ve Bary-belki bunu söylemem lazım, bunu hissediyorum- böyledir; O, aynen böyle bir Şeydir. O, ya amımda bana yardımcı oluyor.

Ancak sadece böyle de değil, çünkü ben aynı zamanda ona hayranım. Onu kesinlikle çekici buluyorum. Bu tek taraflı bir aşk. O, benim fantazilerimin a ı ıdır. Depresyondayken arkadaşımıdır. O, oradadır ve ya amımda elde etmeye ihtiyaç duyduğum bir Şey olarak hizmet ediyor gibi.¹⁴

¹⁴ Bu, Fred ve July Vermorel tarafından *Starlust: The Secret Life of Fans'* te (Londra: W. H. Allen, 1985) yazılan çok sayıda açıklamadan biridir, s. 11 – 12.

Bu samimi ve şaşırtıcı açıklamanın bir ölçüde sıra dışı olduğu kuşkusuzdur ancak uzaktaki başkalarıyla karşılıksız ilişkilerin doğasını aydınlatmada ilginçtir. Joanne'nin, Bary Manilow'la olan tek taraflı aşkı yaşamının ayrılmaz parçası haline gelmiştir; öyle ki, bunu yüz yüze etkileşimle sürdürdüğü içten ilişkilerin dışına atamaz. Esas olarak medya aracılığıyla karşılaşılan uzaktaki bir öteki olarak Bary Manilow, Joanne'nin az çok iradesine göre çağrılabilen, kendi arzularına, duygularına ve isteklerine göre biçimlendirilebilen bir duygusal nesnedir. Manilow'un günlük yaşamın pratik bağlamlarından uzaklığı Manilow'u daimi başvuru kaynaklarından birisi yapmaktadır. Çünkü bir taraftan Manilow'u dolayimli veya imgesel bir formda daima hazır bulunduran ve Joanne'nin onu arzu ettiği tarzda düşlemesini olanaklı kılan; diğer taraftan ise Manilow'u yücelten ve uzak tutan bu mesafedir. Ve bu karşılıksız ilişkinin gündelik yaşam bağamlarına nüfuz etmesi bir karmaşa ve hatta acı kaynağı da olabilir. Bir taraftan başka birisiyle birlikte –gerçekte karşılıksız yakınlık ilişkisinden başka hiçbir şeyinizin olmadığı uzaktaki birisiyle- olduğunuzu düşlediğiniz, diğer taraftan da yüz yüze etkileşim aracılığıyla yakın bir ilişki sahneye koyduğunuz çift yüzlü bir yaşam sürdürmenin farkında olmak zor gelebilir.

Joanne, Barry Manilow tutkunlarıyla tanışmadan önce Manilow ile içten bir ilişki geliştirmişti, ancak Bary taraftarlarıyla tanışmak önemli bir yeni adımı oluşturdu. Bu, Joanne'nin, benzer endişeleri paylaşan bireylerden oluşan kolektivitenin bir parçası olduğunu hissetmesini sağladı. Bu aidiyet duygusunun kendisi teskin edici bir kaynaktı – 'Bu konuda yalnız olmadığımı bilmek rahatlatıcı!' Taraftar (fan) ne demektir? Kavram, pek çok basmakalıp imajla (en

beğendikleri yıldızla şöyle bir göz atmak için mücadele eden, ılık atan gençler; taptığı kadın veya erkeği öldürmekle tehdit eden ve sinsice izleyen takıntılı bir yalnız gibi) yüklü olduğu için özellikle çok kullanışlı değildir. Terimin kendisi ‘fanatik’in kısaltmasıdır ve muhtemelen ilk kez ondokuzuncu yüzyılın sonlarında meraklı spor seyircilerini tanımlamak için kullanılmıştır. ‘Taraftar’ kavramı günümüzde sık sık betimleyici şekilde kullanılmakla birlikte, kavramın etimolojik kökeninde yatan dinsel hezeyan, taşkınlık ve cin çarpması ağrışımıları artık tamamen kaybolmuştur.

Burada geliştireceğim açıklamaya göre taraftarlık, gündelik yaşamın tümüyle sıradan ve rutin bir yanıdır. Taraftarlık, gündelik yaşamı organize etmektir. Bu organizasyon öyle bir tarzda yapılır ki (gösteri sporu gibi) bir faaliyeti takip etmek veya belli medya ürünleri ya da türleriyle bağ kurmak, benliğin merkezi bir uğraşı haline gelir ve birisinin faaliyetinin ve başkalarıyla gerçekleştirdiği etkileşiminin önemli bir bölümünü yönetmeye hizmet eder. Taraftar olmak, benliğin ve gündelik faaliyetin düşünüm-sel örgütlenmesinde bir yoldur. Bu açıdan değerlendirildiğinde taraftar ile taraftar olmayan arasında katı sınırlar bulunmamaktadır. Sınır hattı sadece bir düzey meselesidir – bir bireyin kendisini belirli faaliyetlere, ürünlere ve türlere yöneltmesinin ve kendi yaşamını buna uygun olarak yeniden düzenlemeye girişmesinin derecesi.

Çoğu durumda taraftarlığın önemli bir parçası, uzak-taki başkalarıyla karşılıksız içten ilişki ekimidir. Joanne gibi taraftar olma eylemi karşılıksız yakınlığa gömülü olan çok sayıda insan vardır. Taraftar faaliyetlerine anlam ve amaç kazandıran ilişki budur. Ancak karşılıksız yakınlık ilişkilerinde yoğun ekimin zorunlu olmadığı taraftarlık bi-

çimleri de bulunmaktadır. Örneğin çoğu spor tutkunu belli oyuncularla içten ilişki kurmaktan ziyade belli takımlara sadakat bağları geliştirebilir. Üstelik taraftarlık, tipik olarak uzaktaki bir başkasına karşı duygusal yönelimden çok daha fazlasını içerir. Taraftarlar kayıt, teyp, video ve diğer medya ürünlerini toplamak; koleksiyon, fotoğraf albümü ve gazete kupürleri oluşturmak; konserlere, filmlere ve maçlara gitmek; başka taraftarlara mektuplar yazmak; gazetelere ve 'magazinlere' abone olmak; taraftar kulüplerine katılmak; taraftar toplantılarında hazır bulunmak ve belki daha önemlisi – yüz yüze, telefonla ve hatta bilgisayar ağlarıyla- taraftar olma dışında çok az ortak noktalarını paylaştığı diğerleriyle düzenli konuşmaya kendini adanmak gibi çok yönlü pratik sosyal faaliyetler içinde yer alırlar.

Taraftarlar üzerine çalışanlar taraftar dünyasının; kendi gelenekleri, kendi etkileşim kuralları ve uzmanlık formları, kendi iktidar ve prestij hiyerarşileri, *cognoscente* (profesyonel, ç.n) ve amatör, taraftar ve taraftar olmayan ve bunun gibiler arasında kendi kanonik pratikleri olan karmaşık ve hayli yapılaşmış sosyal bir dünya olduğu gerçeğini aydınlatmışlardır.¹⁵ Taraftar dünyası genellikle mevcut medya endüstrileri ürünlerine bağımlı olabilir ancak bu ürünler sadece taraftarların ikamet ettiği yapılaşmış bir sembolik evrene alınır, dönüştürülür ve dahil edilir. En sadık taraftarlar arasında bu dönüştürücü süreç, özgün medya ürünlerinden beslenmekle birlikte sık sık bunların ötesine geçen bütün yeni tür kitap, video ve sanat çalışmalarının yaratımıyla sonuçlanan oldukça ayrıntılı bir biçim ala-

¹⁵. Örneğin bkz. Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (Londra ve New York: Routledge, 1992). Ayrıca, Lisa A. Lewis (der.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*'daki (Londra ve New York: Routledge, 1992) çeşitli makalelere Bkz..

bilir.¹⁶ Ancak taraftar dünyasına katılım genellikle daha az ayrıntılar gerektirir. Taraftarlar arasında değiş tokuş edilen mektuplar, taraftarlar dünyasını özel bir şeye dönüştürmeye yardım eden kod dünyalarıyla ve özel bilgiyle yüklüdür: Aynı programları seyretmelerine, aynı müziği dinlemelerine veya aynı kitapları okumalarına karşın yaşamlarını bu faaliyetler etrafında yeniden örgütlememiş ve bu faaliyetleri kendi benlik algılarının asli bir parçası yapmamış taraftar olmayanların sıradan dünyasından ayrı bir dünya.

Taraftar olmanın ayrıcalığı nedir? Birisi niçin taraftar olmak ister? Taraftar olma süreci benlik stratejisi olarak anlaşılabilir –yani taraftarlıkla ilintili sembolik formların dönüşümsel işlenmesi sayesinde benliğin gelişme projesi olarak. Uzaktaki başkalarıyla karşılıksız yakın ilişki kuran bireyler için taraftar olmak, bu ilişkiyi büyütmenin ve takviye etmenin bir yoludur. Normalde yüz yüze etkileşimin karşılıklılık bağlamlarında onay görmeyen bir ilişkiye onay vermenin bir yoludur bu. (Normalde taraftar ile yıldız arasındaki mesafenin geçici olarak kapandığı durumlarda bile –konserde olduğu gibi- ilişkinin karşılıksızlığı sürdürülür; taraftarlar için bir konser, mesafeleri geçici olarak askıya alınan diğerleriyle karşılıksız yakınlığı temsil eden bir olaydır.) Bireylere bir ilişkiyi onaylayarak ya da bir bağı kuracak araçlar temin etmekle taraftarlığın sunacak pek çok şeyi vardır. Taraftarlık bireylerin zengin bir sembolik malzeme kaynağına başvurmalarına olanak verir. Bu kaynaklar karşılıksız bir ilişkiyi geliştirmek veya bir bağı yeşertmek için kullanılabilir ve böylece benlik-yapısına dönüşümsel bir şekilde dahil edilebilir.

¹⁶ Star Trek hayranlarının dönüştürücü uygulamalarının ayrıntılı bir açıklaması için bkz. Jenkins, *Textual Poachers*, 5 – 8. bölümler.

Taraftarlığın başka ilginç yanları daha vardır. Bunlardan en önemlisi, bir grubun ya da topluluğun bir parçası olma ve benzer eğilimleri paylaşan başkalarıyla toplumsal ilişkiler ağını geliştirme fırsatı sunmasıdır. Taraftarlar topluluğu, oldukça özgün bir topluluk türüdür. Çoğunlukla belli bir yere sınırlı olmayan bir topluluktur. Taraftarlar konserler veya toplantı gibi fırsatlarda bir araya gelebilirler ancak onların biraradalıkları ortak bir mekânı paylaşma temelinde değildir. Bu yüzden –mektuplar, haber bültenleri, telefon ve bilgisayarlar gibi- dolayimli iletişim biçimleri taraftar topluluğunun gelişiminde hayatidir. Bu dolayimli iletişim biçimlerine rağmen taraftarlar topluluğu, bireylerin kişisel ve duygusal düzeyde derinden bağlı olduğu bir topluluktur. Bu bağlılık, kısmen, çoğu insanın taraftarlığı biraz değersiz görmelerinden kaynaklanır. Bazı bağlamlarda suçluluk ve kendinden şüphe duygularına yol açacak damgalanmış bir faaliyettir bu. Kendini tamdık bir toplulukta seyahat ediyor bulmak, damgalanmış benlik üzerine çökelen suç ve şüpheden kurtulmada muazzam bir inanç kaynağı olabilir.

Ancak bireylerin taraftarlar topluluğuna derinden duygusal ve kişisel aidiyetleri ayrıca, benlik-yapımı projesinin asli bir parçasının taraftarlık olduğunu kanıtlar. Böyledir, çünkü bireyler kendi kimliklerinin önemli bir bölümünü, diğer taraftarlarla bir arada olma eyleminin muazzam tatmin sağlayabildiği taraftar olma deneyiminde sarmalamışlardır. Başka taraftarlarla bir arada olmak, kendi yaşam projesinin inşasındaki seçimlerin tümüyle doğuştan kaynaklanmadığını keşfetmektir. Seçilen yaşam yörüngesinin, başkalarının yaşam yörüngeleriyle önemli oranda iç içe geçtiğini keşfetmektir, öyle ki benliğin belli tarafları

–bazı durumlarda içsel duyguları ve arzuları kapsar- başkalarıyla utanıp sıkılmadan paylaşılabilir.

Taraftarlığı böyle anlarsak, bazı insanların taraftar olma deneyimine niçin her zaman büyük önem verdiklerini de anlayabiliriz. Çoğu insan için taraftarlık, bireylerin kendilerini inşa ettikleri yaşam projelerinden sadece birisidir. Bireyler gündelik yaşamlarındaki pratik bağlamlar ile taraftar dünyası arasında görece kolay hareket ederler. Bu dünyaları ayıran sembolik sınırı gözden kaybetmemişlerdir; gerçekte taraftarlığın hoşnutluk verici yanı, bu sınırın varlığı ve bu sınırdaki az çok iradeyle hareket etme kabiliyetidir. Ancak bazı insanlar için taraftarlığın çekiciliği baskın gelebilir. Taraftar olma deneyimi bir bağımlılık türü haline gelebilir –yani zorlayıcı olan ve bireyin kendi iradesiyle ondan kurtulamayacağı bir eylem biçimidir. Birey uzaktaki başkalarıyla bir yakınlık ilişkisi yeşertmeye (yani benzer bağları geliştirmeye) çalışır; benlik giderek taraftar dünyasında emilir. Böyle olduğunda birey, taraftar dünyasıyla gündelik pratik yaşam bağlamları arasında ayrımı devam ettirmekte zorlanır. Bu dünyalar birbirinden yalıtılamaz hale gelir ve benlik projesi taraftar olma deneyiminden ayrılmaz ve zamanla onun tarafından biçimlenir.

Benlik ve ötekinin, taraftar ve gündelik yaşam dünyalarının bu bileşimiyle birlikte birey, yaşamının kendi deneyiminden çıktığı duygusuna kapılabilir. Taraftar olmak, giderek benliğin pratik bağlamlarını içinde barındıran pek çok faaliyet arasından birisini seçmektir; bu, birisinin onusuz yapamayacağı bir etkinliktir. Benliğin anlatısı ötekinin anlatısıyla iç içe geçer; öyle ki, bir kişi artık bu iki anlatıyı birbirinden ayıramaz. ‘Yıldız, sana çok sahici gelen bir şeyi anlatır ve sen bunu kendinle karıştırırsın. Ve onun yaşamı-

nın tutsağı olursun.’¹⁷ David Bowie tutkunu birisinin ifade ettiği bu görüş, dolayimli sembolik materyallerin düşünsel özgülenmesinin başka birisiyle zorunlu ve benliğin gittikçe denetimi kaybettiği bir uğraş haline gelebildiği durumu yakalar. Bir taraftar olarak deneyimlerini yansıtan bayan şöyle devam eder: ‘Ancak sen, anlatacak başka bir hikayesi olan başka birisin.’¹⁸

Deneyimin Kopuşu ve Dolayımlanması

Uzaktaki başkalarıyla karşılıklı olmayan içten ilişkilerin kurulumu sadece bireylerin medya aracılığıyla sürdürdükleri deneyim tarzından ibaret değildir. Daha genel olarak medya, insanların normalde günlük pratik yaşam bağlamlarında kazanamayacakları bir deneyim sahası sunmaktadır. Tarihsel bir çerçevede değerlendirilirse, bu olgunun önemi anlaşılabilir. Modern toplumların gelişimi, deneyim alanlarında karmaşık bir yeniden düzenlemeyi gündeme getirmiştir. Tıp ve psikiyatri gibi uzman bilgi sistemleri ve hastane, darülaceze ve değişik tiplerdeki sığınma yerleri gibi uzman kurumların doğuşuyla birlikte belli deneyim formları yavaş yavaş günlük yaşam mekânlarından ayrılmış ve giderek belirli kurumsal oluşumlarda toplanmıştır. Örneğin (fiziksel ve zihinsel anlamda) sevilen birisinin ölümü veya kronik hastalık deneyimi, ölüm ve hasta bakımı üzerine uzmanlaşmış bir dizi kurum tarafından şekillenen deneyimlerdir. Bu ve başka deneyim biçimleri günlük pratik yaşam bağlamlarından ayrılmakta ve erişimin belli açılardan sınırlanabildiği ve

¹⁷ Aktaran Vermorel ve Vermorel, *Starlust*, s. 106.

¹⁸ İbid.

de kontrol edilebildiği uzmanlık kurumlarında yeniden oluşturulmaktadır.

Deneyimin bu 'kopuşu'nun belki de en dramatik örnekleri ondokuzuncu yüzyılın başlarından itibaren hapis-hanelerin ve tımarhanelerin gelişmesinde bulunabilir. Bu kurumlar, belirli kategorilerdeki bireyleri toplumun diğer kesimlerinden zorla yalıtmış ve yüksek duvarlar ile güvenli kapıların ardına hapsetmiştir.¹⁹ Önceki yüzyıllarda cürüm işlemekten mahkum olan insanlar, genellikle kırbaçlama, dağlama, boyundurukla teşhir etme ve korkutma gibi kamusal aşağılama ve cezalandırma biçimlerine maruz kalmaktaydılar. Suç işleyenler, herkesin görmesi için teşhir edilmekteydiler. Ancak erken ondokuzuncu yüzyıldan itibaren, mahkumlar giderek kamusal gösterimden büyük oranda uzak kalacakları kurumlara kapatıldı. Günümüzde tıpkı akıl hastalığı tedavisinde olduğu gibi, mahkum edilen suçluların cezalandırılması, insanların günlük yaşamlarının rutin akışında karşılaştıkları bir olgu değildir. Uzmanların alanında olan ve çoğu bireyin olağanüstü bir şey olarak karşı karşıya geldiği bir olgudur.

Ancak deneyimin kurumsal parçalanması bazı açılardan ona karşıt diğer bir gelişmeyle yan yana gitti: Dolaşımli karakterdeki deneyim biçimlerinin yoğun genişlemesi. Deneyimin çoğu biçimi gündelik yaşamın pratik bağlamlarından ayrılır ve uzmanlaşmış kurumlarda yeni-

¹⁹ Bu gelişim Foucault tarafından çok etkili bir şekilde çözümlenmiştir. Özellikle bkz. Foucault, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, çev. Alan Sheridan (Harmondsworth: Penguin, 1977); David Rothman, *The Discovery of the Asylum: Social Order and Disorder in the New Republic* (Boston: Little, Brown, 1971); Michael Ignatieff, *A Just Measure of Pain: The Penitentiary in the Industrial Revolution, 1750 – 1850* (Londra: Macmillan, 1978); Stanley Cohen and Andrew Scull, (der.), *Social Control and the State: Historical and Comparative Essays* (Oxford: Blackwell, 1983).

den oluşturulurken, bireyler dolayımılanmış deneyim biçimlerinde patlamayla karşılaşmaktadırlar. Ve gündelik yaşamın normal akışından ayrılan bazı deneyim formları medya aracılığıyla –belki büyütölerek ve vurgulanarak– yeniden sunulur. Gündelik pratik yaşam bağlamlarında belli hastalık ve ölüm türleriyle nadiren karşılaşılırken, medya sayesinde bunlardan bazı deneyimler ve biraz bilgi elde edilebilir.

Medya aracılığıyla deneyimin parçalanması önemli bir gelişmedir, ancak hikayenin sadece bir bölümünü anlatır. Çünkü medya, gündelik yaşamın normal akışından tedricen ayrılсын ya da ayrılmasın tamamen yeni deneyim formları sunar. Günümüzde ortalama bir televizyon izleyicisi, (gerçek ve gerçeğin benzeri) sayısız ölüm ve katliam olaylarına tanık olabilecek, hastalık ve açlıktan ölen çocukları görebilecek, dünyanın farklı bölgelerinde patlak veren savaşları, çatışmaları ve şiddet gösterilerini seyredebilecek, darbeleri ve karşı darbeleri, devrimleri ve karşı devrimleri izleyebilecektir. Bunları ve televizyonun icadından önce çoğu insanın hiç görmediği başka olayları TV ekranlarında seyredebilecektir. Medya günümüzde farklı yaşam deneyimlerini sürekli birbiriyle kaynaştırmaktadır. Bu kaynaşma çoğu bireyin günlük yaşamını önceki nesillerin yaşamlarından oldukça farklı kılan deneyimdir.

Deneyimin farklı biçimlerinin bu özgün kaynaşmasından nasıl bir anlam çıkartmamız gerekir? Bunun temel özelliklerini ve sonuçlarını nasıl analiz etmeliyiz? Bu soruları iki deneyim türü arasında kapsamlı bir ayırım yaparak yanıtlamaya çalışacağım. Dilthey ile yorumsamacı ve fenomenolojik gelenekler içindeki diğer otoriteleri izleyerek günlük yaşamın akışında tecrübe ettiğimiz deneyimlere

göndermek için (Dilthey'in terimleriyle *Erlebnis*) 'canlı deneyim' kavramını kullanacağım.²⁰ Gündelik yaşamımızın zamansal akışında edindiğimiz bir deneyimdir bu; genellikle ani, devamlı ve açık bir eylemden önce yer alması anlamında ön-düşünümseldir. Burada yorumlayacağım üzere canlı deneyim, gündelik yaşamlarımızın pratik bağlamlarında edinmemiz anlamında ayrıca konumlanmış bir tecrübedir. Canlı deneyimimizin içeriğini dolduran; gündelik yaşamlarımızın pratik eylemleri ve başkalarıyla yüz yüze etkileşim bağlamlarında başkalarıyla olan karşılaşmalarımızdır.

Canlı deneyimi bu anlamda 'dolayımlanmış deneyim' olarak tanımlayacağım deneyimden ayırt edebiliriz. Dolayımlanmış deneyim, dolayımlı ya da yarı dolayımlı etkileşim yoluyla kazandığımız bir deneyim türüdür ve canlı deneyimden birkaç açıdan ayrılır. Burada yarı dolayımlı etkileşim sayesinde kazanılan deneyime yoğunlaşacağım ve onun canlı deneyimden farklılaştığı dört noktayı inceleyeceğim.

