İrfan Erdoğan • Korkmaz Alemdar

Öteki Kuram

Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının
Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi

ERK

Geliştirilmiş 2. Baskı

İrfan
Erdoğan

Korkmaz
Alemdar

Ötekli Kuram

ERK

İrfan Erdoğan ○ Korkmaz Alemdar

ÖTEKİ KURAM

Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi

2005

Geliştirilmiş 2. baskı

Korkmaz Alemdar
İrfan Erdoğan

Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi.

© ERK 2005
İzmir Caddesi No. 36/11
Kızılay, Ankara
Tel: 425-0835

Tüm Hakları Saklıdır

ISBN 975-93130-7-3

Kapak Tasarımı
İ. Erdoğan

Dizgi
İrfan Erdoğan

Baskı
Pozitif Matbaacılık
Matbaacılar Sitesi 570. Sokak No: 60
İvedik OSB, Ankara
Tel: (312) 395-2117

Korkmaz Alemdar

1948'de Turhal'da (Tokat) doğdu. Ankara Gazi Lisesini, SBF Basın Yayın Yüksekokulu'nu bitirdi. TRT Haber merkezinde çalıştı. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından doktora eğitimi için Fransa'ya gönderildi. Doktorasını 1975 yılında Strasbourg Üniversitesinde tamamladı. 1980'de doçent, 1990'da profesör oldu. Ankara, Anadolu ve Gazi Üniversitelerinde ders verdi. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesidir. İnsan Hakları Eğitimi On Yılı Ulusal Komitesi'nde üyedir. Şimdi Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanıdır.

Seçilmiş Yayınları:

- Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar (ed.) (1998).
- İletişim ve Tarih (1996 ve 2001).
- Radyo ve Televizyonda Yeni Düzen (R. Kaya ile -1993).
- Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar (R. Kaya ile -1980).
- Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri. Haberleşme Sosyolojisinin Temelleri Üzerine Bir Deneme (1980).
- İstanbul (1875-1964): Türkiye'de Yayınlanan Fransızca Bir Gazetenin Tarihi (1978).

K. Alemdar ve İ. Erdoğan'ın Ortak Yayınları:

- Öteki Kuram (2002)
- İletişim Kuramları (1998)
- Popüler Kültür ve İletişim (1995)
- İletişim ve Toplum (1990)

İrfan Erdoğan

Kayseri'nin Doğanlar köyünde doğdu. Ankara Gazi Lisesi ve SBF Basın Yayın Yüksek Okulunu bitirdi. Bir yıl TRT Ankara Televizyonunda çalıştıktan sonra lisansüstü eğitim için ABD'ye gitti. İletişim dalında Purdue University'den Master ve University of Pittsburgh'den Ph. D. derecelerini aldı. New York City University Hunter College ve Queens College'de öğretim üyeliği yaptı. ODTU ve Hacettepe Üniversitesinde ders verdi. A. Ü. İletişim Fakültesinde öğretim üyeliği yaptı. Şimdi Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesidir.

Başlıca Yayınları:

- Sinema ve Müzik (P. B. Solmaz ile) (2005)
- Pozitivist Metodoloji: Araştırma ve istatistik yöntemler (2003)
- İletişimi Anlamak (2002/2005)
- Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm, İletişim (1999)
- Araştırma Dizaynı ve İstatistik Yöntemleri (1998)
- İletişim Egemenlik ve Mücadeleye Giriş (1997)
- Çevre Sorunu: Nedenler Çözümler (N. Ejder' ile) (1997)
- İnsanın Zincirine Vuruluşu: Köleliğin iletişimi (1997)
- Amerika: İkinci Vatanda Düşler ve Gerçekler (1995)
- Uluslararası İletişim (1994)
- Sevmek ne Demek: Aşk, Evlilik ve Tutsaklık (1993)

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM I: KONU, AMAÇ VE YÖNTEM 11

BÖLÜM II: KİTLE İLETİŞİMİ, İNSAN VE TOPLUM 15

TANIM: İLETİŞİM VE KİTLE İLETİŞİMİ 15

TEKNOLOJİYLE ARACILANMIŞ İLETİŞİMİN TARİHİ 18

BÖLÜM III: BİLİM, KURAM VE ARAŞTIRMA ÜZERİNE 25

BÖLÜM IV: KİTLE İLETİŞİMİ KURAM VE ARAŞTIRMALARI OLUŞUM 33

ANAYOL YAKLAŞIMLARIN OLUŞUMU 36

TARİHSEL MATERYALİST YAKLAŞIMIN OLUŞUMU 48

BÖLÜM V: İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI YILLARI 57

ANA YOLDA TEMELİ ATAN YAKLAŞIMLAR 58

TEMEL KURAMLAR I: UYARAN-TEPKİ 59

TEMEL KURAM II: ENFORMASYON TEORİSİ 62

TEMEL KURAM III: LASSWELL'İN FORMÜLÜ 71

İLK ALAN ARAŞTIRMALARI VE İKİ AŞAMALI AKIŞ 73

BÖLÜM VI: 1950'LER POZİTİVİST DENEYCİLİĞİN İLETİŞİMDE EGEMENLİĞİ 77

SOSYO-PSİKOLOJİK KURAMLAR 79

Festinger'in Bilişsel tutarlılık ve Çelişki Kuramı 82

Newcomb'un ABX Denge Modeli 85

Parasosyal Etkileşim Yaklaşımı 86

Westley-Maclean'in Aracılanmış İletişim Modeli 86

LABORATUAR DENEYLERİ 88

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ 90

ALAN ARAŞTIRMALARI 93

ALAN VE LABORATUAR ARAŞTIRMALARI FARKI 97

BÖLÜM VII: 1960'A BAŞLARKEN 99
SİSTEM ANLAYIŞI: YAPISAL GÖREVSELCİLİK 101
KİTLE İLETİŞİM SİSTEMİ: YAPI, İŞLEV VE DEĞİŞİM 108
İLETİŞİM ALANINDA BUNALIM 112
GEÇMİŞE BAKIŞ: 40 VE 50'LERİN ÖĞRETTİKLERİ 114

BÖLÜM VIII: 1960 VE 70'LER: YENİ YAKLAŞIMLAR 127
İDEOLOJİNİN SONU VE POST-ENDÜSTRİYALİZMİN İLANI 132
ÇATIŞMA FONKSİYONALİZMİNİN GELİŞİ 134
ULUS KURMA: KALKINMADA İLETİŞİMİN GÜCÜ 136
TARİH VE TEKNOLOJİK BELİRLEYİCİLİK 138
İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNDE KRİZE ÇÖZÜM 158
KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI 161
GÖREVSEL BAĞIMLILIK KURAMI 169
KÜLTÜREL GÖSTERGELER VE EKME MODELİ 172
GÜNDEM BELİRLEME TEZİ 180
GÜNDEM BELİRLEME VE SİYASAL İLETİŞİM 183
KİTLE İLETİŞİMİNİN TÜRKİYE'DEKİ YANSIMALARI 188

BÖLÜM IX: 1980'LER: NEO-LİBERALİZMLE GELENLER 193
1980'LERDEN GERİYE BAKIŞ: ÖZ ELEŞTİRİ 196
1980'LERİN EGEMEN YAKLAŞIMLARI 202
SUSKUNLUK SARMALI KURAMI 202
KULLANIMLAR VE BAĞIMLILIK MODELİ 205
McQUAİL'İN YANYOL MODELİ 212