İlk olarak, medya dolayımıyla olayları tecrübe etmek, çoğunlukla pratik yaşam bağlamlarından mekânsal (ve belki de zamansal) açıdan uzakta olan olayları deneyimlemektir. Bir kişinin gündelik yaşamında doğrudan karşılaşması muhtemel olmayan olaylardır. Bu nedenle bu olaylar, onları medya sayesinde deneyimleyen insanlar için belli düzeyde vurdumduymaz karaktere sahiptir: Yani dola-

²⁰ Bkz. Wilhelm Dilthey, *Selected Writings*, der. ve çev. H. P. Rickman (Cambridge: Cambridge University Press, 1976), s. 184 ve devamı, 210 ve devamı. Ayrıca bkz. Hans-Georg Gadamer, *Truth and Method* (Londra: Sheed and Ward, 1975), s. 55 – 63; Richard E. Palmer, *Hermeneutics: Interpretation Theory in Schleiermacher, Dilthey, Heidegger and Gadamer* (Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 1969), s. 107 – 11.

yımlanmış olayların bireylerin eylemleriyle etkilenmesi pek olanaklı değildir. Bu olaylar 'yakında' ya da 'erişimde' olmadıkları için alımlayıcıların eylemlerine kolaylıkla uyum sağlayamazlar. Medya aracılığıyla deneyimlenen olaylar ile bir kişinin günlük pratik yaşam bağlamları arasında nedensel ilişkiler görülebilir ancak bu bağlantıların pek çok aracıyı içermesi ve fark edilemeyecek kadar çok genişlemesi de olasıdır.

Dolayımlanmış deneyimin ikinci yönü, olayın gerçekte ortaya çıktığı bağlamdan farklı bir bağlamda deneyimlenmesidir. Dolayımlanmış deneyim daima yeniden bağlamsallaştırılan bir deneyimdir; uzak yerlerde gerçekleşen ve medya ürünlerinin alımlanması ve de işlenmesi sayesinde gündelik pratik yaşam bağlamlarına yeniden iliştirilen bir deneyimdir bu. Dolayımlanmış deneyimin yeniden bağlamsallaştırılma özelliği, onun şok edici ve şaşırtıcı gücü ve de büyüünün kaynağını oluşturur. Büyüsü: Medya, bireylerin zamansal-mekânsal yaşam bağlamlarını değiştirmeksizin onların görece kolay yeni ve oldukça farklı deneyim alanlarına girmelerini sağlar. Deneyim alanları zaman-mekân bağlamlarıyla sınırlanmamakla birlikte bir bakıma bu bağlamların üzerine eklenir; öyle ki bir kişi gündelik pratik yaşam bağlamını değiştirmeksizin bunlar arasında gezinir. Ancak dolayımlanmış deneyimin bağlamsallaştırılmış özelliği aynı zamanda onun şok edici ve şaşırtıcı kapasitesinin de kaynağıdır çünkü bu deneyim, içinde olayın kendisinin ortaya çıktığı bağlamdan -mekânda ve muhtemelen zamanda, ama aynı zamanda sosyal ve materyal yaşam koşullarında- çok öteye götürülen bir bağlamda gerçekleşir. Sudan'dan, Boşna'dan, Somali'den, Ruanda'dan ve başka yerlerden gelen televizyon imajları-

nın şok edici ve şaşırtıcı karakteri sadece bu imajlarda yansıtılan insanların korkunç yaşam koşullarından değil, aynı zamanda, bu insanların yaşam koşullarının, içinde bu imajların yeniden iliştiirildiğı bağlamlarla olan çarpıcı farklılıklarından kaynaklanır. Zaman zaman TV ekranında görünen imajlarından uzaklaşmak, bu medyada sunulan deneyim alanını geçici olarak kapalı tutmak ve gündelik yaşamın tanıdık ve rahatlatıcı gerçeklerine geri dönmek ihtiyacını kim hissetmez?

Dolayımlanmış deneyimin üçüncü yönü, onun 'ilinti yapısı' olarak tanımlayabileceğimiz şeyle ilgisidir.²¹ Şayet benliği, bireyin kendi yaşamında şekillendirdiğı ve yeniden şekillendirdiğı sembolik bir proje olarak anlarsak, o zaman bu projenin ilintili ya da ilintisiz deneyim ve potansiyel deneyimleri belirleyen her zaman değıştirilebilir bir öncelikler setini kapsadığını görmemiz gerekiyor. Bu set, kendimizi inşa ettiğimiz yaşam projesinin asli bir parçasıdır. Tüm deneyimleri veya potansiyel deneyimleri eşit şekilde ilişkilendirmeyiz, daha ziyade kendimizi, benlik projesinin parçası olan öncelik koşullarında bu deneyimlere yöneltiriz. Bu nedenle bireysel açıdan deneyimler ve potansiyel deneyimler, bu deneyimlerin benlikle ilintisi bakımından yapılaşırlar.

Canlı ve dolayımlanmış deneyimin her ikisi de bu şekilde yapılaşırlar, ancak dolayımlanmış deneyimin özellikleri canlı deneyime biraz farklı bir ilinti yapısı bahşeder. Önce canlı deneyimi düşünelim. Birisi gündelik yaşamın zaman-mekân patikalarında hareket ettiğinde devamlı surette canlı

²¹ Deneyimin ilinti yapıları açısından çözümlenmesi, başkalarının yamsıra Husserl ve Schutz tarafından geliştirilmiştir. Özellikle bkz. Alfred Schutz ve Thomas Luckmann, *The Structures of the Life World*, çev. Richard M. Zaner ve H. Tristram Engelhardt Jr. (Londra: Heinemann, 1974), s. 182 – 229.

deneyim içine girer; bu deneyim sürekli, hazır ve en azından bir ölçüde kaçınılmazdır. Canlı deneyim benliğe bir ortam sağlar. Bu deneyim, benlik olarak aynı zamansal-mekânsal yerlerde meydana gelen (ya da buralarda konumlanan kişilerin) ve benliğin eylemleri sayesinde (ya da benliğin potansiyel olarak etkileşimde bulunabileceklerle birlikte) potansiyel tesirde bulunduğu olayların deneyimidir. Canlı deneyimin benlikle büyük ve doğrudan ilintisinin olduğu şüphesizdir çünkü benlik projesi bu deneyim sayesinde oluşturulur ve zamanla yeniden biçimlendirilir.

Dolayımlanmış deneyim durumunda ilinti yapısı biraz farklıdır. Dolayımlanmış deneyim genellikle mekânsal (ve belki de zamansal) açıdan uzaktaki olayları kapsadığı ve bunları deneyimleyen bireylere kolayca yansıyamayacağı için benlikle oldukça zayıf, geçici ve seçici bir ilişkiyi yürütmesi muhtemeldir. Dolayımlanmış deneyim sürekli bir akış değil, daha ziyade benlikle değişen düzeylerde ilintisi olan deneyimlerin süreksiz bir dizisidir. Yaşam projeleri günlük pratik yaşam bağlamlarında kökleri olan çoğu birey için dolayımlanmış deneyimin pek çok biçiminin, bu bireylerin yaşamlarıyla bağlantısı gevşek olabilir: Dolayımlanmış deneyim biçimleri ara sıra ilginç, ara sıra eğlenceli olabilir ancak bireyleri çoğunlukla ilgilendirmez. Gelgelelim bireyler ayrıca, dolayımlanmış deneyim ile kendi günlük yaşamlarının merkezi dokusunu oluşturan canlı deneyimi birleştirerek dolayımlanmış deneyime seçici olarak başvururlar. Dolayımlanmış deneyim benlik projesine dününsel bir şekilde dahil edildiği ölçüde kendine derin ve sağlam bir yer bulabilir.

Günlük yaşamının zaman-mekân patikalarında hareket eden herhangi bir birey için farklı deneyim biçim-

lerinin ilinti yapısının haritasını inşa etmeliyiz. Tayfın bir ucunda sadece canlı deneyime değer veren ve dolayimli formlarla olan bağı görece az olan birey bulunur. Bu kişi için benlik projesi büyük oranda canlı deneyimle biçimlenir. Buna karşın dolayımlanmış deneyimler zaman-mekân patikasının değişik noktalarında gerçekleşebilir. Bu deneyimlerin benlikle uyumu azdır: Onlar mevcut bazı görevlerin tamamlanması amacıyla fark edilebilir, belki hatırlanabilir, ancak benliğin ana ilgisinin kenarında kalmayı sürdürür. Tayfın diğer ucunda, dolayımlanmış deneyimin benlik projesinin merkezinde yer aldığı birey vardır. Kendini adanmış taraftar gibi bu kişi de kendi yaşamını öyle organize eder ki, dolayımlanmış deneyim bu yaşamın düzenli ve esas bir parçası haline gelir. Hatta dolayımlanmış deneyim, canlı deneyimin yerini alabilir, onunla karıştırılabilir; öyle ki, daha önce görmüş olduğumuz üzere, bireylerin bu deneyimleri ayırt etmeleri çok zor olabilir.

Pek çok insan için farklı deneyim biçimlerinin ilintili yapısı bu iki uç arasında bir yerlerde yatar. Bireyler gündelik yaşamlarının zaman-mekân patikası boyunca hareket ettikleri için, sürekli evrimleşen yaşam projelerine hem canlı deneyim ve hem de dolayımlanmış deneyimi katarak bu deneyimlere sahip olurlar. Bireylerin çoğu kendi zaman ve mekân patikalarını, belli dolayımlanmış deneyimlerin özelliklerine göre planlarlar – örneğin akşam haberleri bültenine, televizyon dizilerindeki bölümlere, pembe dizilere ya da canlı spor olaylarına göre. Dolayımlanmış deneyimlerin planlanması bu deneyimlerin benlikle olan ilgilerinin bir indeksidir: Benlikle dolayımlanmış deneyimin ne kadar çok ilişkili oldukları hissedilirse, bireyin onları kendi

günlük programlarına o kadar fazla kaynaştırması mümkündür. Dolayımlanmış deneyimler rutinleşme yoluyla gündelik yaşama yerleşir; ancak bu durumda bile benlikle olan bağı biraz zayıftır çünkü medya aracılığıyla deneyimlenen olaylar günlük pratik yaşam bağlamlarından uzakta-ki mekânlarda alınmaktadır.

Şimdi 'mekânsızlaştırılmış ortaklaşalık' olarak tanımlayacağım dolayımlı deneyimin dördüncü ve son yönü üzerinde düşünelim. Canlı deneyim durumunda deneyimin paylaşımı ortak bir lokalde bir arada bulunmayla ve günlük yaşamın ortak koşullarında iç içe geçmiş yaşam yörüngeleriyle bağlantılıdır. Farklı bireyler ortak deneyime sahip oldukları ölçüde, canlı deneyim anlamında, bu ortaklaşalık bireylerin pratik yaşam bağlamlarının aynı veya benzer olması gerçeğine temellenmiştir: Ticari birlikler ve sınıf temelli siyasal partiler gibi pek çok geleneksel siyasal kurumların temellerini canlı deneyimin bu ortaklaşalığı kurar. Şüphesiz, bu geleneksel siyasal kurumlar; partizan gazeteler ve broşürler gibi formlardaki dolayımlanmış etkileşimden yaygın şekilde yararlanmışlardır. Ancak sonuçta bu kurumlar ortak yaşam koşulları üzerine temellenen paylaşılan deneyimlerin ve canlı deneyimin ortaklaşalığına kökleşmiş ve dolayımli iletişim bu ortak temellere dikkati çekmek üzere kullanılmıştır.

Gelgelelim, dolayımli etkileşimin gelişimi bu geleneksel siyasal kurumları baltalayan yeni bir deneyim yaratır, çünkü dolayımli etkileşim, ortaklaşalık için paylaşılan bir mekânı zorunlu kılmayan bir deneyimdir. Bireyler benzer yaşam bağlamlarını paylaşmasalar da medya sayesinde benzer deneyimleri edinebilirler. Bu, bireylerin

yaşam bağlamlarının dolayımlanmış deneyimin doğası ve anlamıyla ilintisiz olması anlamına gelmez: Tersine, sürekli vurguladığım üzere, bireylerin yaşam bağlamları medya ürünlerini işlemeleri ve kendi yaşamlarına eklemelerinde hayati rol oynar. Ancak, canlı deneyimin tersine dolayımlanmış deneyimin ortaklaşalığı mekânsal yakınlığa kök salmamıştır. İzleyen bölümde bu noktanın siyasal etkilerini inceleyeceğim. Ancak öncelikle, dolayımlanmış deneyimin giderek daha yaygın hale geldiği bir dünyada yaşamının bazı sonuçlarını genel olarak ele almak istiyorum.

Yeni Seçenekler, Yeni Yükümlülükler: Dolayımlanmış Bir Dünyada Yaşamak

Enformasyon ve iletişimin dolayımlı biçimlerinin giderek nüfuz ettiği bir dünyada yaşamak neye benzer? Dolayımlanmış deneyimin bireylerin gündelik yaşamlarında asli ve yaygın bir rol oynadığı bir dünyada benliğin başına neler gelmektedir? Son yılların sosyal ve kültürel teori literatürü bu sorulara yanıt vermede belli yollar sunar: Dolayımlanmış iletilerin ve imajların artmasının, tutarlı bir varlık olarak benliği etkin bir şekilde çözdüğü bazen tartışılmaktadır. Benlik, dolayımlanmış işaretlerin dağınık bir dizisinde kaybolmuştur. Birey dolayımlanmış iletilere daha fazla açık hale geldiğinde, benlik sahip olduğu birlik ve bütünlüğü kaybetmiş, giderek daha fazla dağılmış ve merkezsizleşmiştir. Benlik, aynalı odalarda yansıyan imajlar gibi her an kayan sonsuz işaretler oyunu haline gelmiştir. Hiçbir şey istikrarlı değildir, hiçbir şey sabit değildir, ve bu imajların yansımasından ayrı bir var-

lık yoktur: Bu medya doygunluğu çağında, çoklu, kaygan imajlar benliktir.²²

Benliğe ve dolayimli iletişimin etkisine dair bu açıklama ne ölçüde ikna edicidir? Elbette etkili bir açıklamadır: Açık biçimde nadiren ifade edilse bile, postmodernizmle ilgili literatürün çoğuna sinmiştir.²³ Ancak kanımca, modern medya çağında benliğe dair yapılan bu izahlar yanlış yönlendiricidir. Evet benlik dolayımlanmış iletilerin çoğalmasıyla çözülmemiştir ve aynalı oda metaforu çağdaş dünyada benliğin içinden çıkılmaz durumunu iyi açıklamaz. Benlik dönüştürülmüştür, benliğin oluşum koşulları değiştirilmiştir; ancak bu dönüşümü farklı bir bağlamda düşünmeye ihtiyacımız vardır.

Dolayımlanmış materyallerin artan mevcudiyetiyle birlikte, düşünümsel bir şekilde örgütlenmiş sembolik bir proje olarak anlaşılan benlik, günlük pratik yaşam bağlamlarındaki mekân sınırlılıklarından giderek kurtulur. Bu bağlamlarda konumlanan ve bu bağlamların gerekliliklerine göre yaşamlarının çoğunu organize eden bireyler, uzaktaki olayları da deneyimleyebilirler, uzaktaki ötekilerle de etkileşim kurabilirler ve de çıkar ve önceliklere göre değişen boyutlarda iktidarı elinde bulunduran dolayimli mikro dünyalar içinde geçici olarak seyahat ederler. Bu dolayımlanmış dene-

²² Jean Baudrillard bu görüşün belki de en tanınmış savunucusudur. Baudrillard, bugün öznenin tarihinde, şizofreninin yeni bir biçimi olarak tanımladığı yeni bir aşamaya geldiğimizi öne sürer: 'Şizofren, kendisine rağmen, her şeye açıktır ve en uç noktadaki karışıklığın içinde yaşar... En ufak bir engel olmaksızın her safhayı geçen ve engelleri aşan şizofren, kendi varoluşunun bile sınırlarını çizemez, artık bir ayna gibi kendisini üretemez. Boş bir ekran, etkili ağırları emen ve soğuran boş bir yüzey haline gelir.' (Jean Baudrillard, *The Ecstasy of Communication*, çev. Bernard ve Caroline Schutze, der. Sylvere Lotringer (New York:Semiotext(e), 1988), s. 27.

²³ Örneğin bkz. Frederic Jameson, *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (Londra: Verso, 1991), özellikle 1. bölüm.

yimler benlik oluşum projesine düşünümsel olarak dahil edilir ve benliğin doğası dönüştürülür. Benlik, medya iletileri tarafından çözülmek veya dağıtılmak yerine uzak yerlerden kaynaklanan etkilere açık hale gelir.

Dolayımlanmış bir dünyada yaşamak, farklı deneyim biçimlerinin devamlı surette bir kaynaşımını içerir. Çoğu insan gündelik yaşamlarının zaman-mekân patikaları boyunca hareket ettiğinde, canlı deneyim benlik oluşumu projesi üzerindeki güçlü etkisini sürdürür: Kendimizi ve yaşam yörüngelerimizi öncelikle gündelik pratik yaşam bağlamlarımızda karşılaştığımız (veya karşılaşmamızın muhtemel olduğu) olay ve başka kişilerle ilintirerek düşünürüz. Gelgelelim, bugünkü yaşamlarımızı iki ya da üç yüz yıl önceki bireylerin yaşamlarıyla karşılaştırdığımızda, deneyimin yapısının önemli değişikliklere uğradığı açıkça görülmektedir. Canlı deneyim halen belirleyici konumunu sürdürmesine karşın, benlik oluşum sürecinde daha büyük bir rol üstlenen dolayımlanmış deneyim canlı deneyimi tamamlar ve bazı açılardan yerinden eder. Bireyler, benlik projesini açıklamak ve yeniden biçimlendirmek için dolayımlanmış deneyime başvururlar.

Dolayımlanmış deneyime artan erişebilirlik böylece benlik deneyimi için yeni fırsatlar, yeni seçenekler ve yeni arenalar yaratır. Roman okuyan ya da pembe dizi izleyen bir insan sadece fantazyaya tüketmez; aynı zamanda fırsatları araştırırır, seçenekleri tahayyül eder ve benlik projesini tecrübe eder. Ancak biyografilerimiz dolayımlanmış deneyimle açıldığında, kendimizi ayrıca gündelik yaşam yerlerinin oldukça ötesine uzanmış konulara ve sosyal ilişkilere çekilmiş buluruz. Kendimizi sadece uzaktaki başkalarının gözlemcileri olarak değil, aynı zamanda bazı

açılardan onlarla birlikte yan yana buluruz. Gündelik yaşam mekânlarımızdan şaşırtıcı bir karmaşa içindeki dünyaya kendimizi atarız. Bizler giderek birbirine bağlanan bir dünyanın uzak bir yöresinde meydana gelen konu ve olaylar hakkında bir duruş sergilemek, hatta bir miktar sorumluluk almak için görüş oluşturmaya davet ediliriz.

Böylece dolayımlanmış bir dünyada yaşamak, bazılarına ağır gelen yeni bir sorumluluk yükü verir. İçinde canlı deneyimin dolaysızlığının ve yüzyüze etkileşimle bağlantılı ahlaki taleplerin dolayımlanmış deneyimden kaynaklanan talep ve sorumluluklara karşı sürekli harekete geçirildiği yeni bir dinamığe yol açar. Bazı bireyler bu son sözü edilen taleplerden uzaklaşır ve, her durumda, onları günlük yaşamlarının baskın taleplerinden uzaklaştıracak olaylara yönelik mesafeliliğini sürdürmeye çalışır. Medya imajları ve raporlarıyla harekete geçirilen başkaları ise kendilerini uzaktaki grup ve olaylar adına mücadelelere katar. İngiliz hükümetinin Bosna tradejisine kayıtsızlığını protesto etmek için kendisini petrole batırıp Parlamento Meydanı'nda yakan Graham Bamford'un durumu elbette aşırı bir örnektir; ancak, medya deneyimi sayesinde kazanılan uzaktaki başkalarına yönelik sorumluluk duygusunun, benlik projesi üzerine çıkma düzeyini çarpıcı biçimde gösterir.²⁴ Çoğu bi-

²⁴ Graham Bamford Macclesfield'da yaşayan 48 yaşında bir kamyon şoförüydü. Televizyonda Eski Yugoslavya'daki iç savaş haberlerini izlemişti ve babasının söylediğine göre, 'Vitez'deki katliam görüntülerine çok üzülmüştü'. 29 Nisan 1993'te, saat öğleden sonra 4'ü az geçe, Avam Kamarası Bosna'da ne yapmak gerektiğini tartışırken 'Graham, Parlamento Meydanı'ndaki çimenlikte sakince yürüdü, üzerine benzin döktü ve bir kibrit çaktı. Ambulans uçakla Roehampton'a, gecenin ilerleyen saatlerinde hayatını kaybedeceği Queen Mary's Hastanesine götürüldükten sonra, polis çimenlerde Almanca bir Saraybosna rehberi buldu. Graham boş sayfaya İngiltere'nin, Balkan trajedisi için, onur kıtası gibi durmaktan daha fazlasını yapması gerektiğini düşündüğünü yazmıştı' (*Guardian*, 12 Mayıs 1993).

rey, bir taraftan günlük pratik yaşam bağlamlarından, diğer taraftan da dolayımlanmış deneyimden kaynaklanan talep ve sorumluluklar arasında bir patika takip etmek için elinden gelen en iyi çabayı göstermeye çalışır. Kendilerinin kabul edebileceği ve kendilerini haklı kılabilceği bir dengeyi yakalamaya gayret eder.

Dolayımlanmış deneyimin benlik üzerindeki taleplere ve bireylerin uzaktaki başkalarına veya olaylara sorumluluk hissetmelerine yol açabileceği bu ahlaki durum görece yeni bir olgudur. Bu, geleneksel ahlak ve siyasal düşünce çerçevesi içine kolayca yerleştirilemeyecek – başka şeyler yanında giderek birbirine bağlanan bir dünyada büyük risklere ve insan eyleminin uzun dönemli tesirine dair - bir dizi konuya ışık tutmaktadır. Son bölümde bunların bir kısmını araştıracağım ve geleneksel çerçevelerin bize miras bıraktığı bazı fikirleri yeniden düşüneceğim.

VIII

KAMUSALLIĞIN YENİDEN KEŞFİ

Önceki bölümlerde medya ve medyanın modern toplumlardaki rolü hakkında daha normatif karakterli sorular ortaya koymuş ancak bunları geliştirmemiştim. Medya kurumsal düzeyde nasıl örgütlenmelidir? Medya toplumsal ve siyasal yaşama nasıl katkı sağlayabilir? Medya ne tür fırsatlar yaratabilir, modern dünyadaki mevcut iletişim formları üzerinde ne tür sınırlamalar empoze edebilir? Bunlar son bölümde yanıtlarını aramak istediğim soruların bazıları. Burada özel bir tartışmayı geliştirmekle ilgileneceğim: Tartışacağım üzere, günümüzde, kamusalılığı yeniden keşfetmede yeni yollar aramalıyız. Ancak kamusalılığı yeniden keşfetmek ne anlama gelmektedir? Bu görevi nasıl kavramsallaştırmalı ve pratik terimlerle nasıl tercüme edebilmeliyiz? Dördüncü bölümde taslağı çizilen kamu-özel karşıtlığının iki anlamı arasındaki ayrımı yeniden hatırlamakla bu soruları yanıtlamaya başlayabiliriz. İlk anlama göre kamu-özel karşıtlığı devletin ve devlet dışındaki eylemleri veya yaşam alanları arasındaki ilişkiyle ilgilidir. Karşıtlığın ikinci anlamının görünürlük ve görün-

mezlik arasındaki ilişkiyle ilintisi bulunmaktadır. Bu ayrımı hatırdâ tutarsak kamusalılığın yeniden keşfi hakkındaki tartışmanın iki ayrı düzeyde izlenmesi gerektiğini anlayabiliriz.

Bir düzeyde, kamusalılığın yeniden keşfi, devletin ötesine uzanan kamusal yaşamın yeni biçimlerinin oluşumunu içermektedir. Elbette bu, Habermas'ın burjuva kamusal alanının ortaya çıkışına dair savlarında vurgulamak istediği temaydı: Habermas burjuva kamusal alanın önemli olduğunu ileri sürdü, çünkü bu alan devletten ayrıydı ve devlet iktidarının uygulamalarına karşı potansiyel eleştiriyle bağlantılı bir konumda yer aldı. Bu tema, her ne kadar medya örgütlerinin faaliyette bulunduğu koşullar altında dönüşüme uğramış olan gelişimsel yönelimlerle bağlantılı olarak yeniden düşünölmeye ihtiyaç duysa da, bugün önemini halen sürdürmektedir. Günümüzde kamusalılık, kaynakların aşırı yoğunlaşmasıyla biçimlendirilen ve belirli ulus-devlet sınırlarının oldukça ötesine uzanan sembolik bir ortamda yeniden keşfedilmelidir.

Gelgelelim, kamusalılığın yeniden keşfi hakkındaki savda takip edilmesi gereken ikinci bir düzey bulunmaktadır. Siyaset hakkındaki düşüncemizin bir tarafı esas olarak kamusal yaşamın nasıl olması gerektiğine dair belirli bir model tarafından biçimlendirilmiştir. Bireylerin aynı zamansal-mekânsal bağlamda ortak meseleleri tartışmak üzere bir araya geldikleri klasik Yunan şehir devletlerindeki toplantılardan kaynaklanan bir modeldir bu. Ancak bu ortak bir arada bulunmayla ilgili geleneksel modelin yirminci yüzyılın sonlarındaki sosyal ve siyasal koşullara yeterince uyup uymadığı ciddi bir şekilde sorgulanmalıdır. Sorun sadece, modern toplumların, çoğu insanın kendi ya-

şamlarını etkileyecek siyasal kararların büyük kısmına kattıkları geleneksel modeli oldukça işlevsiz kılacak boyutta gelişmeleri değildir. Daha büyük bir problem vardır: İletişim medyasının gelişmesi, geleneksel kamusal yaşam kavramından oldukça farklı olan yeni bir kamusalılık yaratmıştır. Dolayimli kamusalılığın bu yeni türü, bireylerin ortak meseleleri tartışmak üzere ortak bir mekânda bir araya gelmelerini içermez. Bu kamusalılık açıklık ve görünür-lüğe, erişilebilir ve görünebilir kılmaya dair bir kamusal-lıktır. Görünürlük, artık ortak bir mekânı paylaşmayı gerektirmemektedir.

Bu yeni dolayimli kamusalılık tipinin siyasi eyleme ve içeriğe dair düşünüş tarzımız üzerindeki sonuçları nelerdir? Bu kamusalılık modern dünyada ne gibi fırsatlar yaratmakta, ne gibi riskler sunmaktadır? Geç yirminci yüzyılda muhtemel siyasal eylem biçimleri üzerinde ne gibi sınırlamalar getirmektedir? Bunlar yanıtlamaya çalışacağım soruların bazılarıdır. Siyaset ve devletin doğasıyla ilgili daha geniş bir dizi tartışma içerisine konumlanarak kamusalılığı yeniden keşfetmeye girişeceğim. Kamusalılığın yeniden keşfi görevi burada devlet kurumlarının ötesine uzanan yeni kamusal formların yaratımını kapsamaktadır. İkinci kısımda kamusalılığın yeniden keşfinin bizleri ortak biraradalık gibi bir geleneksel kamusalılık fikrinin daha ötesine taşımaya götüren kamusalılığın yeniden keşfi argümanını geliştireceğim. Üçüncü kısımda dolayimli kamusalılık fikrini daha ayrıntılı araştırarak ve dolayimli görünürlüğün bazı sonuçlarını inceleyeceğim. Bu tartışma hatlarını birlikte ortaya koyarak, küresel iletişim çağında siyasetin canlanışına ve ahlaki-pratik düşünüşe yönelik bazı fırsatları ve bunlar üzerindeki bazı sınırlamaları ele alarak bölümü bitireceğim.

Devletin Ötesindeki Kamusalılık

Önceki bölümde modern devletin oluşumuyla 'kamu' kavramının giderek nasıl devlet faaliyetiyle ilgili hale geldiği ve 'özel' kavramının doğrudan devlet denetiminin dışında kalan ekonomik faaliyet alanları ve kişisel ilişkilere gönderme yaptığı üzerinde düşünmüştük. Bu kamusal-özel karşıtlığı kavrayışının kamusal yaşamın ve siyasetin anlaşılma biçimleri üzerinde esaslı etkileri oldu. Kamusal yaşamı ve siyaseti devlet faaliyetleriyle ve -her halükârda Batı demokratik rejimlerinde- oyunun arasında devlete hakim olma eksenindeki kurallarıyla faaliyette bulunan siyasal partileri rekabetle aynı düşünmek adet haline gelmiştir.

Ancak devletle bağlantılı kamusal yaşamı tanımlama eğilimine meydan okunmamış değildir. Şayet modern toplumların başlangıcına geri dönersek, devlet alanının ötesinde canlı bir siyasi kültür oluşumuna katkıda bulunan sosyal ve siyasi faaliyetlerin gelişim izlerini sürebiliriz. Bunlar burjuva sosyal yaşamının salonlarından, kahvehanelerinden ve 'sofra topluluklarından' değişik popüler ve işçi sınıfı örgütlenmelerine kadar geniş bir sahada yer aldı. Üstelik, başkaları yanında Habermas'ın da gösterdiği gibi, bu kamusal yaşam biçimlerinin doğuşunda ve devletin resmi öğretilerinin dışında ve de potansiyel olarak bu öğretileri eleştiren bir 'kamuoyu'nun öne çıkmasında basımcılık üzerinde yükselen iletişim medyasının gelişimi önemli rol oynamıştır.

Klasik liberal basın özgürlüğünü savunmanın anlamını bu bağlamda takdir edebilmekteyiz. Britanya'daki gazete endüstrisinin pul vergilerine karşı mücadele ettiği bir zamanda, erken ondokuzuncu yüzyılda yazan Jeremy

Bentham, James Mill ve John Stuart Mill gibi ilk liberal düşünürler basın özgürlüğünün etkili bir savunmasını ve bunun devlet dışı kamusal yaşamı yeşertmedeki rolünün derin bir açıklamasını dillendirdiler.¹ Bu düşünürler, farklı görüş açılarının ifade edilebilmesine, aydınlanmış bir kamuoyunun oluşturulabilmesine ve yozlaşmış ya da zorba hükümete sahip bir devlet iktidarının kötü uygulamalarının kontrol edilebilmesine imkân veren başlıca araçlar olarak bağımsız basın organları yoluyla düşünce özgürlüğünün gerçekleşebileceğini anladılar. Özgür ve bağımsız bir basın, eleştirel bir bekçi köpeği rolünü oynayabilirdi. Böyle bir basın sadece farklı görüşlere yer vermek ve bu surette bilgi ve tartışma alanını zenginleştirmekle kalmaz, aynı zamanda yönetenlerin eylemlerini ve kararlarının yaslandığı ilkeleri ortaya çıkarabilir ve eleştirebilirdi.

Devlet iktidarından bağımsız bir kamusal yaşamın yeşertimiyle ilgili bir dizi argüman olarak, klasik liberal basın özgürlüğünde halen takdir edilecek çok şey vardır. Yerleşik otoriteleri rahatsız etmesine karşın düşünceleri ve kanaatleri kamuda ifade etme özgürlüğü modern demokratik düzenin asli bir özelliğidir. Ancak, geç yirminci yüzyıl dünyası erken ondokuzuncu yüzyıl İngiltere'sinden farklıdır ve basın özgürlüğüne dair geleneksel liberal teorisinin önemli revizyona uğratılmaksızın geç yirminci yüzyıl koşullarına uyarlanabileceğini önermek yanıltıcı olabilir. Günümüz dünyasını erken ondokuzuncu yüzyılla mesafelendiren iki gelişme bu açıdan özellikle önemlidir.

¹ Özellikle bkz. James Mill, 'Liberty of the Press', *Essays on Government, Jurisprudence, Liberty of the Press and Law of Nations* (New York: Kelly, 1967) içinde; John Stuart Mill, 'On Liberty', *Utilitarianism, On Liberty and Considerations on Representative Government*, der. H. B. Acton (Londra: Dent, 1972) içinde.

İlk gelişme medya endüstrilerinde çoğalan kaynak yoğunlaşmasıdır. Bu yoğunlaşma farklı medya alanlarında çıkarları olan büyük ölçekli iletişim devlerinin oluşumuna yol açmıştır. Gördüğümüz üzere bu gelişimin kökenleri, yeni üretim ve dağıtım yöntemlerinin gazete endüstrisinin üretici kapasitesini muazzam çapta arttırdığı, haber ve diğer medya kurumlarını büyük çaplı ticari şirketlere dönüştürmeye hazırladığı erken ondokuzuncu yüzyıla kadar geriye götürülebilir. İkinci gelişme, küreselleşme sürecinin yoğunlaşmasıdır. Günümüz dünyası iki yüzyıl öncesine göre çok daha fazla birbiriyle bağlantılıdır. Önceki bölümde gördüğümüz gibi iletişim alanında küreselleşme sürecinin kökenleri ondokuzuncu yüzyılın ortasına değin götürülebilir. Denizaltı kablo ağlarının gelişimi ve son yıllarda büyük miktarlardaki enformasyonu dünya etrafında aktarma kapasitesine sahip tümleşik uydu ve kablo sistemlerinin konuşlanması, küresel arenada ticari faaliyetler yapan uluslararası iletişim holdinglerinin büyümesi, enformasyon ve iletişim ürünlerinde artan küresel ticaret gibi gelişmelerle birlikte iletişimin küreselleşmesi tam gaz devam etti.

Bu iki gelişmenin sonucu olarak bizleri yirminci yüzyılın sonlarında karşılayan sorunlar yumağı, iki yüzyıl önce liberal düşünürlerin karşılaştıklarından oldukça farklıdır. Erken liberal düşünürlere göre bireysel özgürlüğe ve ifade özgürlüğüne yönelik başlıca tehdit devletten gelmekteydi: Bireysel haklar devlet iktidarının aşırı kullanımına karşı korunmak zorundaydı. İlk liberal düşünürler özgür girişimin ifade özgürlüğünün temeli olduğunu varsaymıştı. Bu düşünürlere göre düşünce ve kanaatlerin özgürce ifadesi ancak basın kurumlarının devlet-

ten bağımsız olması ve asgari sınırlamayla faaliyetlerini icra edeceği özel alanda konumlanması koşuluyla kısmen başarabilirdi: Klasik liberal teorideki ekonomik faaliyetle ilgili 'bırakınız yapsınlar'cı yaklaşım, kişisel ifade ve düşünce özgürlüğünün doğal karşılığıydı.² Bunun yanında ilk liberal düşünürler modern bir demokratik toplum için egemenlik ve sorumluluğun doğal çerçevesinin, sınırları belli ulus-devlet olduğunu varsaydılar.³ Bir devletin siyasal liderleri öncelikle yurttaşlarına karşı sorumluydu, devlet kendi yetkisi dahilindeki sınırlar içinde üstün ve egemen otoriteydi.

Ancak günümüzde bu yargılar artık sorgulanmaksızın kabul edilemez. Medya örgütlerinin geniş ölçekli ticari kurumlara dönüşmesiyle birlikte ifade özgürlüğü giderek, devlet iktidarının aşırı kullanımı yerine daha ziyade ticari şirketler *niteliğindeki* medya örgütlerinin aşırı büyümelerinden kaynaklanan bir tehditle karşı karşıya kalmıştır. Ekonomik faaliyete yönelik bırakınız yapsınlar bir yaklaşım ifade özgürlüğünü mutlaka en iyi garanti edemez, çünkü kuralsızlaştırılmış bir pazar çeşitliliği azaltmakta ve çoğu bireyin seslerini duyurma kapasitesini sınırlamaktadır. Batı ülkelerinde gazete endüstrisi tarihi bu azalan çeşitlilik kanununa devasa kanıtlar sağlamaktadır. Örneğin Britanya'da yirminci yüzyılın ilk yarısında tirajdaki büyüme; yayımlanan gazete sayılarındaki azalış ve giderek kaynakların büyük medya holdinglerinin ellerinde yoğunlaşmayla eş gitti.

² Bkz. John Stuart Mill, 'On Liberty', s. 150.

³ Bu nokta David Held tarafından hakkıyla tartışılmıştır. Bkz. 'Democracy, the Nation-State and the Global System', David Held (der.), *Political Theory Today* (Cambridge: Polity Press, 1991) içinde, s. 197 – 235; ve 'Democracy: From City-states to a Cosmopolitan Order?', David Held (der.), *Prospects for Democracy: North, South, East, West* (Cambridge: Polity Press, 1993) içinde, s. 13 – 52.

1950'lerin ortalarından sonra tirajda genel düşüş başladığında geride kalan gazeteler arasındaki rekabet, yeterince büyük tirajlara veya yeterli reklâm pastasına ulaşamayan gazetelerin yok oluşuna neden olacak şekilde giderlerin karşılanması üzerine yoğunlaştı.⁴ Pazar kendi başına bırakıldığında iletişim sahası içerisinde ille de farklılık ve çoğulculuk yaratmaz. Endüstri içerisindeki diğer alanlar gibi medya endüstrileri de, kârlılık ve sermaye birikimi mantığı ile güdümlüdür ve de kârlılık mantığı ile farklılığın yeşertimi arasında bir bağıntı olması zorunlu değildir.

Rekabetçi sermaye birikimi sürecinde medya kurumlarına bağımlılıktan kaynaklanan tehlikelerin geleneksel liberal teori tarafından küçümsenmesi gibi ilk liberal düşünürler de giderek küresel çapta faaliyette bulunan kurumların politikalarının ve faaliyetlerinin ve de uluslararası güç şebekelerinin, gelişmenin belli ulus-devletlerin özerk devlet yapılarını ve bağımsızlıklarını ne derece sınırlayabileceğini öngöremediler. Belirli ulus-devletler hiçbir zaman yalıtılmış mevcudiyetler olmadılar; bu devletler her zaman değişen ittifaklar ile bölgesel sınırların ötesine uzanan birikim işlemlerine bağımlı olan ulus-devletlerin oluşturduğu bir sistemin parçası oldular. Ancak 19. ve 20. yüzyıl boyunca bu sistem içindeki bağımlılık önemli ölçüde arttı. Bu durum mal üretimi ile ilgili sektörlerde olduğu gibi bilgi ve iletişim alanlarında da aynen gerçekleşmiştir.

⁴ Bkz. Graham Murdock ve Peter Golding, 'The Structure, Ownership and Control of the Press, 1914 – 76', George Boyce, James Curran ve Pauline Wingate (der.), *Newspaper History from the Seventeenth Century to the Present Day* (Londra: Constable, 1978) içinde, s. 130 – 48; James Curran ve Jean Seaton, *Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*, 4. Basım (Londra: Routledge, 1991), özellikle 7. bölüm; James Tunstall, *The Media in Britain* (Londra: Constable, 1983), 7. bölüm; Ralph Negrine, *Politics and the Mass Media in Britain* (Londra: Routledge, 1989), 4. bölüm.

Küresel iletişim gruplarının sembolik ürünlerin üretim ve dağıtımında anahtar rolü üstlendiği bu çağda ifade özgürlüğü koşulları üzerine düşünüm sadece ulus-devletlerin bölgesel sınırları çerçevesine kısıtlanamaz.

O halde, 20. yüzyılın sonlarında, kamusal yaşamın yenilenmesi için gerekli koşulları nasıl yaratabiliriz? Ne devletin bir parçası, ne de pazara dayalı özerk işlemlere tümüyle bağlı olan bir kamusalılığı nasıl güdüleyebiliriz? Benim görüşüme göre, bu amaca ancak, daha önce başka bir yerde de ifade ettiğim şekilde, *düzenlenmiş çoğulculuk ilkesini* uygulamaya çalışarak ulaşabiliriz.⁵ Pekiyi, düzenlenmiş çoğulculuk ne demektir? Düzenlenmiş çoğulculuk, bağımsız medya kurum ve kuruluşlarının çoğulcu varlıklarının oluşumuna imkân verecek ve güvenliğini sağlayacak kurumsal bir çerçevenin kurulmasıdır. Bu ilke, ifade özgürlüğü ve devlet gücünden bağımsız medya kurumlarının önemine dair geleneksel liberal vurguyu ciddiyetle dikkate alır. Ancak bu ilke aynı zamanda kendi başına pazarın, ifade özgürlüğünün koşullarına yeterince güvence sağlayamayacağını ve iletişim alanında farklılık ve çoğulculuğun geliştirilmeyeceğini de kabul eder. Bu koşulları güvence altına almak ve bu amaçlara ulaşmak için ekonomik ve sembolik iktidar yoğunlaşmasına, farklılık ve çoğulcuğa zarar vermeyecek tarzda pazara müdahale etmek ve pazarı düzenlemek gerekli olabilir.⁶

Düzenlenmiş çoğulculuk ilkesi, medya kurumlarının geliştirilmesi için geniş ölçekli belli parametreler ortaya koyar.

⁵ Bkz. John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication* (Cambridge: Polity Press, 1990), s. 261 – 2.

⁶ Düzenlenmiş çoğulculuk ilkesi, böylece, 'deregülasyon' yandaşlarının ve enformasyon ve iletişim endüstrileri için serbest piyasa yaklaşımını savunanların karşısında yer almaktadır. Örneğin bkz. Ithiel de Sola Pool, *Technologies of Freedom* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1983).

Bir yandan ilke, medya endüstrilerindeki kaynakların yoğunlaşmasının engellenmesini gerektirir: Kaynakların artarak birikmesi süreci azaltılmalı ve bağımsız medya kuruluşlarının gelişimi için elden geldiğince uygun koşullar yaratılmalıdır. Bu durum sadece kısıtlayıcı yasaların — medya endüstrilerindeki birleşme, devralma ve mülkiyet değişimini kısıtlayan yasalar — değil, aynı zamanda büyük şirketlerin bir parçası olmayan medya organizasyonlarının gelişimini mümkün kılacak koşulların oluşumuna olanak sağlayacak kanunların çıkarılmasını da gerektirir. Bu nedenle medya endüstrilerindeki yasal müdahale sadece büyük şirketlerin aşırı güçlerinin azaltılması için bir araç olarak görülmemelidir. Aynı zamanda, büyük şirketlerin ezici üretim ve ticaret ağlarının alanı dışında yeni sembolik güç merkezlerinin gelişimine yardım eder. Öte yandan, düzenlenmiş çoğulculuk ilkesi medya endüstrilerine yasal müdahaleyi çağırırken, aynı zamanda da medya kurumlarının rutin işleyişleri kapsamında, bu kurumların devlet gücünden açık ve net olarak ayrılmasını talep eder. Erken liberal düşünürlerin de belirttiği gibi medya kurumları, devletin politikaları ve yetkilileri hakkında eleştirel görüşleri açıkça ifade edebilme konusunda özgür olmalı ve bu özgürlüğün kısıtlanması konusundaki herhangi bir teşebbüs — ister açık sansür şeklinde olsun, ister dolaylı olarak mali baskı, tehdit, rüşvet (teşvik) veya caydırmaya yönelik eylemler şeklinde olsun⁷ — kesinlikle engellenmelidir.