BÖLÜM X: KÜLTÜR VE KİTLE İLETİŞİMİ 215
KÜLTÜR TANIMLARI 215
KÜLTÜR VE İLETİŞİM BAĞI 218
YÜKSEK VE ALÇAK KÜLTÜR 224
LİBERAL ÇOĞULCU YAKLAŞIMLAR 226

BÖLÜM XI: MARKSİST VE ELEŞTİREL KURAMLAR 231
MARKSİST VE ELEŞTİREL OKULLARIN DİLİ 231
İLETİŞİMİN MATERYAL YAPISI 237
İLETİŞİMİN DÜŞÜNSEL YAPISI 241
MATERYAL VE DÜŞÜNSEL ÜRETİM BAĞI 247

BÖLÜM XII: 1980'LER ÖNCESİ 259

BÖLÜM XIII: KİTLE İLETİŞİMİNİN ÜRETİM BİÇİMİ VE İLİŞKİLERİ 267

GENEL KARAKTERLERİ VE TARTIŞMALAR 271

MÜLKİYET İLİŞKİLERİ, DENETİM VE BELİRLEYİCİLİK 275

PROFESYONALİZM, MÜLKİYET VE ÜRÜN İLİŞKİSİ 281

PAZAR KOŞULLARI VE ÜRETİM İLİŞKİSİ 282

ÜRÜN VE TÜKETİCİ İSTEKLERİ BAĞI 283

ÖNDE GELEN YAKLAŞIMLAR 286

SMYTHE: BİLİNÇ ENDÜSTRİSİNİN MADDİ YAPISI 286

CHOMSKY: MEDYA PROPAGANDA MODELİ 294

BÖLÜM XIV: KÜLTÜR VE DİLDE SINIF MÜCADELESİ 297

KURAMSAL YAPI: KAVRAMLAR 299

KURAMSAL YAPI: OLUŞUM VE TEMEL VARSAYIMLAR 306

KURAM I: YAPISALCILIK 314

KURAM II: ALTHUSSERCİ YAPISALCILIK 317

İNCELEMELER: YÖNTEM VE ANALİZ 322

KİTLE İLETİŞİMİ İNCELEMELERİ 323

BÖLÜM XV: KİTLE İLETİŞİMİ VE BİLİNCİN ÜRETİMİ 325

KÜLTÜR 327

KİTLE İLETİŞİMİ VE KÜLTÜRÜN ÜRETİMİ 327

FRANKFURT OKULU VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ 328

HABERMAS: İLETİŞİMSEL ETKİNLİK YAKLAŞIMI 335

KÜLTÜREL İNCELEMELER 349

BÖLÜM XVI: ÜRETİM VE KÜLTÜR BAĞI 371

KÜLTÜREL ÜST YAPININ ANLAMI 371

ALT VE ÜSTYAPI: KURULAN YANLIŞ BAĞ 372

SİYASAL EKONOMİ VE KÜLTÜR SENTEZİ 377

BÖLÜM XVII: ULUSLARARASI BAĞLAMDA KİTLE İLETİŞİMİ ... 383

BATI TİPİ MODERNLEŞME, KÜLTÜR VE MEDYA 385

Kültürel Gecikme Kuramı 389

Gelenekselden Modern Kültüre Geçiş 390

Yeniliklerin Yayılması Yaklaşımı 390

MARKSİST ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR 392
Medya Emperyalizmi Tezi *395*
Schiller: Kültür Emperyalizmi ve Global Ekonomi *396*
Mattelart: Çokuluslu Şirketler ve Emperyalizm *400*

BÖLÜM XVIII: YAKLAŞIMLARDA UZLAŞMA ARAYIŞLARI 403
UZLAŞTIRMA ÇABALARIYLA İLGİLİ GÖRÜŞLER 403
ÇABALARIN TUTARLILIĞI ÜZERİNE TARTIŞMALAR 405

BÖLÜM XIX: 1990 VE 2000'LER
KÜRESELLEŞMİŞ DÜNYADA HER ŞEYİN ÖTESİ 415
İLETİŞİM KURAM VE ARAŞTIRMALARI 417
KÜRESELLEŞME VE İLETİŞİMİ 441
ÖZELLEŞTİRME VE DEREGÜLASYON 444
ENDÜSTRİ ÖTESİCİLİK VE ENFORMASYON TOPLUMU 445
SÖMÜRGECİLİK-SONRASI 447
MODERNLEŞME-ÖTESİ KÜLTÜRELCİLİK 450
BAUDRILLARD'IN POST-MODERN MEDYA KURAMI 457
POST-YAPISALCILIK: GENEL DEĞERLENDİRME 459
POST-EMPERYALİZM 462

KAYNAKÇA 465

ÖNSÖZ

Bu kitabın öncüsü 1990 yılında "İletişim ve Toplum: Kitle İletişim Kuramları Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar" adı altında yayınlandı. Yeniden düzenlenen ikincisi 1998'de "Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları" başlığı ile çıktı. Bunu 2002'de önemli yenilikler ve değişiklikleri içeren "Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi" başlığıyla hazırladığımız kitap takip etti. Elinizdeki kitap Öteki Kuram kitabının yeniden gözden geçirilmiş, düzeltilmiş ve bazı değişiklikler yapılmış ikinci baskısıdır. Başlıklar ve içerik değişse de amaç hep aynı kaldı: kitle iletişiminin doğasını açıklamaya çalışan yaklaşımları öğrencilere ve sosyal bilimlerle uğraşanlara eleştirel değerlendirmeyle sunmak. Tıpkı dünya ve Türkiye koşullarının değiştiği gibi içerik de koşullara göre değişti. Bu koşullar 1990'daki ilk kitaptan bu yana geçen 15 yılda, kitabın arka kapağındaki yazarların fotoğraflarındaki görüntüden daha radikal bir biçimde değişti; az tanınır ve karmaşık hale geldi. Çünkü kapitalizm artık dünyaya egemen bir sistem ve kendi serüvenlerinin biliş ve bilincini çok daha planlı bir şekilde yapmaktadır. Bu aslında öteden beri gerçekleştirilmeye çalışılan bir amaçtı: Herkes 15. yüzyıldan itibaren Venedik ve Cenova'nın, 16. yüzyıldan sonra İspanya, Fransa ve İngiltere'nin dünya üzerinde askeri, ekonomik hatta kültürel egemenlik kurduğunu bilir. Bugün bu sistemin lideri olan A.B.D. de kendi üretim ve ilişki biçimini dünyaya egemen kılmaya çalışmaktadır. Günümüzde bu çabanın gerçekleştirilmesinde kitle iletişim araçları tarihin hiç bir döneminde görülmediği kadar önemli rol oynamaktadır. Bu araçlar bir yandan yeni dünya sisteminin oluşumundan etkilenmekte, örneğin tekelleşmekte, zamanda bu yeni tekelci yapıları ile zihinlerin denetiminde daha etkili olabilmektedirler.

Açıkça söylemekte yarar var: gelişmeler kitle iletişimi alanındaki düşünsel birikimin niteliğini de etkilemektedir. Güçlü olan ve kaynakları harekete geçirebilenler araştırmalara da egemen olabilmektedir. Kitle iletişimini anlamaya çalışan pek çok kuram da bu gelişmelerin etkisinde, olan biteni kendi koşulları içinde açıklama çabası içindedir. Bu kitap bir yandan bu birikimi aktarmaktadır. Çünkü büyük ölçüde

A.B.D. kökenli bu birikim, kitle iletişimini varolan kapitalist toplum yapısı içinde anlamanın kaçınılmaz parçasıdır. Ancak iş burada bitmemektedir. Başka düşünceler ve yaklaşımlar da vardır. Yani dünyada sadece küçük bir egemen azınlığa hizmet eden ve büyük çoğunluğu yoksun bırakan, sahteyi, baskıcı olanı ve köleleştireni destekleyen kuramsal açıklamalar yanında bütün bunların tüm insanlığın insanca yaşamı için değişmesi gerektiğini belirten bir *öteki kuram* da var. Günümüzde küreselleşmeyle yaratılan insanlık durumu ve bu durumun promosyonunu yapan akademik dünya ve kitle iletişim endüstrileri, öteki kuramı daha da önemli hale getirmektedir. Hele Öteki Kuram'daki K'yi tersine çevirerek aykırılığı anlatan ve doğruyu "eleştirel" diye niteleyerek negatif anlam yükleyen popüler bilincin kendini ve çevresini anlamadaki acizliği ve yaratılmış bu acizliği besleyen örgütlü yaşamın hunharlığı dünyayı giderek insan gerçeğini sunmanın zorlaştığı, insanca alternatiflerin göz ardı edildiği bir dünya yapmaktadır. Öyle bir dünya ki, insanları materyal ve düşünsel bakımlardan yoksun bırakma, küreselleşme; bir ülkeyi işgal, özgürlük ve demokrasi götürme; varoşlarda, sokaklarda, yanı başında küresel saldırının sonucu yoksulluk ve açlık terörü içinde yaşayan insanları bırakıp, küresel saldırganların sel, deprem ve kasırga faciasından da çıkar sağlamak için yaptığı insanlık satışı propagandasına katılma insanca duyarlılık olarak bilinmektedir. Öteki Kuram sahtenin gerçek, kötünün iyi, köleliğin demokrasi, yoksulluğun tembellik, zenginliğin çalışma, gaspın kurnazlık, çalmanın fırsatı kaçırmama ve erdemin aptallık yapıldığı bir insan pazarında, pazar için değil, pazarın nasıl açıklandığını ve ne olduğunu açıklamak için yazıldı.

Kitabın düzeltilmesinde okuyarak bize yardım eden Nazife Güngör arkadaşımıza, Bülent Tellan'a, Gökçe Ejder'e ve öğrencilerimize çok teşekkür deriz.

Korkmaz Alemdar
İrfan Erdoğan
Ankara, Aralık 2004

BÖLÜM I

KONU, AMAÇ VE YÖNTEM

> Once upon a time there were the mass media, and they were wicked, of course, and there was a guilty party. Then there were the virtuous voices that accused the criminals. And Art (what luck!) offered alternatives, for those who were not prisoners of the mass media.
> Well, it's all over. We have to start from the beginning, asking one another what is going on.[1]
>
> Umberto Eco (1966:150)

Bu kitap Umberto Eco'nunki gibi "ne oluyor/ what is going on?" sorusuna verilen akademik/bilimsel cevapları ele alıp irdelemek ve alternatif yanıtlar sunmak için tasarlandı.

İnsan tarihi aynı zamanda iletişim tarihidir, çünkü iletişim fiziksel ve sosyal varlığını sürdürmek isteyen kendisi ve dışıyla üretim ilişkisinde bulunan insanla başlar. İletişim ilişkinin doğasına ve kullanılan araçlara göre çeşitli biçimler alır. Bu biçimlerden biri de kitle iletişimi olarak isimlendirilen yönetimsel iletişimdir. Bu iletişimle eski imparatorluklardan beri sözden, yazıdan ve görüntüden geçerek kitlelerin bilinçlerinin biçimlendirilmesine ve insanların yönetilmesine önemli katkılarda bulunulmaktadır. Günümüzde kitle iletişimi modern teknolojik araçlarla aracılanmış tek yönlü akışı olan yönetimsel iletişim türü içinde yer alır. Yönetimsel iletişim insanların örgütlü yapılarda veya kişiler arası örgütsüz ilişkiler sırasında yürüttüğü amaçlı girişimi anlatır. Aslında her iletişim yönetimseldir. Fakat kitle iletişimi tek yönlü bir karaktere sahiptir.

Yönetimsel iletişim insanların birlikte yaşamasıyla biçimlenen toplum hayatıyla birlikte oluşmuş ve gelişmiştir. İlk insanla, sözsüz

---

[1] *Bir zamanlar kitle medyası vardı, ve kötüydü, elbette, ve suçlu bir taraf vardı. O sırada suçluları suçlayan onurlu sesler vardı. Ve sanat (ne şans!) kitle medyasının esiri olmayanlara alternatif sundu. Ee, bitti. ne oluyor diye birbirimize sorarak baştan başlamalıyız.*

işaretler, sinyaller ve sesli uyaranlar iletişimin (dolayısıyla yönetmenin, yönlendirmenin, amaç gerçekleştirmenin) dili olarak başlamıştır. Ardından konuşma gelişmiş ve sözlü geleneğin evrimi gelmiştir. Sözlü gelenek tarih boyu insanla kalmıştır: M.Ö. 3500 yıllarında yazının kullanılmaya başlamasıyla söze, yazıyla kayıt ve sembolsel ifade eklenmiştir. Yazının gelişmesi ve günlük yaşamın her alanında kullanılması yanında, sözsellik toplumsal yaşam ilişkilerinin önde gelen parçası olarak devam etmiştir. Matbaanın eklenmesi ve elektronikleşmesiyle bu egemenlik kapitalin baskınlığındaki ekonomik ve siyasal yapıların özgürlüklerinin ifadesi biçimine dönüşmüştür. 20. yüzyılda yeni kitle iletişim araçları gelişmiş; bu araçlar kitle üretiminin gereksinimi olan tüketim pazarı ve bilinç yönetimini karşılama sistemi içine bütünleşmiştir. Günümüzde kitle iletişim araçlarının örgütlenişi ve faaliyetleri hem ekonomik çıkar hem de reklam ve ideolojik pazarlama biçiminde devam etmektedir.

21. yüzyılda, iletişim alanı öncesinden çok daha fazla önem kazanmıştır. Teknolojik üretimle desteklenen yeni ulusal ve uluslar arası koşulların en ciddi sonuçları özellikle Türkiye gibi ülkelerde önemli değişimler, dönüşümler ve düzenlemelere neden olmuş; yeni yapılanmalar, anlayış ve ilişki biçimleri türemiştir. Kitle iletişim alanı daha karmaşık ve anlaşılması güç bir karakter kazanmıştır. Bu değişmelerle birlikte kitle kuram ve araştırmalarına yeniden bir bakış gereği doğmuştur. Kitap bu gereksinimi karşılamak için tasarlanmıştır.