⁷ Devletin medya kuruluşlarına yalnızca alenen sansür ve kontrol yoluyla değil farklı ve üstü kapalı yollarla da müdahale edebileceğinin vurgulanması önemlidir. Örneğin, London Weekend Television'ın eski yöneticisi Greg Dyke'in, devlet ve yayın kuruluşları arasında son yıllarda gittikçe daha fazla bağımlılık haline gelen ilişkinin, 'yayıncıların, kimi durumlarda varlıklarını sürdürmek ve ticari alanda mali başarı için hükümetin eylemlerine gittikçe daha fazla bağımlı hale geldiği bir tür bağımlılık kültürü ortaya çıkardığına' ilişkin sözlerini hatırlayın (Greg Dyke, MacTaggart Lecture at the Edinburgh Television Festival, akt. *Guardian*, 27 Ağustos 1994, s. 27).

Düzenlenmiş çoğulculuğun bu iki yönü – medya endüstrisinde kaynak yoğunlaşmasının önlenmesi ve medya kurumlarının devlet elinden ayrılması – medya organizasyonlarının gelişimi için oldukça geniş bir kurumsal alan yaratmaktadır, ancak medya endüstrilerinde denetim ve mülkiyet biçimlerini ayrıntılı belirlememektedir. Mülkiyet ve kontrol yapıları ile ilgili bu belirsizlik kasıtlıdır; bence bir organizasyon için en uygun yapıları önceden belirlemek, hem pratiklikten uzak hem de arzulanmayan bir durumdur. Pratiklikten uzak oluşu, 20. yüzyılın mevcut koşulları altında medya ürünlerinin önemli bir bölümünün büyük iletişim şirketleri tarafından üretiliyor ve dağıtılıyor olmasından kaynaklanır. Bu büyük şirketlerin faaliyetlerini düzenlemek, kazançlarını sınırlamak ve onların katılımcı olmadığı sembolik bir çevre yaratmaya çalışmak mümkündür. Fakat büyük şirketlerin faaliyetleri üzerinde akademik düzeyde idealleştirilmiş bir mülkiyet ve kontrol sisteminin oturtulması, en olumlu bakış açısıyla bile, bir istekten öteye gidemez.

Diğer yandan, medya endüstrilerindeki teşebbüsler için en uygun yapıların detaylı bir şekilde tarif edilmesi ile ilgili isteğin kuşkuyla karşılanmasına uygun bir ortam da vardır. Bu tür bir girişimle ilgili esas problem, medya endüstrilerindeki mülkiyet ve kontrol yapısının, üretilen materyallerin içerik ve yöneliminin güvenilir bir belirteci olmasını gerektirmemesidir. Örnek olarak, İngiltere’de, en eleştirel ve yenilikçi televizyon programları özel sektör (hem ITV şirketleri, hem de Channel Four’un görevlendirdiği bağımsız yapım firmaları) tarafından üretilirken, BBC program hazırlama konusunda daha dikkatli davranmaktadır. Benzer şekilde, yayıncılık alanında son yılların en

yenilikçi adımlardan biri olan kadınların yeni çalışmaları-
nın yayımlanması da bazı küçük, bağımsız yayınevleri ta-
rafından yapılmıştır. Medya kuruluşlarının ticari temelli
organizasyonu; eleştirilerin azalmasını, niteliğin düşmesi-
ni ve kamusal söylemlerin ticari kaygılarla istenilen yönde
değiştirilmesini gerektirmez.⁸

Bu nedenle, medyada farklılık ve çoğulculuğun oluşturu-
lması amacı ile çeşitli organizasyon yapılarına izin ver-
mek, makul ve arzulanır gözükmektedir. Düzenlenmiş
çoğulculuk ilkesi bu tür bir çeşitliliğe izin veren geniş bir
alanı açıkça tanımlamaktadır. Bu alan pazar ile devlet ara-
sındadır; daha açık söylemek gerekirse, farklılık ve çoğul-
culuğu oluşturacak şekilde, devletin sınırları dışında bir
görüşle düzenlenen bir alandır.

Medyanın kurumsal alanının, devletin ötesinde olduğu
bir diğer anlayış daha vardır: Günümüzde medya endüstri-
lerindeki esas aktörler çokuluslu şirketlerdir ve medya ürün-
leri belirli ulus-devletlerin sınırları ötesinde kolaylıkla do-
laştırılmaktadır. Medyanın kurumsal alanı, karakter olarak

⁸ Bu hususta, düzenlenmiş çoğulculuk ilkesi ile son yıllarda bazı solcu medya
eleştirmenleri tarafından ileri sürülen, kamusal alanın bugün ancak iletişim
araçlarının olabilecek en üst düzeyde 'metasızlaştırılması' yoluyla yeniden
yapılandırılabilceği görüşü arasında ayırım yapmak istiyorum. Bu görüş, ör-
neğin, *The Media and Democracy*'de (Cambridge: Polity Press, 1991) John Keane
tarafından geliştirilmiştir. Keane, 'meta üretimi ve değişimince yönetilmediği
için gerçekten çoğulcu olabilen, kamusal olarak finanse edilen, kendi kendi-
sini örgütleyebilen ve kozmopolit bir sivil toplumu ifade eden' 'yenilenmiş
bir kamu hizmeti iletişim modeli'ni savunur. 'Kamu hizmeti medyası için de-
mokratik devlet kurumlarınca garanti altına alınmış, post-kapitalist bir sivil
toplum gerekmektedir' (s. 152). Bu tarz bir savın temel problemi, bir yanda
çoğulculuk ile diğer yanda meta üretimi ve değişimi arasında çok güçlü bir
karşıtlığı önceden varsaymasıdır. Çoğulculuğun geliştirilmesi, medya endüs-
trilerinin çeşitli yollarla düzenlenmesini gerektirebilir, ne var ki bu, medya
kuruluşlarının ancak bir anlamda 'post-kapitalist' olurlarsa 'gerçekten çoğul-
cu' bir sivil topluma katkıda bulunabilecekleri anlamına gelmez.

gittikçe daha fazla çokuluslu hale gelmektedir ve bu sebeple değişim ve düzenleme ile ilgili yeniden ele alma teşebbüsleri, her devletin yerel politikalarının ötesine geçen bir düzeyde olmalıdır. Medya düzenlemeleri ile ilgili problemlerin geleneksel durumu – ‘toplumun’, açık veya dolaylı şekilde, bir ulus-devletin sınırları içinde yaşayan kişiler olarak ele alındığı bir durumda, devlet ve toplum arasındaki ilişkiler babında – sembolik ürünlerin akışı noktasında ulusal sınırların oldukça geçirgen hale geldiği günümüz dünyasında tatmin edici olmaktan uzaklaşmıştır. Günümüzde (ki herhangi bir zaman diliminde olduğu da tartışılır) iletişimin uluslararası boyutunun, medya düzenlemeleri ile ilgili ulusal politikaların tamamlayıcısı olduğunu düşünmek mümkün değildir; tersine, uluslararası boyut, tutarlı ve geçerli bir ulusal politikanın nasıl olması gerektiğine dair her türlü fikrin merkezine yerleştirilmelidir.

Elbette medya iletişimini uluslararası düzeyde düzenlemek adına yapılan teşebbüslerin, daha önceki bir bölümde de kısaca bahsettiğimiz üzere bir geçmişi vardır. Ancak en eski teşebbüsler, radyo iletim frekans aralığı ve uydu yörünge boşlukları gibi kısıtlı kaynakların paylaşımı veya sınır ötesi iletişim akış problemleri ile ilgili problemler hakkındaki düzenlemeler gibi dar bir çerçevedeki konularla ilgiliydi. Her ne kadar bu konular önemli olsa da, uluslararası birimlerin ilgilendiği konuların kapsamının genişletilmesi ve de farklılık ve çoğulculuk yaratmak adına çokuluslu iletişim şirketlerinin faaliyetlerinin uluslararası düzeyde nasıl düzenlenebileceğinin göz önüne alınması da, dikkat edilmesi gereken gereksinimlerdir. Bugün, belirli bir toplumda çoğulcu bir kamusal alan yaratmak, çoğunlukla uluslararası düzeyde farklılık ve çoğulculuğun oluşturul-

masına bağılıdır ki, bu durumda da bütün toplumlar ulus-devletlerin sınırlı düzeyde kontrol edebildiği bilgi ve iletişim akışı tarafından etkilenirler.

Mekânın Ötesindeki Görünürlük

Buraya kadar kurumsal düzeyde kamusallığın yeniden inşa edilişi sorunsalı ile ilgilendim, yani konumuz devletin ötesinde yer alan ve farklı ve çoğulcu bir medya kültürüne katkı sağlayan medya kurumlarının yaratılması oldu. Ancak bu noktada ele alınması gereken bir diğer kamusallık fikri daha var: Devlet ile devletten ayrılmış toplumsal hayatın yönleri arasındaki ilişkilerle ilgili olan kamusallık fikri yerine, görünmezliğe karşı görünürlük fikri. 20. yüzyılın sonlarında kamusallığı bu fikir babında yeniden ele almak ne anlama geliyor?

Toplumsal ve siyasal yaşam hakkındaki düşüncelerimiz büyük oranda, eski dünyadan, Yunan şehir-devletinin meclislerinden ve pazar yerlerinden kaynaklanan belirli bir kamusal model tarafından şekillendirilmiştir. Bu, ortaklaşa bir aradılığı içeren geleneksel bir kamusal modelidir; kamusal hayatın, bireylerin paylaşılan bir mekânda, geneli ilgilendiren konularda görüş alışverişinde bulunmak üzere bir araya gelmesini içeren bir fikirdir. Bu model kamusallığı mekânsal ve söyleşimsel terimlerle tanımlar. Bu bağlamda, kamusal yaşamın özünde birbirleriyle yüz yüze konuşan bireylerin çeşitli konulardaki tereddüt ve kararsızlıkları yatmaktadır.

Günümüzde bu geleneksel kamusal modelinin kamusal yaşamın doğası ile ilgili yeterli bir düşünme şekli sağlayamadığını görmekteyiz. Basımla başlayan ve elek-

tronik iletişimin yeni şekillerini de bünyesine ekleyen iletişim medyasının gelişimi, geleneksel modelin dışında yeni kamusal yapılarını ortaya çıkardı. Bu yeni, dolayımli kamusal yapıları mekân ve zaman bakımından yerelleştirilmemiştir ve faaliyet ve olayların görünürlüğüne ortak mekânın paylaşımından ayırırlar. Ayrıca yeni dolayımli kamusal yapıları, çoğunlukla söyleşimsel değildir. Üretici ve alıcının rolleri birbirlerinden ayrılmıştır ve medya üzerinde sembolik alışveriş işlemi, birçok durumda, kendisini söyleşmeli etkileşimden ayıran nitelikler gerektirir.

Bir yanda kamusal yaşam hakkındaki geleneksel düşünce biçimi, diğer yanda da medya tarafından yaratılan yeni kamusal yapıları varken, bu çelişkiye nasıl bir tepki vermeliyiz? Benim görüşüme göre kaçınılması gereken iki tepki var. Birincisi, geleneksel modele sıkı sıkıya bağlanmak ve onu kamusal yaşamın ne şekilde olacağının tek mantıklı izahı olarak görmektir. Şu anda geleneksel model 20. yüzyılın sonlarındaki toplumsal ve siyasi koşullara uygun bir özellik gösteriyor olabilir. Günümüzde – toplantılar ve çeşitli kamusal buluşmalar gibi – klasik Yunan şehir devletlerindeki meclislere nispeten benzeyen bazı sosyal ve siyasi yaşam durumları görülebilmektedir. Fakat günümüzde bu kamusal modeli birçok bireyin pratik yaşam bağlamlarından, çoğunlukla, uzaklaşmış durumdadır. Eğer bu modeli idealleştirirsek, 20. yüzyıldaki kamusal hayatın niteliklerine oldukça dar bir açıdan bakma eğilimine gireriz. Sonuçta da dolayımli iletişimin gittikçe artan rolünü de sabit eğimli bir azalış olarak yorumlamaya mecbur kalırız.

İkinci bir tepki – kanımca aynı derece tatmin edici olmaktan uzak olan – olasılığı ise dolayımli iletişimin geleneksel modelin basit bir uzantısı olarak kabul görmesidir.

Buna göre radyo, televizyon, kitap ve gazete gibi araçlar üzerinden gerçekleşen dolayimli iletişim türü, sadece geniş ölçekli bir konuşmadır ve yüz yüze gerçekleşen sıradan konuşmalardan sadece ölçeği nispetinde farklılaşır: Dolayimli iletişim sadece iki, üç kişiyi değil, binlerce, potansiyel olarak da milyonlarca kişiyi kucaklayan bir konuşmadır. Ancak dolayimli iletişimin bu geniş ölçekli konuşma görüntüsü çoklukla bir aldatmacadır. Elbette, telefon konuşması gibi bazı dolayimli iletişim biçimlerinin temel karakteri konuşmadır. Ancak radyo, televizyon, vb. gibi iletişim şekilleri bu bağlamda söyleşmeli değildir, çünkü dinleyici ve izleyicilerin çoğunluğu bir diyalogun katılımcısı olmaktan çok kendi gerçek veya potansiyel tepkilerinden bağımsız olarak üretilen ve iletilen mesajların alıcısı konumundadırlar.⁹

Yukarıda vurgulanan tutarsızlığa karşı – bence umut verici olan – üçüncü bir tepki şekli daha vardır: Geleneksel modeli paylaşımsal mekândaki söyleşmeli iletişim vurgusu ile birlikte bir kenara bırakır ve kamusal yaşamla ilgili düşüncelerimizi geleneksel yaklaşımdan arındırmaya çalışırız. Dikkatimizi medya tarafından yaratılmış olan kamusal şekline odaklar ve bunun karakteristik özelliklerini analiz etmeye çalışırız – gücünü ve sınırlarını, yaratılan fırsatları ve ortaya çıkan riskleri görmeyi deneriz. Aynı zamanda medyanın yarattığı yeni kamusal çeşidinin ışı-

⁹ Konuşma yanılması politik imgelemi önemli ölçüde etkilemeye devam ettiğini açıkça görmek için yalnızca Ross Petrot'ın 'elektronik belediye binası' isteğine verilen dikkatin göz önünde bulundurulması yeterlidir. Petrot zihninde, yakın gelecekte, etkileşimli medya sayesinde seçmenlerin adaylar ve siyasi şahsiyetlerle özgürce söyleşebileceği bir durum canlandırır. 'Böylece, evinizden çıkmadan görüşlerinizi kaydedebilirsiniz ve seçim memurları insanların tam olarak ne düşündüğünü görebilir' (Ross Petrot, Martin Jacques ile görüşme, *Guardian*, 25 Ekim 1993).

ğında kamusal yaşam ile ilgili düşünme sistemimizi yeniden düzenlemeye çabalarız.

Peki, dolayimli kamusallığın doğası hakkında nasıl düşünmeliyiz? Dikkatimizi kitaplar ve gazeteler gibi basılı materyaller ile radyo ve televizyon gibi elektronik medyanın yarattığı kamusalılık çeşidi üzerine odaklayalım. Bu medya, *görünür alan* olarak tanımlayabileceğimiz şeyle dolu yeni bir kamusalılık çeşidi yaratır: Dolayimli sembolik yapıların ifade edilebildiği ve üretim yerinde olmayan diğerlerinin oluşturduğu bir çoğulculuk tarafından alınabildiği, sınırlandırılmamış, söyleşmeli olmayan, açık uçlu görünür alan. Bu alanın bazı diğer özellikleri daha da fazla yorumu hak ediyor.

Dolayimli kamusalılık, belirli uzamsal-mekânsal alanlara bağlı olmaması anlamında *yersiz* bir alandır. İçinde dolayimli sembolik yapıların görünebileceği açık fırsatlar alanı olması anlamında bir 'alan'dır; ancak bireylerin faal oldukları ve belirli bir mekânda etkileştikleri bir 'yer' değildir. İletişim medyasının gelişimi sembolik yapıların üretim bağlamlarının ötesinde yayılmasını mümkün kıldığı gibi, kamusalılık olgusunu da ortak bir mekânda paylaşılmaktan ayırır: Dolayimli kamusallığın alanı zaman ve mekânda genişler ve potansiyel olarak küresel bir kapsama sahip olur.

Dolayimli kamusalılık, dolayimli sembolik yapıların üreticilerinin ve alıcılarının birbirleriyle diyalog içine girmedikleri *söyleşmeli olmayan* bir durumdur. Üreticiler genelde medya mesajlarını sınırsız sayıdaki potansiyel alıcılar için üretirler, alımlayıcı da genellikle bu medya mesajlarını, onlara doğrudan ve söyleşimsel tarzda geri tepki veremeyecekleri koşullar altında alırlar. Üretici ve alımla-

yıcının rolleri farklılaşmıştır ve aralarındaki ilişki asimetrik. "Ancak", denebilir ki, "izleyici ve dinleyicilerin telefonlar aracılığı ile bağlandığı ve orada bulunan konuklara sorular yönelttiği radyo ve televizyon programları, dolaşım kamusallığın söyleşmeli bir karakteri olduğuna örnek değil midir?" Hayır, değildir. Bir talkshow, üretimde bulunan bireylerin yüz yüze (veya bazı durumlarda yazılı olarak telefonla) etkileşim içinde oldukları ve geri kalan çoğunluğu oluşturan dinleyici ve izleyici bireylerin dolaşım, sözde bir etkileşim içine girdikleri melez bir etkileşim yapısıdır. Bir talkshowu izleyen veya dinleyen bireyler, elbette ki, bir söyleşiyi izlemekte veya dinlemektedirler, fakat bir muhatap olarak söyleşiye katılmamaktadırlar. Bir panelde soru sormak veya bir mesele hakkında kendi görüşlerini sunmak üzere kendilerine uygun bir iletişim aracını (mektup veya telefon gibi) seçen küçük bir grup dışında, bireylerin büyük çoğunluğu alımlayıcı rolü haricinde bir başka rol ile katılımcı olmayı tercih etmezler.

Dolaşım kamusallık, yaratıcı ve kontrol edilemez bir alan olması nedeniyle *açık uçlu* bir alandır; bu alanda yeni sembolik yapılar ifade edilebilir, yeni sözcükler ve imajlar aniden ortaya çıkabilir, daha önce gözlerden saklanan bilgiler ifşa edilebilir ve görünür olmanın sonuçları bütünüyle tahmin ve kontrol edilemez. Dolaşım kamusallık, dolaşımlanan materyallerin içeriğinin önceden sınırlanamaması nedeniyle *açık uçludur* – ancak bu içeriklerin sınırlanma derecesi medya kurumlarının organizasyonları ile bu kurumların ekonomik ve siyasi güç odaklarıyla olan ilişkilerine bağlı olacaktır. Sembolik materyaller medya içinde mevcut oldukça sonuçları da belirsiz olacaktır. Başlangıçta yerel bir gazetenin arka sayfasında geçen bir iki cümle,

ulusal basın tarafından manşetlere çekilip büyük bir hikâye haline getirilebilir; amatör birisinin çektiği bir kare fotoğraf televizyon şebekeleri tarafından alınıp dünya çapında yayılabilir. Bu ve benzeri olayların sonuçları önceden kestirilemez.

Dolayimli kamusalığın bu özelliklerini dikkate alırsak, *görünürlük mücadelesinin* 20. yüzyıl sonlarında toplumsal ve siyasal yaşamdaki önemini fark edebiliriz. Görünürlüğün ortak bir mekândaki paylaşımlara dayandığı daha eski toplum yapılarında yerel yüz yüze etkileşim alanlarının ötesinde yer alan kamusal alanlar yoktu: Bireyler sorunlarını veya endişelerini – kişisel olarak veya araçlar vasıtasıyla – ancak yüz yüze ifade edebiliyorlardı. Bireylerin ortaklaşa bir aradalık bağlamında etkileştikleri kişilere sorunlarını sözcük veya hareketlerle ifade etmek dışında bilinir kılmanın, işitilebilir kılmanın başka bir yolu yoktu. Çabalar, çoğunlukla, yerel düzeydeydi ve yabancıların konuyla ilgili bilgi sahibi olması ya ulaklar yoluyla ya da birinci ağızdan oluyordu.

Bugünse durum çok daha farklıdır. Matbaanın ve özellikle de elektronik medyanın gelişimi ile tanınma adına yapılan mücadeleler, gittikçe, dolayimli kamusalık alanında görünebilirlik çabaları haline dönüşmüştür. Kişinin kendini görünür ya da duyulur hale getirme (ve diğerlerinin de aynısını yapmasını engelleme) çabası, modern dünyanın sosyal ve politik karmaşasında çevre konumunda değil, aksine tam merkezdedir. Kadın hareketi ve yurttaşlık hakları hareketi gibi sosyal hareketlerin gelişimi, medyadaki görünürlük mücadeleleri aracılığı ile alt veya marjinal grupların iddialarının güç kazandığına yeterli bir delildir. Benzeri hareketlerin gelişimi, aynı zamanda, medyada

belli bir düzeyde görünürlük elde etmenin belli bireylerin istek ve endişelerinin diğerleri tarafından bilinmesine ve bu şekilde aynı zamansal ve mekânsal bağlamı paylaşmayan bireyler için bir umut çığılığı olmasına olanak vereceği gerçeğini destekler.

Dolayimli kamusalılığın bu özelliği, başarılı bir görünürlüğün öngörülemez ve denetlenemez şekillerde ortaya çıkan bir dizi olayları harekete geçirebilmesinin nedenini anlayabilmemize yardımcı olabilir. Medya imajları ve iletileri, bireylerin günlük yaşamlarının akışları içerisinde deneyimledikleri adaletsizlik hislerine ve derin fikir ayrılıklarına dokunabilir. Medya, geçmişte olmadığı şekilde *gündelik olanı*, görünür ve gözlemlenebilir hale getirerek, *siyasallaştırabilir* ve bu şekilde günlük olayları birer aksiyon katalizörü haline dönüştürerek meydana geldikleri mekânın dışına taşmalarını sağlayabilir. Bu durum, 1991’de gece vakti arabasını sürerken polisler tarafından durdurulan, aracından yaka paça indirilen, tekmelenen ve yerde yatarken uyuşturucu silahla vurulan bir siyah olan Rodney King’e saldıran polis memurlarının davası sırasında açıkça görülmüştür. Tüm bu olaylar dizisi, olay yerinden tesadüfen geçmekte olan amatör bir fotoğrafçı tarafından kaydedilmiştir. Video görüntüleri memurları yargılayan mahkeme tarafından kanıt olarak kabul edilmiş, aynı zamanda da tüm Birleşik Devletler’de, açıkçası tüm dünyada, tekrar tekrar televizyonlarda gösterilmiştir (görüntülerden alınan kareler de gazete ve dergilerde yayınlanmıştır). Sonuçta polis memurları jüri kararıyla 1992 baharında beraat ettiğinde, kararın açıklanmasının hemen akabinde Los Angeles’ta ve diğer Amerikan şehirlerinde çok şiddetli isyanlar ve gösteriler baş gösterdi. Amatör video görüntüleri

toplumu öfkелendirmiş ve ayağa kalkmasına neden olmuştu. Bu olay, kendi mekân ve zaman ortamını aşan, zenci toplumundaki bireylerin gündelik hayatlarında karşılaştıkları vahşetin görünür, tekrarlanabilir ve görünüşte aksi iddia edilemeyecek bir kanıtı haline geldi. Kararın duyulmasının ardından birçok kişinin hissettiği öfke hissi, sadece, bu vakada adaletin tecelli etmemesinden kaynaklanmıyordu: Kararın açıklanması, Amerikan toplumunda zencilerin durumu ve etnik gruplara polis ve yargının farklı muamelesi gibi adaletsizliğin daha geniş boyutlarda görüldüğü konularla bağlantılı olmasaydı, bu tür dramatik olaylar meydana gelmezdi. Rodney King'in dövüldüğü kaset kendi başına LA'deki ve diğer şehirlerdeki isyanlara neden olmadı. Ancak bu kaset bir bireyin gündelik yaşamındaki bir deneyimini, birçok insanın deneyimlediklerinin görsel kanıtı haline dönüştürdü; sonrasında bu durum, açıkça adaletsiz olduğu görülen bir kararla birleşince Los Angeles'in şehir merkezi sınırlarının çok ötesine kadar taşan bir dizi kontrol dışı olayın ateşleyicisi haline geldi.

Bu örnek ayrıca göstermektedir ki, dolayimli kamusalılık çağında, adalet ile – daha genelde ise siyaset ile – ilgili sorunlar belli kurumların ve mekânların bünyesinde tutulamaz. Her ne kadar Los Angeles otoriteleri Rodney King olayını yasal sistem içerisinde tutmaya çalışsalar da, video görüntüleri olayı bu otoritelerin kontrolünden çıkaracak bir görünürlük seviyesine taşımıştır. Olay, sadece yerel toplumun ilgisi dâhilinde olmayan adalet ve adaletsizlik sorunsalına dönüşmüştür: İlgi artık ulusal ve hatta uluslararası düzeydedir. Ayrıca bu sorulara mevcut yargı sisteminin yaklaşımı, ne yargı sisteminin bir parçası olan, ne de orijinal olaylara tanıklık etmiş, sadece amatör bir video

kaydı üzerinden kendi kişisel fikirlerini oluşturmuş kişilerce ağır bir şekilde eleştirilmiştir. Bu bağlamda, dolayım-lı kamusalığın gelişimi, modern toplumlarda iktidar ve siyasetin doğasında daha genel bir dönüşüme katkı yapmıştır. Şimdi bu dönüşüme daha ayrıntılı bakalım.

Demokratik Siyasetin Yenilenişine Doğru

Demokrasi, 20. yüzyılda siyasal iktidarın yasal uygulamalarını yazılı olarak garanti altına alabilen belki de yegâne düşüncedir. Bu düşüncenin dikkat çeken zaferinin öyküsü – 6. yüzyıl Atina’sındaki sınırlı kökeninden, günümüzün evrensel popülerliğine kadar – birçok kez anlatılmıştır.¹⁰ Hikâyeyi dikkat çekici yapan, 2500 yıllık tarihinin büyük bir kısmında, demokrasi düşüncesinin birçok yorumcu tarafından insan ilişkilerini yönetmek adına tatsız bir reçete olarak anılmasıdır. Ancak 18. yüzyıl sonlarından itibaren demokratik ideal yeniden uyanışa geçmiş ve siyasi gücün organizasyonu için ciddi bir ilke olarak ortaya çıkmıştır. Ancak bu şartlar altında – yani modern toplumların doğduğu şartlar altında -- demokrasi fikri, kendisini eski Atinalıların uygulamalarından ciddi anlamda uzaklaştıracak bir şekilde adapte edilmiştir. Birçok modern siyaset düşünürüne göre, demokrasi ilk başta yeni doğmakta olan ulus-devlet çerçevesinde siyasi gücü organize etmek adma oluşturulan bir fikirdi. Vatandaşların maksimum derecede kendi kendilerini yönetmelerini sağlayacak bir sistem değildi, ancak yönetici kesimin yönettiklerinden sorumlu ol-

¹⁰ Özellikle bkz. David Held (der.), *Models of Democracy* (Cambridge: Polity Press, 1987); David Held (der.), *Prospectes for Democracy*; John Dunn (der.), *Democracy: The Unfinished Journey, 508 BC to AD 1993* (Oxford: Oxford University Press, 1992).

masını gerektiren bir mekanizmaydı. Modern ulus-devletlerin gerçek boyutları ve nüfuslarının büyüklüğü göz önüne alındığında, demokrasinin modern dünyada bir temsil şeklinden farklı olarak ne şekilde uygulanabileceğini görmek oldukça zordu. Dahası, yeni gelişen ulus-devletlerde temsili demokrasi kurumlarının gelişimi, pazar ekonomisi ve kapitalist temellere dayanan özerk ekonomik kurumların gelişimi ile yan yana gitti. Her ne kadar temsili demokrasi ile kapitalist ekonomi arasındaki bağlantı tarihsel bir rastlantı olsa da, günümüzde bir demokratik rejimin, ekonomisinde belli bir düzeyde özerk ve pazar-yönelimli gelişim olmadan, nasıl etkin ve dayanıklı olabileceğini tasavvur etmek güçtür.

Demek ki modern dünyada demokrasinin görünüşteki zaferi, iki bin beş yüz yıl önce mücadelenin başladığı günden beri, hem savaş alanının hem de rakiplerin tanınmayacak şekilde değiştiği koşullarda elde edilmiş bir zaferdir. Kendi kendilerini yöneten özerk vatandaşların oluşturduğu klasik Yunan ideali her ne kadar günümüz siyasi düşünce sistemine ilham vermeyi sürdürse de, modern dünyada demokrasinin kazandığı zaferin gerçek şekli idealin soluk bir yansımasıdır: Temelde ulus-devlet düzeyinde kurumsallaşmış bulunan ve görece özerk bir yapıya sahip pazar ekonomisi üzerinde bir derece düzenleyici kontrole sahip olan geniş çaplı bir temsile dayalı demokrasi yapısı.¹¹ Her ne kadar büyük kayıplarla kazanılmış bir zafer olmadığı açık olsa da, demokrasinin bu zaferinin de bir maliyeti vardır. Temsili demokrasinin gelişimi, bir ölçüde, demokrasi fikrinin sunduğu meşruiyet olgusunu zayıflatacak tehditlere yol açan yeni problemlerin yaratılmasına neden olmuştur.

¹¹ Bkz. John Dunn, 'Conclusion', *Democracy* içinde, s. 248 ve devamı.

İlk olarak, temsili demokrasinin gelişimi, sıradan bireylerin kurulu olan siyasi kurumlara karşı önemli düzeyde ve giderek artan bir şekilde olumsuzluk ve düş kırıklığı ile yaklaşmalarına yol açmıştır. Bu durum kamuoyu yoklamaları, azalan (bazı durumlarda, iyice azalan) oy verme oranları ve büyük siyasi partilere verilen desteğin düşmesi ile yansıtılmaktadır. Bu akım ne yeni bir şeydir, ne de nispeten şaşırtıcı bir gelişmedir. Bu durumun sosyal ve politik koşulları çok önce Max Weber tarafından analiz edilmişti.¹² Siyasetin profesyonelleşmesi ve siyasi partilerin bürokratikleşmesi ile birlikte siyasete katılma olayı politikayı gide rek kariyerleri haline getiren tam-zamanlı siyasetçilerle sınırlı olmaya başladı. Bireylerin büyük bir çoğunluğu için bu sürece katılım ancak her dört veya beş yılda bir birbirlerinden genel politikaları ve olayları değiştirmedeki etkisizlikleri bakımından farklı olmayan adaylar arasından seçim yapmaktan öteye gitmez. Siyasal partiler güç elde etmek için seçim sürecinde destek elde etmeye çalıştıklarından, sürekli olarak farklı sloganları tekrarlayan, rakiplerini aşağılayan faaliyetlerle kendilerini diğerlerinden ayırt etmeye çalışırlar. Ancak birçok birey için bunlar az sempati ve empati besledikleri bir oyunda önceden tahmin edilebilen hamleler gibidir ve duyumsadıkları bu düşük sempatiyi sürekli davet edildikleri bu oyuna katılmayarak ifade ederler.

¹² Özellikle bkz. Max Weber, 'Politics as a Vocation' ve 'Burocracy', *From Max Weber: Essays in Sociology* içinde, çev. ve der. H. H. Gerth ve C. Wright Mills (Londra: Routledge ve Kegan Paul, 1948), s. 77 – 128, 196 – 224. Weber'in açıklamasına bir ölçüde yakınlık taşıyan daha yeni bir çözümleme için bkz. Pierre Bourdieu, 'Political Representation: Elements for a Theory of the Political Field', *Language ve Symbolic Power* içinde, der. John B. Thompson, çev. Gino Raymond and Matthew Adamson (Cambridge: Polity Press, 1991), s. 171 – 202.

İkinci bir problem de temsili demokrasinin pazarın yarattığı karmaşık bir dizi eşitsizlikle aynı anda mevcut olmasından kaynaklanır. Tarihe bakıldığında temsili demokrasi kurumlarının özelleştirilmiş pazar ekonomisinin servet yaratan kurumları ile yakın ve karşılıklı bir ilişki içinde geliştiği görülür. Marx ve diğerlerinin vurguladığı gibi bu ekonomik örgütlenmeler sadece servet yaratmamış, aynı zamanda kaynakların ve yaşam olanaklarının dağılımı konusunda da çok büyük eşitsizliklerin de sebebi olmuşlardır. Ancak 20. yüzyıl boyunca özelleştirilmiş pazar ekonomisini kısmen veya bütünüyle kaldırmak suretiyle bu eşitsizlikleri bertaraf etme amacıyla yapılan – Batı ülkelerindeki geniş ölçekli ulusallaştırma programları veya eski Sovyetler Birliği’nde ve diğer ülkelerdeki merkezi ekonomi yönetimi çabaları gibi – çeşitli denemeler en iyi ihtimalle şüpheli başarılar, en kötü ihtimalle de iç karartıcı fiyaskolar olmuşlardır. Malî politikalar, düzenleme ve refah kuruluşları vasıtası ile ekonomiye müdahale etmeyi amaçlayan daha az köklü denemeler pazarın sebep olduğu eşitsizlikleri azaltmada bir nebze de olsa başarılı olmuştur, ancak bu eşitsizlikleri ortadan kaldırmayı başaramamıştır. Modern ekonominin yönetiminde karşılaşılan geniş ölçekli ve karmaşık sorunlar ve dinamik ekonomik faaliyetlerin muhafaza edilmesi ile eşitsizliklerin ne derece indirgenebileceği konusundaki belirsizlikler göz önüne alındığında, temsili demokratik rejimin pazar kaynaklı eşitsizlikleri yok etmede ne derece başarılı olacağı konusunda şüpheler ortaya çıkmaktadır. Bu rejimler düzenleyebildikleri ama hiçbir zaman kontrol edemedikleri pazar ekonomilerine bağımlıdırlar; bu nedenle de tüm vatandaşlarına oy verme hakkını vermeleri-

ne rağmen, pazarın nispeten özerk işleyişi içinde bireylerin ekonomik kaynaklar ve yaşam fırsatları bağlamında eşit olmayan hak ve güçlere sahip olmalarına rıza gösterdikleri konusundaki eleştirilere açıktırlar.

Üçüncü problem ise, siyasal partilerin rekabet edecekleri ve iktidarı kullanacakları koşulları tanımlamak için demokratik uygulamaların bir kurallar dizisine dönüştürülmesi ile temsili demokrasinin etkin bir şekilde bu uygulamaların kapsamını sınırlandırmasıdır. Partiler demokratik bir oyunun kuralları içinde tanımlanan siyasi alanda seçimlerde destek elde etmek adına birbirleriyle mücadele etmeye başladıklarında kolaylıkla sıradan vatandaşların ilgilendiği konularla olan bağlarını kaybedebilir ve onların hayatlarını etkileyen değişimlere tepki vermekte yavaş kalabilirler. Dahası, eğer demokratik uygulamalar sadece kurumsallaşmış politika çevreleri ile sınırlandırılırsa, toplumsal yaşamdaki birçok alan – işyerlerinden evlere, çalışanlarla işverenler arasındaki otorite ilişkilerine, arkadaşlar arasındaki samimiyet ilişkilerine kadar – açıkça demokratik karar alma süreçlerinin dışında bırakılmış olacaktır.

Son yıllarda temsili demokrasiye karşı ciddiyetle yürütülen mücadelelerin birçoğunun, demokratik uygulamaların kısıtlanmasına karşı kurumsallaşmış politika alanına yöneltilmesi anlamlıdır. Bu mücadeleler demokrasi fikri yerine modern devletlerin parlamenter kurumlarının demokratik ilkeleri dışlayan düzenlemelerini hedef almaktadır. Parlamento dışı toplumsal hareketlerin ve baskı gruplarının – sivil toplum örgütlerinin, kadın hareketlerinin ve çevreci grupların da eklenmesi ile – artışı, birçok bireyin mevcut siyasal kurumların kendilerini en çok ilgilendiren konulara yeterince ısrarla eğilmedikleri-

ni düşündükleri gerçeğinin bir göstergesidir. Bu kişiler parlamento dışı hareketler ve gruplar içinde yer alarak siyasetin gündemine yeni konular yerleştirirler ve – mevcut partilerin şimdiye dek görmezden geldikleri – toplumsal yaşam alanlarının eleştirel bir irdelemeye tabi tutulmasını sağlarlar. Bunun yanı sıra demokratikleşme süreçlerini kurumsallaşmış politika çevrelerinin ötesine taşımışlardır – örneğin, cinsiyetler arasındaki ilişkilere kadar¹³ – ki, sonuçlarının ne olacağı ancak zaman geçtikçe görülebilecektir.

Dördüncü bir problem de temsili demokrasinin öncelikle ulus-devlet düzeyinde kurumsallaşmış olması gerçeğinden kaynaklanır ve temsili demokrasi teorisyenleri, sınırları içinde bütünleşmiş ulus-devletin demokratik yönetim süreçleri için en uygun çerçeve olduğu fikrinde birleşirler. Ancak modern toplumsal yaşamın küreselleşen eğilimleri bu bölgesel sınırlanmayı gittikçe problemli bir hale getirmektedir.¹⁴ Belirli ulus-devletler gittikçe sınırları ötesinde uzanan ve bir ülkeden diğerine faklılaşan tarzda demokratik şekilde seçilmiş ulusal hükümetlerin manevra alanlarını kısıtlayan (ekonomik, politik, zorlayıcı ve sembolik) güç ağları içine gömülmektedir. Buna ek olarak, ulus-devletin siyasi çerçevesi içinde sınırlanmayacak bazı konular da bulunmaktadır – uluslararası şirketler, kirlilik ve çevre sorunları, silahsızlanma ve kitle imha silahlarının çoğalması gibi.

¹³ Bkz. Anthony Giddens, *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies* (Cambridge: Polity Press, 1992); Ulrich Beck ve Elisabeth Beck-Gernsheim, *The Normal Chaos of Love*, çev. Mark Ritter ve Jane Wiebel (Cambridge: Polity Press, 1995).

¹⁴ Bkz. Held, 'Democracy, the Nation-State and the Global System' ve 'Democracy: From City-states to a Cosmopolitan Order?'.

Şurası açıktır ki, temsili demokratik kurumların karşılaştığı sorunlar gerçekten de çok fazladır; kendi kendisini yücelten retoriği ile demokrasinin en ateşli taraftarlarının sesleri azaldıkça kutlamalara neden olacak fazla bir şey kalmadığı ortaya çıkmaktadır. Daha az açık olan ise, durumu düzeltmek adına yapılacak bir şey olup olmadığıdır. Oy verenlerle temsilcileri arasındaki boşlukta bir köprü kurmanın olası bir yolu var mıdır? Olumsuzluk ve düş kırıklığını engellemenin? Demokratik hükümetin daha aktif ve katılımcı bir şeklini yaratmanın?

Bu sorulara ilham almak üzere şehir-devletlerindeki klasik model ile cevap vermek ve kişilerin kendi hayatlarını etkileyen konuları tartışabildikleri, bir konu hakkında fikri olanların bu fikirleri açıkça ifade edebildikleri ve kararların oy hatta fikir birliği ile alındığı yeni bir dünya hayal etmek çok çekici gözükebilir. Ahlaki bir bakış açısından, böylesi bir doğrudan katılımcı demokrasi adına söylenebilecek çok şey vardır. Bu yaklaşımda tüm bireyler kendi kaderleri üzerinde sorumluluk sahibi olan eşit ve özerk kişiler olarak görülürler. Farklılıkları aşmak adına şiddet ve güçten çok diyalog ve tartışmanın önemi vurgulanır. Belli bireylerin ve grupların başkalarının görüşlerini dikkate almama ve diğerlerine rağmen kendi çıkarlarını takip etme risklerini azaltır. Bireylere, akıntının sürüklediği bedenler yerine kendi yaşamlarını ve tarihlerini şekillendiren failer olma şansını verir.

Her ne kadar doğrudan, katılımcı demokrasi dikkate değer bir ahlaki çekiciliğe sahip olsa da, modern çağdaki demokrasi politikalarının ikilemlerine uygulanabilir tepkiler vermekte zorlanmaktadır. Çünkü model günümüzde karar verme mekanizmalarının içinde olduğu şartların

nadiren uyuştuğu belli toplumsal ve sembolik koşulları gerektirmektedir.¹⁵ İlk olarak bireylerin ortak çıkarlarını ilgilendiren meseleler üzerinde tartışmak üzere bir araya gelebilecekleri ortak bir zamansal ve mekânsal bir alanı öngörür. İkinci olarak, tüm katılımcıların statü olarak eşit olduklarını varsayar. Üçüncü olarak da bireylerin birbirlerine görüşlerini aktarabilecekleri, diğerlerinin görüşlerini sorgulayabilecekleri, tartışmalara girebilecekleri ve böylece söylemsel olarak oluşturulmuş yargıya ulaşabilecekleri bir diyalog ortamını öngörür. Kısacası, bu model, tartışma ve müzakere yoluyla, kolektif bir irade oluşturmak üzere bir araya gelen az çok eşit statüdeki bireyler arasında söyleşmeli bir iletişim sürecini varsaymaktadır.

Bu doğrudan, katılımcı demokrasi modelinin bir nebze de olsa etkin bir şekilde uygulanabileceği durumlar günümüzde de görülebilir – küçük ölçekli topluluklar veya kurumlar gibi. Ancak birçok önemli kararın alındığı düzeylerde (ve modern dünyanın gittikçe artan birbirine bağlanmışlığının ışığında gelecekte de birçok kararın alınacağı düzeylerde) doğrudan, katılımcı demokrasiye bağlanan umutlar boşa çıkacaktır. Zaman ve mekân içerisinde her tarafa dağılmış olan sayısız bireyin hayatlarını etkileyecek kararların alınması gerektiğinde, ortaya çıkan problemlerle ilgili olarak bu modelin ortaya koyduğu hiçbir uygulanabilir çözüm yoktur. Model kendi başına sorunsuz da uy-

¹⁵ Klasik modelin sınırları ve büyük ölçekli toplumsal örgütlerin koşullarına uygulanamazlığı, elbette ki, liberal düşünüş geleneği içinde çok sayıda yazar tarafından tartışılmıştır; örneğin bkz. John Stuart Mill, 'Representative Government', *Utilitarianism* içinde, özellikle s. 217 – 18. Yunan siyasal düşünüşü ve onun mirasında yüz yüze etkileşimin öneminin altını çizen daha yakın tarihli bir tartışma için bkz. Peter Laslett, 'The Face to Face Society', Peter Laslett (der.), *Philosophy, Politics and Society* (Oxford: Blackwell, 1956) içinde, s. 157 – 84.

gulama aşamasında belli problemlerle karşılaşılırmaktaymış gibi bir durum yoktur; zorluk sadece uygulamayla ilgili değildir. Sorunlar daha köklüdür: Model, modern dünyanın birbirine bağlanmışlığı ve modern toplumların büyüklüğü ve karmaşıklığı bağlamında, günümüzde birçok kararın alındığı gerçek koşullardan gittikçe daha da uzaklaşmaktadır.