Kitle iletişimi kuram ve araştırmaları hakkında gerekli bilgiyi edinme iletişim konusunu ve bu konuyla gelen sorunları gereğince anlamanın ön koşuludur. En azından iki anlamda ön koşuldur. Birincisi, kitle iletişimini anlamak için önce hem tarihsel gelişimine bakmak hem de şimdiye kadar yapılmış önemli incelemeler ve bunların temelinde yatan kuramsal çerçevelerin bilinmesi gerekir. İkincisi, kitle iletişimini anlamak ve anlamlandırmak için, iletişimi kuram denilen açıklayıcı ve sistemli bir bilimsel konuma yerleştirmek ve bunun için de sadece varsayımlar silsilesiyle çalışmak değil, varsayımları test etmek veya test edilenler ışığında irdelemek, dolayısıyla araştırma yapmak gerekir. Bu nedenle kitapta kuram kitle iletişimi tarihi ve araştırmalarıyla birlikte ele alındı.

Kitle iletişim tarihi çoğunlukla teknolojik ürünlerin gelişim tarihi olarak sunulur. Kitapta bu çerçeve ötesine gidilerek, kitle iletişim tarihi zamanın yaşanan koşullarıyla ilişkilendirilerek sunuldu. Bu amaçla kitle iletişimindeki teknolojik gelişmeler konusu örgüt yapıları, amaçları ve profesyonel ideolojiler bağlamı içinde ele alındı.

"Kuram ve araştırmaların ne zaman, hangi koşullarda ve nerelerde başladığı" sorusu ilk akla gelen sorudur. Bu nedenle, kitapta niteliksel incelemeye bu soruyla başlandı. Bu soruyu "başlangıçla birlikte kuram ve araştırmalarda ne tür gelişmeler oldu?" sorusu takip etti. Bu soruyla ilgili olarak, tarihsel gelişme içinde, önde gelen kuramlar ve incelemeler araştırma alanı içine alındı. Bu sorulara cevap aranırken, aynı zamanda, "belli zamanda ve belli koşullarda ortaya çıkan kuram ve araştırmaların toplumsal yapıların bütünlüğü ve karakteri içindeki konumları ve anlamları nedir?" sorusuyla ilişkilendirilerek, konu kuramın çıkıp geldiği ve iletişim boyutunu açıklamaya çalıştığı genel üretim biçimi ve ilişkileri içinde anlamlandırıldı.

Bu kitap bir kuramsal çerçeveye dayanmaktadır. Lewis'in belirttiği gibi (1997:84) kuram olmaksızın yöntem düşünülemez. Yöntem, basitçe kuramsal bir pozisyonun ifade yoludur. Hiçbir yapıt herhangi bir kuramsal temelden (ve ideolojiden) kaçamaz. Elinizdeki bu kitap tanımlayıcı ve açıklayıcı niteliksel bir araştırmadır. İletişim kuram ve araştırmalarını tarihsel süreçleri içinde ele alarak, 20. yüzyıldaki gelişmesini eleştirel bir çerçeveden incelemektedir. İncelemenin kuramsal çerçevesi insanın ne düşündüğünden hareket ederek değil, neyi nasıl ürettiğinden ve üretim ilişkilerinden hareket ederek kuruldu. Bu kuramsal çerçeve, Lerner, Schramm, McQuail, Fiske ve Huntington gibi aydınların yaklaşımlarına eleştirel alternatifi de ifade eder. Bu çerçeve, örneğin Schiller, Ewen ve Mattelart'ın yapıtlarıyla kuramsal paralellik ve benzerlik taşır.

Elbette, en çok gereksinim duyulan ve en çok yapılması gereken Türkiye'yi Türkiye'ye bakarak anlatmaktır. Bu kitap bu bağlamda sadece genel bir başlangıç karakterinde ve ancak önemli kuramsal bir referans noktası niteliğindedir. Sonrası, kendimizi tanımamız için, kendimize bakmamız ve kendimizi incelememizdir. Boyd-Barrett'in (1997) haklı olarak belirttiği gibi, Üçüncü Dünya ülkeleri

aydınları/akademisyenleri kendi kalkınma gereksinmeleriyle birlikte giden tutarlı bir iletişim yapıları sağlama çabasında bulunmaksızın, zamanlarının gereğinden fazlasını Batı modellerini öğrenme, destekleme veya eleştirmekle harcamaktadırlar.

Günlük yaşamda birçok kararın kitle iletişim araçlarının gündemi belirleme etkisi ile alındığı bir dünyada, düşünen insanlar kendileri ve başkaları hakkındaki kendi düşüncelerinin nasıl ve neye göre oluştuğunu bilmek zorundadırlar. Bu zorunluluk iletişim profesyonelleri ve öğrenciler için göz ardı edilemez bir gerçektir. Çünkü kitle iletişimi sistemini biçimlendirenler ve yürütenlerin neyi, nerede, ne zaman, neden yaptıkları ve bunların sonuçları hem bizim yaşamımızla hem de kendimizi ve dünyamızı anlamlandırmamızla doğrudan ilişkilidir. Kitle iletişiminde de olduğu gibi başkaları birçok şeyi bizim için üretiyor. Bu üretilenlerin (örneğin kitle iletişim kuramlarının) doğasını bilmek en azından kimliğimizi bilinçli olarak tanımlama ve günlük yaşamımıza mümkün olduğu kadar bilerek yön vermede önemlidir. Bu kitap, akademik amaç ötesinde, bu bağlamlarda katkıda bulunma amacıyla yazıldı.

Kitapta önce kitle iletişimi, insan ve toplum arasında bağ kuruldu. Ardından bilim, kuram ve araştırma üçlüsü birbiriyle ve insanla ilişkilendirildi. Sonra kitle iletişimi kuram ve araştırmalarının oluşumu ve ilk gelişmeleriyle ilgili tarihsel bir geçmiş sunuldu. Bunu, temeli atan ilk kuramların açıklanması izledi. Ardından 1950'lerden başlayarak onar yıllık dönemlerle dünyada genel durum özetlendi ve önde gelen kuramlar sunulup değerlendirildi.

BÖLÜM II

KİTLE İLETİŞİMİ, İNSAN VE TOPLUM

Bu bölümde önce insan, iletişim ve kitle iletişimi bağı kurularak kitle iletişiminin ne olduğu üzerinde duruldu. Böylece kitle iletişiminin iletişim ve insan tarihindeki yeri belirlendi. Bu belirlemeyle kitle iletişiminin "neliği ve aitliği" açıklandı. Kuramlar bu tarihsel yapının doğasına bağlı olarak, onu belli çerçeveler içinde açıklamak için vardır. Dolayısıyla, kuram insanı kitle iletişiminden geçerek ve kitle iletişimini insanla olan ilişkisinde sistemli bir biçimde açıklamaya çalışırken, içinde bulunduğu zamanın ve iletişim teknolojilerinin gelişme tarihiyle anlam kazanır.

TANIM: İLETİŞİM VE KİTLE İLETİŞİMİ

İletişim insanla başlar: İnsanın ve toplumun var oluşunun zorunlu koşuludur. İletişim olmaksızın insanın kendi ve toplumsal varlığını sürdürmesi olanaksızdır. İnsan kendini ve toplumunu üretebilmek için giriştiği etkinliklerde hem doğal hem de kendi yarattığı teknolojik araçları kullanır. Bu kullanımın olması, örgütlenmesi, yürütülmesi, tutulması, geliştirilmesi ve gereğinde değiştirilmesi ancak iletişimle gerçekleşebilir. Yapay araçlarla kurulan ve sürdürülen ilişki ve iletişime teknolojiyle aracılanmış ilişki ve iletişim denir. İletişim bu ilişkinin var olmasının ve yürütülmesinin zorunlu koşuludur. Dolayısıyla ilişki iletişim değildir, fakat ilişkinin varlığı iletişime bağlıdır. Diğer bir deyimle, iletişim ilişkinin kendisi değildir, fakat ilişkinin var oluşunu belirleyendir. Suyun oluşması için hidrojen ile oksijenin belli koşullarda ve oranda birleşmesi zorunluluğu gibi, belli yer ve zamanda insanın kendi kendiyle ve dışıyla ilişkisinin oluşması, yürütülmesi ve gelişmesi için iletişim zorunludur. İletişim, ilişki ve anlamı ancak kendi bağlamı içinde vardır. Bu nedenle iletişimi doğru anlama ancak belli yer zamandaki ilişkiyi kendi tarihiselliği ve doğası içinde anlamayla mümkündür. Bir arkadaşlık, dostluk ve barış ilişkisinin kurulması ve yürütülmesi ancak arkadaşlık, dostluk ve barış iletişimi tarzlarıyla

kurulup geliştirilebilir. Bir soğukluk, küskünlük ve düşmanlık ilişkisi, bu ilişkinin yaratılmasını ve sürdürülmesini sağlayan soğukluk, küskünlük ve düşmanlık iletişim tarzlarına bağlı olarak oluşur ve gelişir. Küskünlük ve düşmanlıkta kesinlikle iletişimsizlik, iletişim kopması veya iletişim çökmesi yoktur; tam aksine çok yoğun duygular ve amaçlarla dolu iletişim vardır. Dostluk ilişkisindeki iletişimle, düşmanlık ilişkisindeki iletişim arasındaki fark, birinin dostluğu diğerinin ise düşmanlığı beslemesidir. Her ilişkideki anlam sosyaldir. Hiç kimse sosyalin dışında kendine özgü anlam ve ilişki üretemez.

Dil veya söz de kendi başına bir iletişim değildir, olamaz. Doğal araç olarak dilini yaratan insan, dilini biçimlendirirken aynı zamanda kendini de biçimlendirir. Bu biçimlenme dilin kullanımından veya doğasından değil, dilin desteklediği üretim ve ilişkiler düzenindendir. Kötü kavramının kendisi kişiyi kötü yapmaz; kendini iyi olarak niteleme de kişiyi iyi yapmaz. "Yemek duası" öğretilen ve dua eden çocuğu biçimlendiren dil değil, bir teolojik egemenliğin kendini sürdürme pratiğidir. Bu pratik dili kullanan (dua eden) insandan geçerek ifadesini bulmaktadır. Ancak bu anlamda dil insanı yaratır.

Teknolojiyle aracılanmış iletişim kullanılan aracın yapılandırılmış özelliklerine göre şekillenir ve adlandırılır. Örneğin telefonla yapılan iletişim teknolojiyle aracılanmış zamanda aynı fakat yerde farklı olan kişiler arası iletişimdir. Benzer şekilde kitap karmaşık bir teknolojinin ürünüdür ve yazarla okuyanı kağıt üzerine kayıt yoluyla farklı zaman ve farklı yerlerde yazılandan geçerek birleştirir. Gazete, dergi, radyo ve televizyon trilyonlarca lirayı gerektiren araçlardır ve bu sermaye gücüne sahip olanlar tarafından örgütlenen bir ticari şirketin veya kurumun birçok insanla sembolsel ürünlerden geçerek ilişki kurması için kullanılır. İki kişinin telefonu kullanarak gerçekleştirdiği iletişimle yürütülen ilişki ile bir örgütün radyo veya televizyon gibi araçları kullanarak gerçekleştirdiği aynı değildir. Cep telefonuyla konuşan iki kişi, aralarında kurulmuş tarihsel ve duygusal bağlamla şekillenmiş bir "şimdi bağlamı" içinde etkileşimdedir. Radyo ve televizyondan geçerek, bir örgütsel yapı (şirket veya devlet kurumu) hazırladığı ürünle potansiyel olarak var olan kitlelerle ilişki kurmaktadır. Kitlelere yönelik bu iletişim kitle iletişimi olarak adlandırılır. Dikkat edilirse, kitle

iletişimi kitle denilen insanlara yönelik bir faaliyettir. Kitle iletişimi kitlelerin ürünün doğasını biçimlendirmediği ve biçimlendiremediği bir iletişim türüdür.

Kitle iletişimi, ister ticari ister kamu kurumu biçiminde örgütlensin, haber denen dedikodusuyla, eğlencesiyle, müziğiyle ve belgeseliyle merkezileşmiş öykü sistemidir: Daha önceleri yerelin (köy ve kasabaların) egemenliğinde çoğulcu bir karaktere sahip olan eğlence, haber, dedikodu, masal, hikaye ve müzik üretimi, kitle iletişimiyle tekelci endüstriyel yapıların eline geçmiştir.

Kitle iletişimi araçları kitle iletişimi olgusunu gerçekleştiren teknolojik araçlardır. Bu araçlar büyük sermaye gerektirir ve kullanılması uzmanlık ister. Kitle iletişim araçları denilince öncelikle basın (gazete, dergi, magazine, kitap), radyo, televizyon ve sinema yoluyla iletişimin gerçekleştirildiği araçlar akla gelir. Dikkat edilirse, örneğin radyo denilince belli bir ürünü üretme, yayma ve insanlar tarafından dinlenme olanağını veren, birbiriyle işlevsel bağ içinde olan birçok araçların oluşturduğu bütünleşik bir yapıdan bahsedilmektedir. Bu yapı, elektrik ve elektronik teknolojilere bağlıdır. Bir stüdyoyu oluşturan karmaşık araçları, bu araçların oluşturduğu sistemin bağlı olduğu vericileri, gerekiyorsa uyduları, yükselticileri ve alıcıları içerir. Televizyon radyodan çok daha karmaşık ve bütünleşik bir yapıya sahiptir. Herhangi bir aracın bütünleşik yapıda işlevselliğini yerine getirmemesi veya getirememesi, kitle iletişimi olgusunu ya ortadan kaldırır ya da çeşitli ölçüde "gürültü" yaratarak sekteye uğratır. Bu gürültü ses sisteminin çalışmaması, görüntünün kalitesinin düşmesi, cızırtılar ve ekranda çizgiler gibi biçimlerde olabilir.

Kitle iletişiminin en çok bilinen ürünleri okuduğumuz kitap, gazete mecmua ve dergi, seyrettiğimiz film, dinlediğimiz müzik ve izlediğimiz televizyon programı olabilir.

Kitle iletişimi örgütleri kitle iletişim araçlarını kullanarak kitle iletişim ürünü üreten şirket veya kurumlardır. Bu örgütlerin ulaşmak istediği hedef "okuyucu, izleyici, alıcı, seyirci ve tüketici" gibi nitelemelerle adlandırılan insanlardır. Bu insanlar kitle iletişiminin kitlesini oluştururlar. Bu kitle teorik olarak birbirinden kopuk, örgütsüz, kim ve ne olduğu belli olmayan insanlar olarak görülür. Aslında, bu kitle

potansiyel olarak kitle iletişiminin ulaştığı alıcıların tümüdür. Bu insanlar belli bir ortak tarihe ve yerel özelliklere sahip cemaatin üyeleridir. Kitle değildir. Ulusal yayın yapan bir televizyonun seyircileri, evlerinde kendi başlarına olsalar bile, belli ortak deneyimlerin insanlarıdır.