Eğer doğrudan, katılımcı demokrasi modeli sınırlı bir değere sahipse, o halde diğer alternatifler nelerdir? Temsili demokrasinin yavaş tepki veren mevcut kurumlarından kopmadan ve de klasik modelin cazibesine boyun eğmeden demokratik ideali günümüzde yeniden canlandıracak pratik ve etkin metotlar var mıdır? Benim görüşüme göre, bu noktada ‘müzakereci demokrasi’ düşüncesinin dikkate alınması bizlere yardımcı olacaktır – temsile dayalı kurumlara alternatif olmak yerine onları geliştirip, zenginleştiren bir kavram olarak.¹⁶ ‘Müzakereci demokrasi’ kavramı ile tüm bireylere, enformasyonu ve değişik bakış açılarını özümseme yoluyla mantıklı yargılar oluşturmaya muktedir özerk kimseler gözüyle bakan ve bireysel yargıları or-

¹⁶ Müzakereci demokrasi fikri, son yıllarda çok sayıda yazar tarafından tartışılmıştır. Örneğin bkz. Bernard Manin, ‘On Legitimacy and Political Deliberation’, çev. Elly Stein ve Jane Mansbridge, *Political Theory*, 15 (1987), s. 338 – 68; Joshua Cohen, ‘Deliberation and Democratic Legitimacy’, Alan Hamlin ve Philip Pettit (der.), *The Good Polity: Normative Analysis of the State* (Oxford: Blackwell, 1989) içinde, s. 17 – 34; David Miller, ‘Deliberative Democracy and Social Choice’, David Held (der.), *Prospects for Democracy* içinde, s. 74 – 92; John S. Dryzek, *Discursive Democracy: Politics, Policy and Political Science* (Cambridge: Cambridge University Press, 1990); James S. Fishkin, *Democracy and Deliberation: New Directions for Democratic Reform* (New Heaven ve Londra: Yale University Press, 1991); Seyla Benhabib, ‘Deliberative Rationality and Models of Democratic Legitimacy’, *Constellations*, 1 (1994), s. 26 – 52. Müzakereci demokrasi üzerine yazılanların çoğu, Habermas’ın iletişimsel rasyonalite ve söylem etiği çalışmasından esinlenir ancak ben, Habermas’ın çalışmasını tartışmayı ılerleyen bölüme bırakacağım.

tak karar verme süreçlerine dahil edecek bir dizi mekanizmayı kurumsallaştıran bir demokrasiden söz ediyorum. Demokrasinin müzakereci olarak kavramsallaşması yargıların oluştuğu ve kararların alındığı *süreçlere* odaklanır. Bireyler, alternatifler üzerinde kafa yormaya, belli konulardaki önerileri destekleyecek fikir ve görüşleri tartmaya ve kendi farklı bakış açıları doğrultusunda mantıklı yargılara varmaya davet edilir. Demokrasinin müzakereci olarak kavramsallaşmasında bir kararın yasallığı, bu kararın yapılan müzakere sürecinin bir sonucu olduğu gerçeğinden gelir. Müzakereci oluşum her bireyin önceden belirlenmiş arzu ve tercihlere sahip olduğunu varsaymaz, meşruluğu da sadece bireylerin tercihlerinin aritmetik toplamı olarak tanımlamaz. Bunun yerine müzakere süreci, kişisel arzularını gerçekleştirmek adına fikirleri ve farklı bakış açılarını tartmak adına bireylerin kullandıkları süreç olduğu için önemlidir.¹⁷

Müzakere sürecinin açık uçlu olması gerekir. Daha fazla bilgi kullanılabilir olduğunda ve bireyler diğerleri tarafından ortaya atılan fikir ve iddiaları ele aldıklarında kendi özgün görüşlerini sorgulayabilir ve aşamalı olarak değiştirebilirler. Anlayış ufukları, başkalarının ürettiği fikirleri anlamaya çalışarak daha da genişleyebilir. Bu açık uçlu fikir-karşı fikir, iddia-karşı iddia süreci, genel bir müzakere süreci içinde katılımcıların görüşlerinin – şüphesiz ki, farklı bağlılık ölçütleriyle – belirli bir noktada endekslenmesi amacı ile bir oylama sonucunda geçici ola-

¹⁷ Bernard Manin bu noktayı iyi ifade eder: ‘meşru bir karar herkesin isteğini temsil etmez fakat herkesin müzakeresi sonucu oluşur. Bu, önceden biçimlenmiş isteklerin toplamından ziyade, herkesin isteğinin sonuca meşruluğunu verecek şekilde biçimlendiği bir süreçtir’ (‘On Legitimacy and Political Deliberation’, s. 352).

rak sonlandırılabilir. Müzakereci demokrasi çerçevesinde çoğunluk ilkesi karar verme için meşru bir temel sağlar. Farklı alternatifleri gözden geçirme fırsatı verilmişken eğer ki çoğunluk belli bir önerinin mezzietleriyle ikna olursa, o öneri o andan itibaren meşruluk kazanır, ta ki (eğer olursa) çoğunluk farklı bir şekilde ikna edilene kadar.¹⁸

Eğer müzakereci demokrasi fikri, demokratik düşünce geleneğinin bıraktığı miras bazı anahtar fikirleri korumaya ve düzenlemeye olanak sağlıyorsa, aynı zamanda bazı potansiyel tuzaklardan uzak durmamızı da sağlıyor demektir. İlk başta, *müzakereci* demokrasi fikrinin ille de *söyleşimsel* düşünceyi gerektirmediğini vurgulamak önemlidir. Düşünülp kararlaştırılmış yargıların oluşumu, bireylerin birbirleriyle diyalog kurmalarını gerektirmez.¹⁹ Kitap okumanın veya bir televizyon programını izlemenin, kendi başına, müzakere etmeye başkalarıyla yüz yüze konuşmaktan daha az yardımcı olduğunu savunacak yeterli dayanak yoktur. Diğer yandan, bireylere başka koşullar altında erişemeyecekleri bilgi ve malumatı sunduğunuzda, yarı dola-

¹⁸ Bkz. Manin, 'On Legitimacy and Political Deliberation', s. 359; Benhabib, 'Deliberative Rationality and Models of Democratic Legitimacy', s. 33.

¹⁹ Bu hususta, James Fishkin'in başka bakımlardan derin ve yenilikçi önerilerinden şüphe duyulabilir. Fishkin, halkı istatistiksel olarak temsil eden bir örneklemin biraraya getirilip belirli konuların uzun süre tartışılabileceği 'müzakereci kamuoyu yoklamaları' geliştirilmesini önerir. Bu yoklamalar, toplumun istatistiksel bir mikrokozmoz olarak bütünü müzakerelerini temsil eden ya da yerini tutan katılımcılar arasında, doğrudan, katılımcı bir demokrasi biçimi oluşturmaya yönelecektir (*Democracy and Deliberation*, s. 93). Müzakereci kamuoyu yoklamaları, böylece, yüz yüze toplumun koşullarının yeniden yaratılmasına olanak sağlayarak bir anlamda geniş ölçekli ulus devlet demokrasisine hizmet edecektir' (s. 92 - 3). İstatistiksel olarak temsili bir örneklemin bütünü müzakeresinin yerini tutacağını varsaymanın sorunları bir yana, neden Fishkin'in yaptığı gibi müzakerenin yüz yüze konuşmayı gerektirdiğinde ısrar edilsin?

yımlı etkileşim, en azından paylaşılan mekânda yapılan yüz yüze etkileşim kadar müzakereleri harekete geçirebilir. Bu, uygulamada her türlü dolayımli iletişimin müzakereleri harekete geçirebileceğini söylemek anlamına gelmez – şüphesiz ki bu ifade yanlış olur. Ancak müzakere süreci ve ortak bir yargı oluşumunun söyleşimsel sembolik alış-veriş yapısı ile özel bir ilinti içinde olduğu fikrinden de kendimizi muaf tutmalıyız.

Söyleşmeli iletişim ve paylaşılan mekânlardaki yüz yüze etkileşim ile müzakereci demokrasi fikirlerini birbirlerinden ayırarak müzakereci demokrasi fikri ile doğrudan, katılımcı demokrasi modelinin birbirlerinden neden ayrı – ve açıkçası, bir bağlantıya ihtiyaç duymayacak şekilde – olduklarını görebiliriz. Bir müzakere sürecine girmek için bireylerin ortak bir mekânda toplanmak suretiyle fikirlerini beyan etmeleri ve diğerlerinin görüşlerini dinlemeleri gerekmez; bu fikir yurttaş meclislerini veya benzeri toplantıları sadece en meşru (veya en uygun) müzakere forumu olarak öngörmez. Buna karşın, bazı bağlamlarda ve bazı yönlerden yurttaş toplantılarının ortak, düzeyli müzakere süreçlerine yardım etmekten çok, sürecin ilerleyişini engelledikleri de görülür. Alternatiflerin titiz bir şekilde tartışmasını teşvik etmek yerine bu toplantılar tutkuları tahrik edip bireyleri ortak yargılarla alakası olmayan düşünce temellerinde kararlar almaya ikna ederler.²⁰ Buna göre müzakereci demokrasi fikri, doğrudan, katılımcı demokrasiye yöneltilebilen eleştirilere açık değildir. Müzake-

²⁰ Joshua Cohen'in yerinde bir şekilde belirttiği gibi, 'yurttaş meclislerinin işlevselliğinin akılcı bir hesabı yapılmadan, açık uçlu gündemlerle yapılan toplantıların herhangi bir müzakere sağlayacağını ya da katılımcıları, birbirlerini serbest müzakere sürecindeki eşit kişiler olarak görmeye teşvik edeceğini varsayamayız' ('Deliberation and Democratic Legitimacy', s. 30).

re sürecini savunan bir kişi doğrudan, katılımcı demokrasinin müzakere sürecini kurumsallaştırmanın en uygun mekanizması olduğu fikrine saplanıp kalmak zorunda kalmaz.

Pekiye, müzakereci demokrasi fikrinin en pratik uygulamaları nelerdir? Bu fikrin gelişimini kolaylaştıracak kurumsal şartlar hakkında söylenebilecek daha somut ifadeler var mıdır? Uygulama bağlamında müzakereci demokrasi fikri tarafından ortaya konan mücadele, müzakere süreçlerini yaygınlaştırmak ve kurumsallaşmak adına yeni yollar ve müzakere sonuçlarını karar verme işlemlerine katmak adına yeni mekanizmalar bulmaktır. Bireyler kendilerini ilgilendiren konularla ilgili olarak müzakerelere ne kadar çok katılma olanağı bulurlarsa, bu müzakerelerin sonuçları o derece karar alma işlemlerine katılır ve bireylerin hayatlarını şekillendiren sosyal ve politik organizasyonlar üzerinde demokratik etkileri aynı ölçüde etkili olur. Bu noktadaki mücadele, müzakere süreçlerinin kapsamını genişleterek demokratik etkileri derinleştirmek, kaliteyi yükseltmek ve sosyal ve politik yaşamın farklı düzeylerinde alınan kararların algılanabilir sonuçlarını garanti altına almaktır.

Bu perspektiften bakıldığında, medya kurumlarının müzakereci demokrasinin gelişmesinde belirgin bir şekilde önemli role sahip olduklarını görürüz. Çünkü bu kurumlar, bireylerin ortak yargılara varmalarının beklendiği konularda bilgi edindikleri ve farklı bakış açılarıyla karşılaştıkları temel unsurlardır. Aynı zamanda marjinalleşmiş veya dolayımı görünürlük alanından dışlanmış görüşleri bireylere açıkça ifade edebilmek için potansiyel mekanizmalar da sunarlar. Bu nedenle medyada farklılık ve çoğul-

culuğun geliştirilmesi, müzakereci demokrasinin gelişimi için bir seçenek veya ek değil, temel ve gerekli bir koşuldur. Müzakere, farklı görüşlerin çarpışması üzerine gelişir; müzakere süreci için ihtilafa izin vermeyen uyarlanmış bir fikir korosundan daha yıkıcı bir şey olamaz. Düzenlenmiş çoğulculuk ilkesi farklı görüşlerin ifade edilebilmesi ve iktidara meydan okunabilmesi koşullarını sağlayacak müzakereci demokrasinin uygulamalı olarak geliştirilebileceği kurumsal çerçeveyi temin eder.

Buna göre, modern toplumların gerçek koşullarında müzakereci demokrasi, müzakere süreci bilgi edinme ve görüşleri ifade etme bağlamında medya kurumlarına bağlı olacağından, belli bir ölçüde, dolayimli demokrasi olacaktır. Müzakereci demokrasi ve medya arasındaki ilişki için en uygun ifadenin bir nevi elektronik belediye sarayı veya gelecek bilimcilerin hakkında yazdıkları ana konulardan biri olan “tele-demokrasinin” hayalperest şekillerinden biri olacağını varsaymaya gerek yoktur.²¹ Bunun yerine, düzenlenmiş çoğulculuk ilkesinin etkin bir uygulaması, sıradan bireylerin ortak kararlarının sosyal ve politik yaşamın farklı düzeylerindeki karar alma süreçlerine dönüşümsel olarak katılmasını sağlayacak yeni mekanizmaların geliştirilmesi ile katlanarak demokratik siyasetin yenileştirilmesi yönünde bir adım atılmış olacaktır. Böylece iktidar, aşağı ve dışarı doğru dağıtılmış olacak ve bu sayede çoklu iktidar merkezleri ile çeşitlendirilmiş iletişim ve bilgi akış ağları oluşacaktır. Bu durum, sıradan bireylerin müzakere süreçleri içine çekilmelerine ve böylece sosyal ve poli-

²¹ Yeni iletişim teknolojilerinin demokratik reform için potansiyel kullanımlarından meydana çıkan bazı sorunların makul bir değerlendirmesi için bkz. F. Christopher Anterton, *Teledemocracy: Can Television Protect Democracy?* (Newbury Park, Calif.: Sage, 1987).

tik yaşam içindeki demokratik etkilerinin derinleşmesine yardımcı olacak ve aynı zamanda yirminci yüzyıl dünyasının birbirine bağlanmışlığı ve karmaşıklığında karar alma işlemlerinin farklı düzeylerinde temsili oluşumların iştirakinin vazgeçilmez olduğu da görülecektir.

Müzakereci demokrasi için yapılan bu önerilerin modern çağda demokratik siyasetin karşılaştığı problemleri aşacağını veya bir ölçü de olsa iyileştireceğini varsaymak iyimserlik olur. Bu problemler, sosyal değişimin uzun süreçli işlemleri ve sosyal organizasyonların temel özelliklerinden kaynaklanır ve kolay çözümlere izin vermez. Ancak doğrudan, katılımcı demokrasi modelinin modern siyasal tasavvur üzerinde varlığını sürdürdüğü cazibesinden uzaklaşmamıza olanak sağlar. Ayrıca bu öneriler, bütün bireylerin diyalogun ortakları ya da diyalogda gerçekçi olduklarını varsaymaksızın, onları mantıklı yargılar oluşturma kapasitesine sahip özerk ve sorumlu failer olarak kabul eden bir demokratik yaşamı tasarlamamızda bizlere yardımcı olabilir.

Küresel Bir Sorumluluk Etiğine Doğru

Medya tarafından yaratılan bu yeni kamusalılık türünün normatif veya etik bir boyutu var mıdır? Bazı sosyal ve kültürel teori çevrelerinde etik düşüncüsü geçmişle iştigal olarak, insan davranışlarını evrensel olarak birbiriyle ilişkilendiren bağlar türetmeye çalışan – verimsiz ve bazı durumlarda yıkıcı sonuçlara neden olan – meşrulaştırıcı bir aklın artık bir ifadesi olarak görmek adetten olduğu için bu soru ilginç bir şekilde bazılarında eski moda görünebilir. Evrenselci projenin çöküşü etik araştırmaların doğasını ve kapsamını bir belirsiz-

lik sisinin içinde bırakmıştır. Bazıları ahlaki-uygulamalı soruların ancak *yerli yerinde*, toplum üyelerinin birbirleriyle olan bağlarını yenileyebildikleri süreç dâhilinde yöneltip cevaplanabileceğini savunurlar. Diğerleri ise etik araştırmaların amacını etiğin mevcut tarihi karakterini tanımlayarak açığa kavuşturmak yerine her şeyi bütünüyle ortaya çıkarmayı önerirler: Etik kurallar, her ne kadar tüm kapsamı çevrelese de, sadece benliğe ayak bağı olur ve yaratıcı benlik yapımını sınırlar. Etik benliğe yönelik estetik bir yaklaşıma izin vermemeli, zaman içinde serbestçe ve sürekli olarak yenilenen bir sanatsal yapıt kavramı olarak yaklaşmalıdır.

Her ne kadar dolayimli kamusallığın normatif veya etik bir boyutunun olup olmadığı sorusu bazılarına eski moda gibi görünse de, diğerlerine garip bir şekilde yersiz görünebilir. Bu kişilere göre medya, etik tartışmaların uzun zaman önce uzaklaştırıldığı bir alan olarak algılanabilir. Medya kurumlarının giderek ticarileşmesiyle bazı geçmiş medya iştirakçilerinin ortaya koyduğu ahlaki ve siyasi idealler yerini verimlilik ve kârlılık kriterlerine bıraktı. Medya ürünlerinin kendileri – bu sava göre – zamanla standartlaştı ve klişelere büründü; önemsiz ve sansasyonel, kısa süreli olaylarla ilgilenir hale geldi ve günlük yaşamın bayağılıklarını aşma kapasitelerini bir kenara bıraktı. Medya ürünlerinin alımlanması sadece bir tüketim formu, bir heyecan, eğlence ve keyif kaynağı haline geldi. Elbette ki, medya ürünlerinin alımlanması belli özgün karakteristiklere (belli memnuniyet şekillerin yüceltilmesi, şifre çözümü için belli yeteneklerin mevcudiyeti, vb.) sahip olabilir; ancak etik önemi noktasında, bir buzdolabı, patates veya bir diğer metanın tüketiminden bir nebze de olsa farklıdır. Bu nedenle medyanın yükselişi, etik açısından pek de iyi bir haber değildi.

Habermas'ın kamusal alanın dönüşümü hakkındaki orijinal fikirlerinin can alıcı yanı, kamusal yaşamın etik boşluğu olarak tanımlanabilecek konuda keskin eleştirel bir perspektif sunmasıdır. Onsekizinci yüzyıl Avrupa'sında burjuva kamusal alanının doğuşu sadece kamusal bir gelişim değildi: Aynı zamanda ahlaki-uygulama boyutu da vardı. Burjuva kamusal alanı – her ne kadar oldukça kısmi olsa da – Habermas'ın zaman zaman “eleştirel aleniyet ilkesi” (ya da “eleştirel kamusalılık ilkesi” – *Öffentlichkeit*) olarak adlandırdığı ilkenin bir gerçekleştirimidir. Bu, Habermas'ın Kant'ın aydınlanma üzerine yazdıklarına dek takip ettiği bir fikirdir;²² bu anlayışa göre bireylerin kişisel fikirleri, baskıdan uzak ve herkese açık bir rasyonel-eleştirel tartışma süreci neticesinde kamu oyununa dönüşebilir. Habermas, bu fikrin kısmi ve kusurlu bir oluşumunu hayata geçiren burjuva kamusal alanının düşüşüne rağmen, eleştirel kamusalılık ilkesinin normatif bir ideal, alternatif sosyal örgütlenme şekillerinin dış hatlarının çizilebildiği ve mevcut kurumların eksikliklerinin değerlendirilebildiği bir nevi eleştirel ölçüm aleti olarak değerini koruduğunu savunur.

Habermas'ın *Yapısal Dönüşüm*'de ifade ettiği normatif konular onu yıllarca meşgul etti, ancak bu konuları ele alış şekilleri zaman içinde belli açılardan değişti. Habermas – normatif konuların tarihsel bir fikirler kümesinin mevcut eleştiri ile ele alındığı – eski yaklaşımının yetersiz olduğunu giderek kabul etti. Burjuva kamusal alanda bir zamanlar ifade edilen ilkelerin günümüzde bizleri neden bağla-

²² Bkz. Jürgen Habermas, *The Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, çev. Frederick Lawrence'm yardımlarıyla Thomas Burger (Cambridge: Polity Press, 1989), özellikle s. 102 ve devamı.

ması gerektiğine dair yeterince zorlayıcı bir sebep bulamıyordu. Bu nedenle Habermas *Yapısal Dönüşüm*'de geliştirdiği eleştirilerden uzaklaştı ve eleştirel toplum teorisi ile karşı karşıya gelen normatif problemlerin kaçınılmaz ve bağlayıcı bir karaktere sahip olan rasyonellik çerçevesinde ele alınması gerektiğini – söylem etiği kavramı ve iletişimsel eylem teorisi neticesinde – göstermeye çalıştı.²³

Habermas'ın kamusal alanın normatif boyutları üzerine iletişimsel eylem teorisi bağlamında yeniden çalışması itirazsız kalmadı. Habermas'ın söylem etiği kavramı ve ahlaki-uygulama konusu analizleri ile ilgili ciddi miktarda eleştirel literatür bulunmaktadır.²⁴ Birçok yorumcu, gördüklerinin Kantçı evrenselleştirme ilkesinin biraz farklı bir yapıda yeniden diriltilmesi girişimi olduğundan şüphelendiler. Onların görüşüne göre bu girişimin öncekilerden daha başarılı olması mümkün değildi. Habermas'ın projesinin tümüne daha fazla sempatiyle bakan diğer yorumcular ise modern bilimlerin karakteristiği olan değerlendirici ve yorumlayıcı dayanak noktalarının çoğulculuğu görüşü içinde mantıksal uzlaşma fikrini temel alan ahlaki ve siyasi bir teori inşa etmenin ne derece akılcı olduğu konusun-

²³ Özellikle bkz. Jürgen Habermas, *The Theory of Communicative Action*, vol. 1: *Reason and the Rationalisation of Society*, çev. Thomas McCarthy (Cambridge: Polity Press, 1984); 'Discourse Ethics: Notes on a Programme of Philosophical Justification', *Moral Consciousness and Communicative Action* içinde, çev. Christian Lenhardt ve Shierry Weber Nicholsen (Cambridge: Polity Press, 1990), s. 43 – 155; *Justification and Application: Remarks on Discourse Ethics*, çev. Ciaran P. Cronin (Cambridge: Polity Press, 1993); ve *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats* (Frankfurt: Suhrkamp, 1992).

²⁴ Örneğin bkz. Seyla Benhabib ve Fred Dallmayr (der.), *The Communicative Ethics Controversy* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 1990); Thomas McCarthy, 'Practical Discourse: On the Relation of Morality to Politics', *Ideals and Illusions: On Reconstruction and Deconstruction in Contemporary Critical Theory* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 1991) içinde, s. 181 – 99.

daki şüphelerini ortaya koydular. Habermas'ın önerisine göre bir kuralın geçerli veya doğru (*richtig*) ya da bir kurumun meşru olması, norm ya da kurumun hiçbir sınırlama koşulu olmadan o norm ya da kurum tarafından etkilenen herkes tarafından açıkça tartışılmasıyla mümkün olur; ancak bu gereksinim çok güçlü görünmektedir ve zamanımızın tartışmalı ahlaki ve siyasi konularına bir başarı umudu ile ne şekilde uygulanabileceğini kestirmek güçtür.

Eleştirel külliyatta yer bulan bu itirazların dışında, Habermas'ın yaklaşımında, onun eleştirmenleri tarafından nadiren ele alınan, ama bizleri doğrudan ilgilendiren büyük bir problem daha bulunmaktadır. Önceki bölümlerden birinde ifade ettiğim gibi, Habermas'm kamusal alan kavramı – ister onsekizinci yüzyılda ortaya çıkan burjuva kamusal alanı şeklinde olsun, ister kendi kişisel felsefi yaklaşımı olan daha ayrıntılı pratik söylem modeli olsun – mekânsal ve söyleşmeli bir kavramdır. Bireylerin, yüz yüze iletişimin eşit katılımcıları olarak, birbirleriyle diyalog kurmak üzere paylaşılan bir mekânda bir araya gelmeleri fikri üzerine kuruludur. Bununla birlikte, problem, bu kavramın modern dünyada gittikçe yaygınlaşan eylem ve iletişim türleri ile oldukça az ilişki kurmasından kaynaklanmaktadır. Günümüzde eylemler mekân ve zaman içinde geniş ölçeklere dağılmış bireyleri etkileyebilir; ayrıca medya paylaşılan mekânlarda gerçekleşen söyleşmeli konuşmaları içermeyen iletişim şekilleri yaratmıştır. Habermas'm pratik söylem modeli, temelde, ortaklaşa biraradalık olarak geleneksel kamusal kavramının (oldukça detaylı) bir eklentisidir. Bu yüzden, bu modeli bugün aşına olduğumuz eylem ve iletişim türleri – ve medya tarafından yaratılmış olan farklı özellikteki kamusal – ile ilişkilendirmek çok zordur.

Bu perspektiften bakıldığında Habermas'ın çalışmaları kuşatan gerçek dışılık sisinin arasından bir görünüm yakalayabiliriz. Prensip, bir faaliyetin doğru veya bir normun adil olduğunu söylemek için, bunlardan etkilenen bireylerin beraberce, hiçbir tahakkümün olmadığı koşullarda bu norm ya da faaliyeti tartışma fırsatını elde etmiş ve sonuçta isteyerek rıza göstermiş olması gerekir. Ancak faaliyet ve normların mekânda (ve belki de zamanda) geniş ölçeklere yayılmış binlerce, hatta milyonlarca kişiyi etkilediği bir dünyada bunun uygulanması ne anlama gelir? Örneğin, yağmur ormanlarının yok olmasına veya ozon tabakasının incelmesine neden olan faaliyetler, muhtemeldir ki, dünya çapında tüm insanları etkilemektedir ve gelecek nesillerin yaşam koşullarına da ciddi şekilde zarar vermektedir. Bu tür faaliyetlerin doğruluğunu veya diğer niteliklerini, bu faaliyetlerden etkilenen herkesin özgür ve eşit ortaklar olarak katılma şansına sahip olduğu bir tartışmanın sonuçları ile değerlendirilmesini önermek uygulamada ne anlama gelir? Böylesi bir tartışma en basit haliyle bile olanaklı değildir ve bu ölçekte bir müzakereyi tertiplemek aslında yapar gibi görünmek olacaktır. Milyonlarca kişi, diğerleri onlar adına konuşurken sessizliğe bürünecek ve gelecek nesilleri ilgilendiren konular, o anda yaşayanların gündeminde yer almayacaktır.

Bu türün örnekleri, ahlaki-uygulamalı konular hakkındaki düşünme yollarının dünyamızı değiştiren (ve değiştirmeye devam eden) gelişmelerle aynı hızda gitmediği gerçeğini vurgular. Hans Jonas'ın göstermiş olduğu gibi, bizim düşünce sistemimiz, temelde yönelimsel olarak insanı temel alan ve zamansal-mekânsal terimlerle sınırlanan

geleneksel bir etik kavramından kaynaklanır.²⁵ Bu geleneksel fikre göre etiksel öneme sahip konular esas olarak insanlararası karakterlidir: İnsanlar arasındaki ilişkilerle (veya bir bireyin kendisiyle olan ilişkisi ile) ilgilidir. İnsanoğlunun insansız bir doğayla ilgilenme şekli etiksel olarak her eğilime ve amaca tarafsızdır. Dahası, etiksel düşünmenin zamansal ve mekânsal sahası nispeten sınırlıdır. Etik, etkinlik sahası küçük olan eylem formlarına ve temelde yüz yüze olan etkileşim yapılarına uyduruldu. Etiksel evren, çağdaş kişilerden ve burada, bu zamanda bulunan bireylerden oluşur hale geldi ve etik düşünme yakınlığın ahlakı oldu.

Bugün ahlaki-pratik meseleler hakkında bu şekilde düşünmek mümkün değildir. Günümüzde, teknolojinin gelişimi ve kaynakların büyük miktarlarda yoğunlaşması sayesinde, eylemlerin mevcut mekânın çok ötesinde sonuçları olabilir. Artık, etiksel evreni çağdaş kişilerin birlikteliğinden oluşan bir dünya olarak düşünemeyiz. Yakınlık ve çağdaşlık koşulları artık geçerli değildir ve de etiksel evrenin, zaman ve mekân bakımından uzakta bulunmakla birlikte, eylemlerin ve bunların sonuçlarının karşılıklı olarak birbirine bağlandığı bir düzende yer bulabilmiş uzaktakileri de kucaklamak adına genişletilmesi gerekir. Üstelik insani eylemin çevre üzerindeki yıkıcı etkilerinin farkına vardıkça, doğanın insanlardan uzak dünyasına insan faaliyetleri ve etkileşimlerinin etik tarafsızlığı içinde davranıl-

²⁵ Bkz. Hans Jonas, 'Technology and Responsibility: Reflections on New Tasks of Ethics', *Philosophical Essays: From Ancient Creed to Technological Man* (Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1974) içinde, s. 3 – 20; ve *The Imperative Responsibility: In Search of an Ethics for the Technological Age*, çev. David Herr ile birlikte Hans Jonas, (Chicago: University of Chicago Press, 1984). Ayrıca bkz. Zygmunt Bauman, *Postmodern Ethics* (Oxford: Blackwell, 1993), özellikle s. 217 ve devamı.

masının mümkün olup olmadığı tartışılır hale gelmektedir. Her ne kadar insansız dünyanın yerlileri (hatta dünyayı miras alacak olan insanlığın gelecek nesilleri) kendi düşüncelerini bizlere kabul ettirecek bir pozisyonda olmasalar da, insansız olmayan dünyaya karşı bir sorumluluk sahibi olduğumuz görülmektedir.

Bizler, ahlaki-uygulamalı konularla ilgili olarak, bu konuların günümüzde su yüzüne çıktığı, yeni ve tarihte eş görülmemiş koşullara adil bir şekilde yaklaşan bir düşünce sistemi geliştirmeliyiz. Bu sistem, modern dünyanın bağlanmışlığını, zamansal ve mekânsal yakınlığın etik anlamın bir ölçüsü olmaktan çıktığını kabul eden bir temele dayanmalıdır. Bu düşünce en azından diğerlerine karşı bir sorumluluk – bireylerin sadece kendi davranışlarından sorumlu olduğu bildik sorumluluk anlayışından çok başkalarının iyiliği için de sorumluluk hissettiği ve onlara da sükûnet ve saygıyla yaklaştığı karşılıklı bir yükümlülüğü savunan daha güçlü ve devamlı bir sorumluluk – hissine dayanmalıdır.²⁶ Bu düşünce şekli, bizlerin asıl sorumluluğunun, günlük yaşamlarımızda etkileşime girdiğimiz başkalarının yakın çevresinin ötesine uzandığını hesaba katmalıdır; gittikçe birbirine bağlanan bir dünyada, sorumlulukların ufukları, kaderi bizlerle birleşmiş olan insansız doğa kadar, zamansal ve mekânsal açıdan uzaktaki insanlara dek genişlemektedir. Sonuçta iktidarı artırmak adına insanoğlunu yok etme düşüncesi öyle bir noktaya gelmiştir ki, türlerin ve gezegenin kurtuluşunu garanti etmek olası

²⁶ Formel ve asli sorumluluk arasındaki ayrım için bkz. Jonas, *The Imperative Responsibility*, s. 90 v devamı. Ayrıca bkz. Richard J. Bernstein, 'Rethinking Responsibility', *Social Research*, 61.4 (1994), s. 833 – 52; Bernstein Jonas'ın çalışmasının güçlü yanları ve sınırları üzerine benim açıklamamı da etkilemiş olan kavrayışlı bir çözümleme sunmaktadır.

değildir, bu nedenle de bu düşünce sistemi tehlikenin büyüklüğünü de tümüyle göz önüne almalıdır.

Şüphesiz, çeşitli iletişim medyaları, hepimizin kaderiyle ilgili bir sorumluluk düşüncesinin yaratılmasında önemli bir rol oynamaktadır – ve oynayacaktır da. Yerel topluluklarla sınırlı kalmayan ve daha geniş ölçeklerde paylaşılan sorumluluk duygularının yaratılmasına yardımcı olmuşlardır. İletişim medyaları, 'sorumluluğun demokratikleştirilmesi' çerçevesinde, giderek daha çok bireyin günlük yaşamlarında kendilerinden uzakta olan başkalarına ilgi duydukları belli bir ivmenin kazanılmasını sağlamışlardır. Bir askeri çatışma durumunda sivillerin yaralanmasına veya çocukların gıda yetersizliğinden ölmesine dair görüntüleri izleyip bu bireylerin kötü durumunun bizlerin – belli bir yön ve ölçüde – ilgi alanı dışında olduğunu söylemek zordur. Yasak bölgede avlanan kişiler yüzünden belli hayvan türlerinin soylarının tükenme riski ile karşı karşıya olduğunu okuyup onların kaderleri ile ilgili olarak belli bir sorumluluk – ve belki de üzüntü ve suçluluk – hissetmemek de mümkün değildir. Elbette ki bu tür hisler kendi başına bir ahlaki-uygulamalı düşünce sistemi oluşturmazlar, ancak önemleri de küçümsenmemelidir. Bu tür hisler, medya aracılığı ile bilgi ve görüntü yayılımının insansız doğaya ve bizimle aynı yaşam koşullarında bulunmayan başkalarına dair bir sorumluluk duygusunun oluşumunu kamçileyebileceği olasılığını kanıtlar.

Yirminci yüzyılda ahlaki-uygulamalı düşüncenin yenilenmesine bir temel olması açısından henüz yeni ortaya çıkan bu sorumluluk fikrinin istikrarsız olmayacağını düşünmek saflık olacaktır. Uzaktaki başkalarına karşı duyulan sorumluluk hissinin ne derece zayıf ve vicdan azabının ne

kadar kısa süreli olabileceğini hepimiz biliriz; diğerleri bizim günlük yaşantımızın çevresinden uzaklaştırıldıklarında, dikkatimizi onların içinde bulundukları kötü durumdan uzaklaştırıp yüz yüze etkileşimin yakınlığından faydalananlara çevirmenin kolaylığını da biliriz. Günümüzde dünyada cereyan eden felaketlerin büyük boyutunun ve sıklığının bizleri nasıl tehdit ettiğini ve bu hissin bizlerin merhamet duygularını nötrleştirecek bir ahlaki yorgunluğa nasıl yol açtığını da biliriz. İzleyici topluluklarından sempati veya destek elde etmek adına dramatik görüntülerin kötü niyetle nasıl manipüle edildiğini ve nasıl kullanıldığını da biliriz. Hepsinin üstünde, bir yanda sorumluluk hissi ile diğer yanda etkin faaliyetlerde bulunma arzu ve kapasitesi arasında açılan bir gedik olduğunu da biliriz. Bireyler, uzakta kötü koşullar altında bulunanlar hakkında veya küresel çevrenin yok edilmesi ile ilgili derin bir ilgiye sahip olabilirler; fakat günümüzde meydana gelen krizleri ve çıkmazları üreten süreçlerin inanılmaz karmaşıklığı ve çoğu durumda yeterince anlaşılamaz hale gelen süreçlere etkin bir şekilde müdahale etmenin zorluğu göz önüne alındığında, birçok kişi duydukları ilgiyi belirgin bir hareket akışına dönüştürmekte isteksiz veya yetersiz kalacaktır.

değildir, bu nedenle de bu düşünce sistemi tehlikenin büyüklüğünü de tümüyle göz önüne almalıdır.

Şüphesiz, çeşitli iletişim medyaları, hepimizin kaderiyeli ilgili bir sorumluluk düşüncesinin yaratılmasında önemli bir rol oynamaktadır – ve oynayacaktır da. Yerel topluluklarla sınırlı kalmayan ve daha geniş ölçeklerde paylaşılan sorumluluk duygularının yaratılmasına yardımcı olmuşlardır. İletişim medyaları, ‘sorumluluğun demokratikleştirilmesi’ çerçevesinde, giderek daha çok bireyin günlük yaşamlarında kendilerinden uzakta olan başkalarına ilgi duydukları belli bir ivmenin kazanılmasını sağlamışlardır. Bir askeri çatışma durumunda sivillerin yaralanmasına veya çocukların gıda yetersizliğinden ölmesine dair görüntüleri izleyip bu bireylerin kötü durumunun bizlerin – belli bir yön ve ölçüde – ilgi alanı dışında olduğunu söylemek zordur. Yasak bölgede avlanan kişiler yüzünden belli hayvan türlerinin soylarının tükenme riski ile karşı karşıya olduğunu okuyup onların kaderleri ile ilgili olarak belli bir sorumluluk – ve belki de üzüntü ve suçluluk – hissetmemek de mümkün değildir. Elbette ki bu tür hisler kendi başına bir ahlaki-uygulamalı düşünce sistemi oluşturmazlar, ancak önemleri de küçümsenmemelidir. Bu tür hisler, medya aracılığı ile bilgi ve görüntü yayılımının insansız doğaya ve bizimle aynı yaşam koşullarında bulunmayan başkalarına dair bir sorumluluk duygusunun oluşumunu kamçılayabileceği olasılığını kanıtlar.

Yirminci yüzyılda ahlaki-uygulamalı düşüncenin yenilenmesine bir temel olması açısından henüz yeni ortaya çıkan bu sorumluluk fikrinin istikrarsız olmayacağını düşünmek saflık olacaktır. Uzaktaki başkalarına karşı duyulan sorumluluk hissinin ne derece zayıf ve vicdan azabının ne

Carter, Thomas Francis 87, 88, 89, 211
Casey, William 222
çerçeve 31, 37, 59, 71, 85, 96,
130, 136, 137, 140, 141, 143,
144, 152, 263, 281, 381
Certeau, Michel de 67, 68
Chan, Janet B. L. 139
Chaney, David 304
Charles I, İngiltere Kralı 108
Charles II, İngiltere Kralı 109
Chartier, Roger 98, 138
chat show 159
Chayes, Abram 246
Çin 81, 87, 88, 89, 225, 233,
255, 266, 267, 268, 270
Cipolla, Carlo M. 97
Cohen, Joshua 384, 387
Cohen, Stanley 341
çöküş 279, 280
Colombia Pictures 256
Cooke, Sir William Fothergill 232
Crofts, J. 62, 105
Cumings, Bruce 176
Curran, James 123, 242, 251, 362
Currie, Edwina 217

D

Dahl, Folke 108
Dahlgren, Peter 22
Dallmayr, Fred 393
Dallmeier, Martin 105
Darbel, Alain 70
Darnton, Robert 98, 138
Davis, Natalie Zemon 97, 98
Dayan, Daniel 165, 166, 304
Deaver, Michael 211, 212, 213
Defoe, Daniel 109, 116
değişim 38, 42, 43, 76, 79, 80, 85,
118, 175, 178, 243, 260, 304, 367
demokrasi 84, 190, 209, 376, 377,
379, 380, 381, 382, 383, 384,
386, 387, 388, 389, 390

deneyim 60, 63, 74, 288, 290,
315, 340, 341, 342, 343, 344,
345, 346, 347, 348, 351
denizaltı 232, 233
depolama 25, 39, 127, 245
devlet 27, 29, 30, 32, 33, 35, 81, 82, 83,
84, 85, 87, 91, 92, 104, 109, 111, 112,
113, 119, 164, 166, 169, 178, 185, 186,
187, 188, 190, 191, 193, 210, 213, 228,
229, 257, 292, 293, 304, 355, 356,
357, 358, 359, 360, 361, 362, 363,
364, 365, 366, 367, 376, 377, 381, 386
Dicken, Peter 229, 255
Dilthey, Wilhelm 342, 343
din 92
Diringer, David 39
diyalog 159, 371, 382, 383, 386, 394
Doğu Avrupa 177, 178,
179, 181, 255, 257
dolayımlanmış deneyim 288,
342, 343, 346, 347, 351
dolayımlı 17, 25, 26, 27, 43, 48, 49, 54,
131, 132, 133, 134, 135, 136, 137,
138, 139, 140, 141, 142, 144, 145,
146, 150, 151, 152, 154, 155, 158,
161, 162, 163, 165, 167, 168, 170, 171,
172, 174, 180, 181, 192, 194, 196,
198, 200, 204, 205, 208, 214, 220,
223, 224, 227, 265, 296, 297, 298,
299, 300, 305, 306, 307, 308, 313,
314, 315, 316, 319, 320, 321, 322,
323, 326, 328, 329, 330, 331, 332,
334, 338, 340, 343, 347, 348, 349,
350, 357, 369, 370, 371, 372, 373,
375, 376, 386, 387, 388, 389, 391
dolayımlı gündelik 162, 163, 165
dolayımlı kamusalılık 192, 196,
205, 357, 369, 373, 375
Dorfman, A. 251
Dryzek, John S. 384
Dunn, John 189, 376, 377
düzenlenmiş çoğulculuk
363, 364, 366, 389

Dyke, Greg 364

E

eğitim 34, 36, 86, 202, 325, 329

eğilence 247, 256, 267, 332, 391

Eisenstein, Elizabeth 91, 92, 94, 96

ekonomi 80, 255, 277, 377, 379

elektrik 132

elektromanyetik tayf 231, 239

elektronik 13, 21, 121, 126, 137, 179,

183, 191, 196, 201, 215, 227, 245,

246, 252, 253, 255, 256, 258, 259,

262, 319, 368, 370, 371, 373, 389

Eley, Geoff 115

Elliot, J. H. 207

empati 153, 162, 288, 290, 378

enformasyon 15, 16, 17, 25, 26, 35, 36,

39, 44, 45, 46, 49, 104, 105, 106, 107,

108, 109, 120, 125, 127, 128, 130, 131,

132, 133, 137, 138, 155, 157, 175, 176,

179, 180, 181, 204, 219, 227, 235, 236,

237, 238, 239, 241, 243, 244, 245, 249,

254, 255, 257, 258, 264, 265, 267,

289, 313, 316, 319, 326, 360, 363

Engels, Friedrich 277

Erasmus, Desiderius 96, 97

Ericson, Richard V. 139

etik 295, 390, 391, 392, 396, 397

etki 44, 59, 69, 80, 95, 101, 103,

107, 114, 163, 218, 278

etkileşim 16, 17, 19, 28, 29, 30, 32, 44,

60, 74, 78, 104, 120, 121, 129, 130,

131, 132, 133, 134, 135, 136, 137,

138, 139, 140, 141, 142, 144, 145,

146, 148, 149, 150, 152, 154, 155,

158, 161, 162, 164, 165, 168, 169,

170, 171, 180, 181, 183, 205, 215,

226, 227, 264, 274, 290, 296, 297,

299, 300, 306, 307, 314, 319, 320,

329, 330, 331, 332, 333, 334, 336,

343, 348, 350, 372, 373, 387, 396

etkileşim alanları 28

eylem 16, 17, 27, 28, 30, 31, 32, 34, 35,

37, 43, 66, 67, 68, 69, 71, 74, 103,

129, 130, 131, 133, 135, 139, 140,

154, 155, 156, 160, 161, 162, 163,

164, 165, 166, 167, 168, 169, 172,

173, 174, 175, 177, 178, 179, 180,

181, 189, 192, 194, 195, 203, 214,

219, 221, 223, 281, 282, 285, 311,

314, 318, 339, 357, 393, 394, 396

F

Falwell, Jerry 298

Farge, Arlette 115

Fawcett, James 246

Febvre, Lucien 87, 89, 90, 92, 93, 94, 99

Fessenden, Reginald Aubrey 126

Finn, Bernard S. 232

Fishkin, James S. 384, 386

Fontaine, Laurence 98

Ford, Gerald 216

Foucault, Michel 30, 31, 201,

202, 203, 204, 317, 341

François I, Fransa Kralı 95, 100

Frank, Joseph 41, 106, 107, 108

Frankfurt Okulu 19, 20

G

Gadamer, Hans-Georg 22, 71, 281, 343

gaflar 215, 216

gazete 69, 106, 107, 108, 109, 110,

122, 123, 124, 153, 180, 237,

336, 358, 360, 361, 370, 374

Geertz, Clifford 22, 26, 207, 319, 329

Gelb, I. J. 39

gelenek 300, 306

gelenek 21, 22, 60, 72, 259, 275,

276, 280, 281, 283, 284, 285,

286, 292, 295, 301, 308

gelişme 40, 49, 63, 64, 104, 105, 108,

181, 186, 230, 239, 241, 245, 286,

287, 315, 328, 337, 359, 360

Gellner, Ernest 30

gerçeklik 294
Gergen, David 211, 212, 213
geri besleme 53, 144, 162, 173
Giddens, Anthony 10, 30, 31, 43,
81, 177, 278, 320, 328, 381
Ginzburg, Carlo 11
Goffman, Erving 21, 139, 215
Golding, Peter 362
görünürlük 17, 119, 120, 153, 165, 184,
191, 195, 196, 197, 198, 201, 202,
203, 204, 205, 208, 209, 210, 213,
214, 219, 220, 222, 223, 224, 225,
305, 355, 368, 373, 374, 375, 388
Gouldner, Alvin T. 201
gözetim 30, 31, 110, 202, 203, 204, 225
gözetleme 202, 203
Graham, Billy 235, 298, 352, 362
Gross, David 276, 306
Gruzinski, Serge 259
Gutenberg, Johann 86, 89, 101