Kitle iletişiminin para ödeyen müşterisi gazeteyi, kitabı satın alan, sinemaya bilet alarak giren insanlardır. Televizyonun müşterisi televizyon yayını yapan şirkete, kablolu veya ödemeli yayın olmadıkça, bedavaya seyreden seyircidir. Ticari televizyonda seyirciler çekilir ve "rating" elde edilerek reklamcılara reklam zamanı kiralanır. Böylece ticari televizyonun müşterisi reklamcılar olur.

TEKNOLOJİYLE ARACILANMIŞ İLETİŞİMİN TARİHİ [2]

Teknolojiyle aracılanmış iletişimin tarihini, örgütlü yapılarda üretim ilişkilerinde yer alan insan yapar. Ne teknolojiyle aracılanmış iletişimin kendisi ne de tarih "tarih" yapabilir veya kendisi tarihe sahip olabilir. Dolayısıyla, bu tür iletişim tarihi belli yer ve zamanda kendini üreten insanların tarihinin bütünleşik bir parçasıdır. Bu tarihi teknolojik araçları yaratan ve kullanan insan yapar. Bu yaratış ve kullanış herkese mal edilebilir, fakat herkes için değildir; mülkiyet ilişkileri farklı bir şekilde yeniden düzenlenmezse, istense bile herkes için olamaz.

Kitle iletişiminin gelişme tarihine bakıldığında, öncelikle (a) kitle iletişimini sağlayan araç ve gereçlerin üretilmesi ve geliştirilmesi, (b) bu araçlar üzerindeki mülkiyet hakları ve kullanımla ilgili yasal düzenlemeler (c) araçları kullanan örgütlenmeler, (d) ürün üretimi ve (e) profesyonellik (mesleki pratiklerle) ile ilgili gelişmeleri görürüz. Dolayısıyla, kitle iletişimi tarihinin incelenmesi ayrı bir kitap ve kapsamlı bir inceleme gerektirir. Bu bölümde, kuramla olan bağını kurabilmek için, sadece özlü bir sunum yapıldı.

Kitle iletişimi insanlık tarihindeki teknolojik gelişmelerin üstüne kurulmuştur. Kitle iletişim teknolojilerinin varlığı ancak kendinden önceki teknolojik gelişmelerin varlığına bağlıdır. Örneğin elektrik olmadan, günümüzdeki biçimiyle televizyon olamaz. Elektronik

[2] *Gelişmelerle ilgili ayrıntılı bilgi için bkz Erdogan (2005) İletişimi Anlamak.*

teknoloji, bu teknolojinin oluşmasını gerektiren birçok diğer teknolojilerin varlığı olmaksızın mümkün değildir.

İnsanların teknolojiyle aracılanmış ilişki ve iletişim tarihine baktığımızda, sözün çıkması ve kayıttan başlayarak günümüzdeki internet ağlarını oluşturan teknolojik yapıya doğru bir gelişme görürüz. Bu gelişme çizgisel bir karaktere sahip değildir: [3] Bu nedenle, örneğin Afrika, Asya, Avrupa ve Amerika içinde ve arasında farklılıklar vardır.

İnsanlık tarihine bakıldığında insanların aralarında ilişkiyi yürütmek için önce işaretler ve sinyaller kullandıklarını görülür. Bu tür iletişim zamanda ve yerde beraberliği, işaretleri gözle görünürlülük ve basit çağırmayı kulakla duymayı gerektirir. Günümüzün modern iletişim teknolojileri de gene doğal iletişim aracı olan göze, kulağa ve sese bağımlıdırlar.

Sinyaller ve işaretler insanlar arasındaki ilişkide, insanın kendini ve çevresini anlamlandırmada (örneğin adlandırmada, betimlemede) yetersiz kalmaya başlayınca, çağırmaların çeşitlendirilmesi ve seslerin kullanımında farklılaşmaların geliştirilmesiyle konuşmaya doğru bir gelişme başlamıştır. İnsanların milattan önce 90 ile 40 bin yılları arasında konuşmayı geliştirdikleri ve 35,000 yıl kadar önce konuşmaya başladıkları tahmin edilmektedir. Böylece insanlık tarihinde egemen sinyaller ve işaretler döneminde, sözün egemen olarak kullanıldığı sözlü gelenek dönemine geçilmiştir.

İnsanların görsel olarak çizgilerle ve sembollerle kayıt etmeleri m.ö. 30,00'lerde bulunan mağara resimlerine kadar geriye gider. Fakat sembollerle sözün kaydı, yani yazının kullanılması ilk kez önce Sümerler'de (3500) kil tabletler üzerine çivi yazısıyla başlamıştır. Sümerlerdeki yazıda semboller bir sesi anlatıyordu. Benzer zamanda Mısırda ve Mezopotamya'da bir fikri anlatan resimsel sembollerle ifadeyi kullanan hiyeroglifler kullanılmaya başlandı. Çin ve Maya uygarlıklarında sembollerin kullanımına dayanan kaydetme vardı. Daha sonra Fenikeliler günümüzdeki alfabenin temelini atan sembollerle yazı yazmayı geliştirdiler. Buradan elle kitap yazmaktan elektronik ve masa üstü basıma doğru bir gelişme başladı. Bilinen en

---

[3] *Çizgisel (linear): birbirini takip eden tarihsel gelişme anlamınadır.*

eski kitap "Yaşayan ölünün kitabı" Mısırda papirüs üzerine yazılmıştır (m.ö. 1900). Bundan 1400 yıl sonra en eski kütüphane Atina'da kuruldu. Milattan sonra 800'lerde Çinliler Uygur Türklerinden sonra kitap için blok baskı sistemini iyileştirerek sürdürdüler ve bu hareketli tipografya kadar (1480) devam etti. Kitapların hızla yaygınlaşmaya başlaması ve Yunan ve Arap bilim klasiklerinin tercümeleri 15. yüzyılda Avrupa'da oldu. Mekaniksel çoğaltma ve ardından kitle üretimiyle günümüzdeki duruma ulaşıldı.

Yazının çıkmasıyla sözlü gelenek ortadan kalkmamıştır veya yerini yazılı geleneğe bırakmamıştır. Sinemanın ve internetin gelmesiyle de sözle olan iletişim sosyal ilişkilerde ikinci plana düşmemiş veya ortadan kalkmamıştır. Söz eski çağlarda olduğu gibi günümüzde de niteliksel ve niceliksel olarak insanlar arasındaki egemen olan iletişim tarzıdır. Bunun aksini iddia edenler bu iddialarını bile sözle yaptıklarının farkında bile olmayanlardır. İnsan ilişkilerini yürütürken gerekli iletişiminde bütün duyguları ve duyularıyla hareket eder. Sözlü iletişim bir sesin duyulması, yazılı iletişim bir yazının okunması, görüntülü iletişim bir şeyin görülmesinin çok ötesinde ve üstündedir. Duyular ve duygular, ses, görüntü ve işaretler hepsi birbirinin tamamlayıcısıdır.

Televizyon, radyo ve gazete gibi iletişim araçları belli bir siyasal, ekonomik ve kültürel yapının, egemen grup, sınıf ve çıkarların egemenlik altındaki insanları yönetim aracı oldukları için zaman ve yerde egemen ile egemenlik altında olan (göndericiyle alıcı, politikacıyla seçmen, tüccarla müşteri, iş adamıyla işçi vb) ilişki bu araçlarla aracılanmaktadır. Fakat bu araçlar da gene sözü ve görüntüyü kullanmaktadırlar (Erdoğan, 1999). Yazının kullanılmasıyla yazının yazılması için gerekli araçların (kil, papirüs, mürekkep, kalem, kağıt gibi) geliştirilmesi takip etti. Üzerine yazı yazılan araç taşınamaz veya zor taşınır biçimden (örneğin kil tabletlerden) kolayca taşınıra (örneğin papirüse), katlanmazdan yuvarlanıp katlanır biçime (örneğin parşömene) ve günümüzdeki bilgi sayar disketine doğru gelişti. Yazı yazılan yazıyla kayıt edilenin çoğaltılması gereksinimi (örneğin kitapların) elle kopyalamadan başlayarak matbaa için gerekli aletlerin icadına kadar gitti.

Ardından günümüzdeki kopya makinelerine kadar gelen bir gelişme takip etti. Basma ile ilgili olarak diğer bir gelişme de harf kalıplarının yapılması, yeniden kullanılabilir olarak biçimlendirilmesi, harflerin şekillerinin farklı dökümlerinin geliştirilmesinde ofset ve renkli basıma doğru bir gelişme oldu.

19. yüzyılın başından sonra hızlanan bir şekilde basının gelişmesi (ardından telgrafın ve telefonun bulunması, fotoğrafçılığın ve sinemanın geliştirilmesi kitle iletişim çağı olarak nitelenen kapitalist mülkiyet ilişkilerinin egemenliği altında bir dönemi anlatır. Türkiye'de basın 1800'lü yılların ortalarında İmparatorluğun sıkı denetimi altında özellikle yönetimin gereksinimlerini karşılama amaçlı olarak hızla yayılmaya başladı. İlk gazeteler resmiydi; ardından özeller çıktı (Koloğlu, 1992). Telgraf 1838'de Samuel F. B. Morse tarafından deneme için Amerikan Kongresine izin için başvurmasıyla başladı. Morse 1844'de "Tanrı ne getirdi" sözüyle Baltimore ve Washington arasında telgraf hattını kurdu. Bu yeni teknolojiyi kullanan Amerikan haber ajansı Associated Press 1846'da kuruldu. Chicago'ya 1848'de telgraf gelmesiyle Chicago Borsası (Chicago Commodity Exchange) çalışmaya başladı. 1855'de telgraf Amerikanın bir ucundan diğer ucuna Kaliforniya'ya kadar yayıldı.

Osmanlı İmparatorluğu'nda halkın ücretini ödeyerek mektup gönderebilmesi 23 Ekim 1840'da Posta Nezareti'nin kurulmasıyla mümkün oldu. 1840'larda posta servisi hayvan sırtında yapılmıştır. 1863 de sahil postaları kurulmuştur. PTT eliyle, bir Fransız şirketine radyo vericilerinin yapımını ihale ettikten sonra, Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi'ne Türkiye sınırları içinde Ankara ve İstanbul'da verici istasyonları işletilmesi izni verdi. 1855 de Fransızlar İstanbul-Edirne telgraf hattını açtılar. Böylece Avrupa sömürgecileri 1865'e ulaşıldığında Londra'dan İstanbul, Bağdat ve sömürge Hindistan'a telgrafla ulaşma olanağını sağladı. İlk zamanlardaki hızlı gelişmeye rağmen 1869'da Osmanlı İmparatorluğunun toplam hat uzunluğu 2513 km. iken, 1904'de ancak 3640 km'ye ulaşabildi. Başlangıçta bütün telgraflar Fransızcaydı (Erdoğan, 1997, 2002; Kaçar, 1995).

Sinemanın gelişmesi fotoğraf, elektrik, hareketli fotoğraf, film ve projektör gibi araçların gelişmesine bağlıdır. Sinema önce ticari amaçlı

bir eğlence aracı olarak oluşturulmuş, fakat 1900'lerin siyasal koşullarında hızla propaganda aracı olarak devletler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Bu amacı Amerika'da özel teşebbüs biçiminde örgütlenmiş Hollywood yaparken, diğer ülkelerde ya devlet kurumları ya da özel teşebbüs şirketleri gerçekleştirmeye çalışmıştır. Sinema Holywood'un dünya egemenliği altında ticarileşmiş ve ticari kültür ve bilincin yayılmasında önemli katkılarda bulunmuştur. Hollywood Türkiye'de Yeşilçam tarafından taklit edilmeye çalışılmış, fakat hiç bir zaman büyüme olanaklarını elde edememiş, sonunda çöküp gitmiştir. Günümüzde sinema teknolojisinin ve ürünlerinin üretimi Amerika, Avrupa ve Japonya'nın dev firmalarının egemenliği altındadır.

Radyo hava yoluyla zamanın ve yerin kontrolünü sağlayan, sesin kulakla duyulabilirliğin ötesinde uzaydan alınmasına olasılık veren insanın kulağının teknolojik uzantısıdır. Elbette bu teknolojik gelişe ne herkes tarafından ne de herkes için yapılmıştır. Son ürüne sahip olmak ve bu ürünün taşıdığı sesi duymak sahipliği değil, belirlenmiş ve paketlenmiş bir ürünün imtiyazlı kullanımını anlatır. Radyo önce özellikle deniz taşımacılığı ve deniz savaşındaki iletişimde çok işlevseldi. Ardından Almanya ve İtalya gibi ülkelerde 1920 sonrasında kitlelerin siyasal yönetiminde güçlü bir araç olarak rol aldı. Radyonun bu tür kullanım gerçeği Avrupa ve Türkiye gibi ülkelerde devlet kontrolü gerekliliğini getirdi. Amerika'da bu özel teşebbüs tarafından ticari amaçlı kullanım içinde kalarak Amerikan sistemine faydalı bir şekilde pazar kontrol undan geçerek gelişti.

Televizyon sesle görüntünün bir yerden diğer yerlere çoğaltılarak aktarılmasını gerçekleştiren araç olarak biçimlendi. Televizyonla "bir birim" tarafından oluşturulan ürünler "çok birimlere" ses ve görüntülerle iletilme olanağını elde etti. Bu araçların bulunması ve üretimi kitle üretimi yapan ve kitle dağıtımı ve tüketimi gereksinimleri sorunlarını çözmeye çalışan batı kapitalist ülkelerinde oldu. Böylece televizyonla hem televizyon endüstrisi gelişirken hem de diğer endüstrilerin mal, hizmet ve ürünlerinin dağıtımındaki tanıtma, promosyon ve reklamlarla kitle tüketicisinin yaratılması kolaylaştı.

Kayıt alanında bilginin kaydı ve tutulması tarihsel olarak kitap yoluyla olmuştur. Fakat kayıt teknolojisindeki gelişmeler bilginin elektronik ortamda kaydına ve sonunda bilgisayarın oluşturulması ve kullanılmasını getirmiştir. Bilgisayarların gelişmesi bilginin sadece kayıt edilmesinde değil, özellikle bilginin işlenmesinden geçerek anlam verilemeyecek kadar çok datanın hızla özetlenmesinde en değerli araç olmuştur.