H

Habermas, Jürgen 20, 21, 28, 112,
113, 114, 115, 116, 117, 118, 119,
120, 121, 185, 193, 199, 200, 201,
356, 358, 384, 392, 393, 394, 395
Hall, Catherine 117
Hall, Peter 128
Hallin, Daniel 175
Hamelink, Cees J. 251
Harasim, Linda S. 136
Harvey, David 62
Havas, Charles 235, 237
Headrick, Daniel R. 232, 234
Hegel, G. W. F. 186
Heidegger, Martin 281, 343
Held, David 10, 361, 376, 381, 384
Henry, Joseph 232
Hertsgaard, Mark 211, 212, 213, 222
Hill, Christopher 115
Hobsbawm, Eric 300, 306
Hollywood 248, 255, 256

Horkheimer, Max 20, 120
Hornblower, Simon 189
Horton, Donald 133, 153, 331
Houston, R. A. 97
Howkins, John 240
Hüseyin, Saddam 218
Husserl, Edmund 345

I

içerik 16, 25, 39, 55, 57, 59, 74, 125,
137, 249, 250, 274, 296, 365
içselleştirme 259, 260
ideoloji 30, 317, 322, 323
Ignatieff, Michael 341
iktidar 15, 16, 21, 22, 28, 29, 30, 31,
32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 44, 68,
76, 78, 79, 82, 83, 85, 86, 87, 92,
125, 152, 178, 181, 184, 185, 191,
201, 202, 203, 204, 224, 225, 229,
230, 253, 254, 255, 256, 257, 264,
268, 282, 283, 289, 290, 293, 310,
320, 322, 323, 336, 363, 376, 389
ilan 110, 301, 306
ilerleme 64, 294
iletişim 9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21,
26, 27, 28, 31, 35, 36, 37, 40, 42, 43,
45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55,
56, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 65, 78, 84,
94, 101, 102, 103, 104, 105, 120, 121,
125, 127, 130, 131, 133, 134, 136, 137,
140, 154, 155, 172, 178, 180, 181,
191, 192, 194, 195, 196, 198, 199,
200, 201, 204, 205, 207, 210, 214,
215, 225, 227, 230, 231, 233, 234,
235, 237, 238, 239, 241, 242, 243,
244, 245, 246, 249, 250, 252, 253,
254, 255, 257, 258, 263, 265, 267,
274, 275, 284, 285, 286, 288, 289,
290, 292, 296, 297, 298, 299, 308,
311, 312, 313, 314, 319, 320, 324,
327, 338, 348, 355, 357, 358, 360,
362, 363, 365, 366, 367, 368, 369,

370, 372, 383, 387, 389, 394, 398
iletişim ağı 104, 105
iletişimin küreselleşmesi
230, 243, 259, 360
Innis, Harold A. 21, 44, 101
izleyici 46, 53, 73, 136, 146,
148, 161, 174, 372

K

kablo 127, 231, 232, 233, 234, 235,
245, 246, 247, 249, 360
kağıt 26, 38, 39, 88, 89, 91, 132
kahvehane 110, 113, 114, 116
kamusal alan 112, 113, 114, 116, 118,
120, 189, 199, 200, 367, 394
kamusallık 18, 19, 114, 120, 192, 193,
194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201,
204, 205, 356, 357, 368, 369, 370,
371, 372, 373, 375, 390, 392, 394
kapitalizm 277
karşılıksız yakınlık 316, 332, 334, 335
katılımcı 140, 148, 152, 289, 290,
291, 332, 365, 372, 382, 383,
384, 386, 387, 388, 390
kimlik 18, 84, 280, 283, 284, 295,
311, 313, 318, 323, 324
kitle 11, 27, 46, 47, 48, 49, 50,
52, 53, 54, 55, 120, 131, 133,
136, 192, 209, 288, 381
kitle medyası 131
kodlama 44, 49, 127
köktencilik 279
kolektif 15, 35, 174, 175, 177, 178,
189, 262, 283, 311, 383
kolektif kimlik 283, 311
komünizm 254
Körfez Savaşı 176, 177, 218, 225
kullanım 30, 31, 41
kültür 19, 20, 47, 65, 113, 251, 254,
256, 257, 258, 259, 261, 262, 263,
264, 265, 270, 309, 311, 358
kültürel 9, 14, 15, 18, 19, 25, 34, 35,

36, 45, 65, 76, 77, 78, 92, 109,
116, 119, 220, 253, 257, 258,
259, 266, 289, 294, 295, 308,
310, 311, 312, 328, 349, 390
kültürel sermaye 35
kültür emperyalizmi 251, 254, 256,
257, 258, 261, 262, 263, 264
kültür emperyalizmi tezi
251, 254, 256, 263, 264
kültür endüstrisi 20
kulüp 187, 199, 200
küresel 15, 17, 18, 57, 58, 63, 74, 75, 81,
99, 125, 164, 181, 197, 225, 226, 227,
228, 230, 231, 234, 237, 238, 241,
242, 243, 244, 245, 247, 249, 250,
251, 252, 253, 254, 255, 256, 257,
258, 263, 264, 265, 266, 267, 268,
270, 271, 357, 360, 362, 371, 399
küreselleşme 17, 226, 227, 228,
229, 230, 242, 263, 264, 360
kurumsal dönüşüm 78

M

matbaa 50, 90, 91, 93, 95
medya 9, 14, 17, 18, 19, 21, 22, 25, 27,
36, 38, 39, 40, 44, 46, 47, 48, 49, 50,
51, 52, 53, 54, 56, 60, 61, 65, 66, 67,
68, 69, 70, 71, 73, 74, 78, 79, 86, 103,
119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 127,
130, 136, 137, 138, 139, 143, 153, 155,
159, 164, 165, 166, 168, 169, 170, 172,
173, 175, 176, 177, 179, 180, 181, 196,
200, 201, 205, 208, 210, 211, 213,
220, 221, 223, 226, 230, 238, 243,
244, 247, 251, 253, 257, 258, 259,
260, 261, 262, 263, 264, 265, 266,
268, 269, 270, 271, 274, 275, 280,
285, 286, 288, 292, 295, 296, 297,
302, 303, 304, 305, 306, 308, 309,
310, 317, 319, 320, 322, 323, 324, 325,
326, 328, 332, 334, 335, 336, 340,
342, 343, 344, 348, 349, 350, 351,

352, 355, 356, 360, 361, 362, 363,
364, 365, 366, 367, 368, 369, 370,
371, 372, 388, 389, 391, 394, 398
medya endüstrisi 74, 124
medya olayları 155, 165
mekân 18, 27, 42, 43, 48, 54, 55, 56,
57, 58, 59, 62, 121, 130, 131, 132,
133, 134, 135, 142, 144, 145, 146,
147, 148, 155, 168, 179, 193, 227,
290, 314, 332, 344, 345, 346, 347,
350, 351, 369, 375, 383, 394, 396
melez 135, 259, 372
meşruiyet 280, 377
Meta 80, 92, 122, 253, 260, 366
meta 80, 92, 122, 253, 260, 366
modernlik 285
monolojik 134, 135, 149
mülkiyet 364, 365
müzakereci demokrasi 384,
386, 387, 388, 389

O

ön bölge 139, 141, 156, 157
ordu 83, 204
ortaklaşa biraradalık 194, 394
otorite 32, 33, 85, 87, 274, 281,
282, 283, 290, 298, 380
özel alan 187
özüleme 72, 142, 170, 314

P

paradigmatik 31, 32, 37
paradigmatik kurumlar 31, 32
popüler 12, 46, 96, 99, 115, 116,
207, 266, 302, 303, 358

R

reklam 51, 252

S

samimiyet 134, 161, 298, 331, 380

sansür 93, 108, 110, 113, 364
sembolik 13, 16, 22, 25, 26, 27, 30, 33,
34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 44,
45, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 54, 55, 56,
57, 59, 60, 61, 64, 67, 70, 71, 72, 73,
78, 79, 85, 86, 87, 92, 120, 122, 125,
128, 129, 131, 132, 133, 134, 137, 138,
142, 143, 144, 146, 147, 148, 150, 152,
173, 174, 196, 206, 216, 230, 244, 247,
250, 254, 255, 259, 261, 263, 264,
265, 266, 267, 268, 269, 270, 274,
275, 283, 284, 296, 297, 300, 302,
306, 307, 308, 311, 313, 316, 317, 318,
319, 320, 321, 322, 323, 324, 325,
326, 328, 329, 330, 331, 336, 337,
339, 340, 345, 350, 356, 363, 364,
365, 367, 369, 371, 372, 381, 383, 387
sembolik formlar 134, 324
sembolik sermaye 35
sivil toplum 112, 119, 186, 366, 380
siyasal 15, 16, 17, 18, 19, 21, 29, 30, 32,
33, 39, 76, 79, 81, 83, 84, 85, 86, 87,
88, 92, 93, 97, 100, 103, 104, 108,
109, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118,
119, 126, 127, 137, 153, 157, 159, 160,
161, 164, 177, 178, 180, 183, 184, 185,
186, 188, 189, 191, 192, 193, 197, 199,
205, 206, 208, 209, 210, 211, 213, 214,
215, 217, 220, 221, 223, 224, 225,
226, 229, 230, 231, 234, 236, 239,
245, 251, 253, 254, 255, 259, 264,
268, 283, 291, 293, 304, 306, 311,
348, 349, 353, 355, 356, 357, 358,
361, 368, 373, 376, 380, 383, 390
siyasal iktidar 32, 33, 85, 86,
185, 224, 225, 229, 253
skandal 214, 219, 220, 221, 222, 223
söylem 43, 115, 162, 317, 384, 393, 394
söylem etiği 384, 393
söyleşimsel 134, 157, 215, 368,
369, 371, 386, 387
söyleşmeli 134, 153, 158, 159, 160, 168,
180, 193, 194, 195, 196, 200, 201,

331, 369, 370, 371, 372, 383, 394
süreli basın 110, 119

T

tarafat 66, 314, 316, 335, 336,
337, 338, 339, 340, 347
tecrübe 57, 64, 147, 226, 266, 269, 270,
274, 288, 309, 328, 342, 343, 351
televizyon 45, 46, 48, 51, 52, 53, 60,
68, 70, 124, 126, 133, 135, 136, 141,
142, 143, 144, 146, 147, 148, 149,
153, 155, 157, 159, 163, 164, 166,
167, 169, 172, 175, 176, 178, 180,
183, 196, 197, 198, 200, 201, 209,
210, 212, 213, 215, 242, 244, 246,
247, 248, 249, 253, 255, 256, 260,
267, 270, 297, 305, 315, 342, 344,
347, 365, 370, 371, 372, 373, 386
televizyonun etkisi 266
telgraf 57, 126, 232, 234, 235
telif hakkı 40, 41
tepkisel 162, 168, 169, 172,
173, 174, 177, 179, 180

U

uluslararasılaşma 228
Uluslararası Telekomüni-
kasyon Birliği 240
Uluslararası Telgraf Birliği 240
üretici 31, 32, 54, 79, 81,
152, 238, 247, 360
üretim 25, 27, 32, 34, 38, 42, 44, 50, 53,
54, 65, 76, 77, 80, 81, 88, 91, 99, 106,
124, 141, 144, 145, 151, 153, 154,
155, 156, 157, 162, 167, 168, 174, 192,
218, 223, 229, 231, 243, 248, 253,
255, 276, 300, 360, 363, 364, 371
üretim bağlamı 53
uydu 52, 124, 179, 243, 246,
247, 249, 360, 367
uzaktaki eylem 131, 155, 181
uzaktaki ötekiler 155, 162, 165, 167

V

verimlilik 278, 391
Vietnam Savası 175

W

Wachtel, Nathan 413
Wallerstein, Immanuel 79, 80, 229
Ware, Alan 188
Weber, Eugen 101
Weber, Max 33, 76, 77, 277,
278, 282, 283, 378
Wedell, George 242, 249
Wells, A. F. 251
Westinghouse, George 126
Wheatstone, Sir Charles 232
Williamson, Judith 65
Wingate, Pauline 123, 362
Wohl, R. Richard 133, 153, 331

Y

yakınlık 33, 154, 254, 314, 315, 316,
331, 332, 334, 335, 339, 378
yayın 53, 69, 91, 123, 178, 211,
213, 237, 239, 246, 260, 364
yeni medya 119, 169
yeni teknolojiler 231
Yeo, Tim 222
yerelleşmiş 228, 230
yersiz 193, 371, 391
yoğunlaşma 71, 127, 360
yorumsama 70
yorumsamacı 71, 120, 261, 263, 265,
280, 281, 284, 294, 317, 342
yüz yüze 13, 16, 19, 38, 48, 53, 56, 59,
60, 74, 129, 130, 131, 132, 133, 134,
135, 136, 137, 138, 141, 142, 143, 144,
148, 149, 150, 151, 152, 153, 155, 158,
159, 160, 161, 167, 168, 169, 170, 171,
180, 183, 193, 194, 196, 198, 199, 205,
226, 274, 275, 289, 290, 296, 297,

298, 299, 300, 305, 306, 307, 314,
315, 319, 320, 330, 331, 332, 334,
336, 337, 343, 352, 368, 370, 372,
373, 383, 386, 387, 394, 396, 399
yüz yüze etkileşim 16, 60, 129, 130,
131, 133, 134, 136, 137, 138, 141,
150, 155, 158, 169, 170, 171, 205,
226, 274, 297, 299, 307, 314, 319,
320, 330, 332, 334, 343, 373, 387

Z

zaman 9, 10, 18, 21, 25, 27, 28, 36, 42,
43, 44, 45, 48, 50, 52, 54, 55, 56, 57,
58, 59, 61, 62, 63, 64, 68, 69, 71, 73,
87, 119, 130, 131, 132, 133, 134, 135,
142, 143, 144, 145, 146, 147, 148,
156, 160, 163, 164, 165, 168, 172,
174, 176, 179, 180, 181, 184, 189, 190,
193, 203, 209, 214, 216, 217, 221,
223, 227, 228, 230, 232, 234, 256,
269, 279, 282, 290, 304, 314, 322,
323, 331, 332, 333, 339, 344, 345,
346, 347, 351, 362, 367, 369, 371,
375, 379, 381, 391, 392, 394, 396

zaman-mekân ayrışması 42, 43

Zerubaval, Eviatar 58

413

zorlayıcı 30, 33, 34, 79, 82, 126, 230,
255, 259, 264, 311, 339, 381, 393

zorlayıcı iktidar 33, 82

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	9
GİRİŞ.....	11
I / İLETİŞİM VE SOSYAL BAĞLAM	25
EYLEM, İKTİDAR VE İLETİŞİM.....	27
İLETİŞİM MEDYASININ KULLANIMLARI.....	37
KİTLE İLETİŞİMİN BAZI ÖZELLİKLERİ.....	46
MEKÂN VE ZAMANIN YENİDEN DÜZENLENMESİ.....	56
İLETİŞİM, ÖZGÜLEME (APPROPRIATION) VE	64
GÜNLÜK YAŞAM.....	64
II / MEDYA VE MODERN TOPLUMLARIN GELİŞİMİ.....	75
MODERN TOPLUMLARIN BAZI KURUMSAL BOYUTLARI	79
İLETİŞİM, METALAŞMA VE BASIMCILIĞIN DOĞUŞU.....	86
HABER TİCARETİNİN DOĞUŞU	103
KAMUSAL ALAN TEORİSİ: BİR BAŞLANGIÇ DEĞERLENDİRMESİ ..	112
MEDYA ENDÜSTRİLERİNİN BÜYÜMESİ: GENEL BİR DEĞERLENDİRME	121
III / DOLAYIMLI ETKİLEŞİMİN YÜKSELİŞİ	129
ÜÇ TİP ETKİLEŞİM	131
YARI DOLAYIMLI ETKİLEŞİMİN TOPLUMSAL ÖRGÜTLENMESİ	139
UZAKTAKİ EYLEM (1): UZAKTAKİ ÖTEKİLER İÇİN EYLEM	154
UZAKTAKİ EYLEM (2): UZAK BAĞLAMLARDA TEPKİSEL EYLEM ...	168
IV / GÖRÜNÜRLÜĞÜN DÖNÜŞÜMÜ	183
KAMUSAL VE ÖZEL	185
YERSİZ KAMULAR: DOLAYIMLI KAMUSALLIĞIN YÜKSELİŞİ	191
GÖRÜNÜRLÜĞÜN YÖNETİMİ	205
DENETİMİN SINIRLARI: GAFLAR, SKANDALLAR VE DİĞER SORUN KAYNAKLARI	213
V / İLETİŞİMİN KÜRESELLEŞMESİ.....	228
KÜRESEL İLETİŞİM AĞLARININ ORTAYA ÇIKIŞI.....	231

KÜRESEL İLETİŞİMİN GÜNÜMÜZDEKİ KALIPLARI: GENEL BİR DEĞERLENDİRME	241
KÜLTÜR EMPERYALİZMİ KURAMI: YENİDEN BİR DEĞERLENDİRME	250
KÜRESEL YAYILIM, YEREL İŞLEME: BİR KÜRESEL MEDYA TEORİSİNE DOĞRU	263
VI / GELENEĞİN YENİDEN DEMİRLEMESİ	273
GELENEĞİN DOĞASI	275
GELENEK VE MEDYA (1): YOK EDİLEN GELENEK?	286
GELENEK VE MEDYA (2): YERİNDEN EDİLEN GELENEK	299
GÖÇMEN HALKLAR, GÖÇEBE GELENEKLER: KÜLTÜR ÇATIŞMASININ BAZI KAYNAKLARI	307
VII / DOLAYIMLANMIŞ BİR DÜNYADA BENLİK VE DENEYİM	313
SEMBOİK BİR PROJE OLARAK BENLİK	316
MESAFELİ KARŞILIKSIZ YAKINLIK	331
DENEYİMİN KOPUŞU VE DOLAYIMLANMASI	340
YENİ SEÇENEKLER, YENİ YÜKÜMLÜLÜKLER: DOLAYIMLANMIŞ BİR DÜNYADA YAŞAMAK	349
VIII / KAMUSALLIĞIN YENİDEN KEŞFİ	355
DEVLETİN ÖTESİNDEKİ KAMUSALLIK	358
MEKÂNIN ÖTESİNDEKİ GÖRÜNÜRLÜK	368
DEMOKRATİK SİYASETİN YENİLENİŞİNE DOĞRU	376
KÜRESEL BİR SORUMLULUK ETİĞİNE DOĞRU	390

JOHN B. THOMPSON

[Medya ve Modernite

"(...) Bu kitap çok kapsamlı ve yetkin; aynı zamanda okunması çok kolay. Hızla gelişen medya ve kültürel çalışmalar alanında birkaç eksiksiz metinden biri olacağı ve eleştirel sosyal teori ile bir bütün olarak sosyal teori arasında hayati bir bağlantı kuracağı kuşkusuz."

William Outwaite (Sussex Üniversitesi)

"(...) Thompson, modern sosyal yaşamda kitle iletişim medyasının önemini kavrayan ve değerlendiren önde gelen sosyologlar arasında. Bu kıskırtıcı yeni kitabında somut tarihsel gelişmelerin analizleri ve sosyal teori tartışmaları arasında gidip gelerek ve canlı, ilgi çekici bir modernite hikâyesi anlatarak değerlendirmelerde bulunuyor. Thompson, mükemmel kavrama gücü, anlayış ve doğrulukta yazıyor. Onun dikkatli tarihsel açıklamaları ve teorik tartışmalara bağlılığı sembolik iktidarın belirleyiciliğini kabul etmekle birlikte, medyanın kurumsal kökenleri ve sosyal sonuçlarının ne otomatik ne de ilâhi olduğuna dair inatçı iyimserliğiyle uyuyor."

James Lull (San José Üniversitesi)

Modern toplumların oluşmasında iletişim medyasının oynadığı rol neydi? On beşinci yüzyıl Avrupa'sında basımcılığın icadından günümüzün küresel iletişim ağlarının genişlemesine kadar iletişimin yeni biçimlerinin ve enformasyonun yayılmasının sosyal etkilerini nasıl anlamalıyız?

Thompson, bu yeni ve önemli çalışmasında, iletişim medyasının farklı bir sosyal teorisini ve etkilerini ortaya koyarak bu ve başka sorulara yanıt veriyor. İletişim medyasının gelişmesinin artık ortak bir mekânı paylaşmayla ilintisi olmayan yeni eylem ve etkileşim biçimleri yarattığını; sosyal yaşamın zamansal ve mekânsal oluşumunu dönüştürmesini tartışıyor. Bu dönüşümün sonuçları muazzamdır; kişisel deneyimin ve benlik oluşumunun en mahrem yönlerinden iktidarın değişen doğasına ve kamusal alandaki görünürlüğüne kadar pek çok yaşam alanımızı derinden etkiler.

Thompson, tezini birbiriyle ilişkili birkaç konuyu analiz ederek geliştiriyor: dolayimli etkileşimin yükselişi, dolayımlanmış yeni görünürlük biçimlerinin oluşumu, küresel iletişim ağlarının ortaya çıkışı, geleneğin dönüşümü, benlik oluşumu sürecinin yeniden biçimlenmesi ve kamusal alanın değişen karakteri.

Öte yandan **Medya ve Modernite** sosyal ve siyasal teori, kültür sosyolojisi, medya ve kültürel çalışmalar öğrencileri için paha biçilmez bir başvuru kaynağı.

ISBN 978-975-9169-86-2