Bunun yanında, internetin geliştirilmesi ve özel kullanıma sunulmasıyla birlikte bilgisayar bir zamanlar mektupla yapılan ve zaman alan bir iletişimi elektronik mektup (email) yoluyla dönüşüme uğrattı: Mekansal farklılığın getirdiği zamansal farklılığı birkaç saniye içine çökertti. Geleneksel mektup gönderme ve alma siberspace içinde anlık bir ilişkiye dönüştü. Bunun yanında insanlar ve örgütlü yapılar arasında kayıtlı bilgi alışverişini dosya transferiyle kolaylaştırdı. Elbette en büyük faydayı ticari ilişkileri, örgütsel haberleşmeyi, endüstriyel ve yönetimsel dosyalama, arama ve bulmayı anlık bir zamana indirgeyerek kolaylaştırdı.

İletişim araçlarıyla ilişkili yasal düzenlemeler üretim araçlarını kontrol eden güçler arasındaki ilişkiyi düzenlemek gereği sonucu ortaya çıkmış, gelişmiş ve gereği kalmadığında deregülasyonlarla ortadan kalkmıştır. Bu düzenlemelerin doğasının nasıl olacağına karar veren güç sanki yasama organı gibi görünür, aslında yasal biçimlenme güç mücadelesinin dinamik sonuçlarından biridir: Hakkı ve doğruyu belirleyen evrensel ve nesnel kurallar veya ölçütler değildir.

Kitle iletişimiyle ilgili araç ve gereçlerin üretilmesi ve geliştirilmesi tesadüfi olmamıştır. Aksine tarihsel bilgi birikimine dayanan yoğun laboratuar araştırmalarının bir sonucudur. Telgraf, radyo, televizyon, iletişim uyduları, bilgisayar ve internet sistemleri ve benzerleri önce savaş iletişimiyle ilgili gereksinimleri karşılamak için düşünülmüş, yaratılmış ve kullanılmıştır. Bu nedenle önce orduların ve devletin kontrolü ve kullanımı altındadır. Yasal düzenlemeleri ve örgütlenmeleri de bu şekillerde olmuştur. Avrupa ve Türkiye gibi ülkelerde devletin mülkiyeti veya sıkı kontrolü altında kullanım, örgütlenme ve gelişmeler olmuştur. Amerika ve benzeri ülkelerde ise özel teşebbüsle Pentagon'un işbirliğinde yürütülmüş ve zamanı geldiğinde, kitle

iletişimi üretimi amacıyla araçların kullanımı değil, fakat araçları kullanan dev örgütlü yapıların ürünleri özel kullanıma açılmıştır. Kitle iletişiminin istisnasız her aracı ya devletin doğrudan ideolojik propaganda aygıtı ya da özel teşebbüsün mal ve bilinç yönetimi satışından kar sağladığı ticari ve ideolojik aygıt olmuştur.

Kitle iletişim örgütlenmeleri kapitalist veya benzeri ülkelerde temel olarak özel teşebbüs veya devlet kurumu biçiminde olmuştur. Sovyetler Birliği'nin var olduğu dönemde, bu tür ülkelerde sadece devlet kontrolü ve yönetimi altında yönetim biçimlenmiştir. Bütün bu biçimler kapitalist ideologlar tarafından liberal burjuva demokrasisi ve özel mülkiyet temel alınarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucu, 1950'lerin psikolojik savaşçıları aydınlar tarafından "Basının dört teorisi" kuramı ortaya atılmıştır. Bu kurama McQuail sonradan, zamanın egemen ideolojik yapısına uygun olarak bir kuram daha eklemiştir.

BÖLÜM III

BİLİM, KURAM VE ARAŞTIRMA ÜZERİNE

> Theories are nets cast to catch what we call "the world": to rationalize, to explain and to master it. We endeavour to make the mesh ever finer and finer. [4] Karl Popper

Heraklitus "aynı nehirde iki kez yıkanamazsın" der ve öğrencisi Eristics "aynı nehir olmadığı için hatta bir kez bile değil" diyerek mantığın kendi başına güvenilir olmadığını gösteriyor. Eğer mantık oyununu daha da uzatırsak, "aynı sen de yoksun." Yıkandığın andan itibaren nehir aynı değil. Sen de öyle. Yıkanmadan önceki, yıkanma sırasındaki ve yıkanmadan sonraki nehir ve sen de aynı değilsin. Dikkat edilirse, her şeyin sürekli bir başkalaşma, farklılaşma içinde olduğu, bir an ile sonraki arasında benzeşme olmadığı (post modern) düşünce yeni değil. Şüphe ve Heraclitus'un bahsettiği sürekli değişim öğrencisi tarafından daha da öteye götürülmekte, bir nehre bir kez bile girilemeyeceği ve nehrin aynı olamayacağı düşüncesiyle birlikte, sonsuz değişim ve duyularla deneyim yoluyla bilmenin geçerliliğini reddetme gelmektedir. Heraklitus ve öğrencisine katılıyoruz: her şey değişir elbette. Anlık bile olsa geriye dönüş olanaksızdır. Bu ontolojik gerçeğe bakıp epistemolojik tutarlılık olamayacağını ve geçerli genelleştirmeler yapılamayacağını iddia etmek, bilim kuramını ve birikmiş bilgiyi reddetmektir. Biz Heraklitus ve öğrencisinin nehir örneğiyle sunduğu felsefeyi şüphecilik ve değişim bağlamında yararlı, fakat yanlış yönlendirici buluyoruz. Biz felsefenin insan gerçeğine insanın (belli imtiyazlı sınıf veya grupların değil) yaşamını geliştirici ve kolaylaştırıcı bir şekilde yaklaşması gerektiğini düşünüyoruz. Felsefe nehir ve insan örneğini soyut evrensel yer ve zamandan alıp somut

---

[4] *kuramlar dünya dediğimiz şeyi yakalamak, rasyonelleştirmek, açıklamak ve kontrol etmek için serilmiş ağlardır. Biz ağın örgüsünü daha ince yapmaya çalışırız.*

örgütlü yer ve zamana yerleştirmek gerekir:[5] O zaman nehir ve insan çok daha farklı görünür. Her sabah çalışılan yer, yapılan iş, alınan ücret, artan enflasyon ve fiyatlar, kısaca ücretli kölelik koşulları gerçeği, aynı nehre her gün tekrar tekrar gidildiğini ve girildiğini gösterir. Gerçeği akan bir nehre benzeten veya aynı deneyimin tekrar yeniden yaşanamayacağını belirten mantık, insanın kendini ve toplumunu üretim biçimi ve ilişkilerine baktığında nehrin çok ağır aktığını görür. Aynı zamanda ne nehrin ne de ayağını nehre sokanın, günümüzde, mülkiyet yapısı ve ilişkilerinden bağımsız olmadığını anlar.

Felsefe denince önce epistemoloji, ontoloji/metafizik, aksiyoloji, mantık ve felsefe tarihi gelir. Aynı zamanda, bütün bunlara yaklaşımda hareket noktasına bağlı olarak idealist ve tarihsel materyalist (Marksist) felsefe ayırımı ortaya çıkar.

Epistemoloji bilginin incelenmesi veya bilgi kuramı olarak tanımlanır. Şeylerin gerçek olduğunu nasıl bildiğimizin incelenmesidir. Felsefenin "nasıl bilindiğiyle" ilgilenen dalıdır. Epistemoloji bilginin doğası ve alanının incelenmesidir. Epistemoloji (a) bilginin ne olduğu (örneğin bilgi nedir, bilgi ve fikir farkı gibi tanımlama sorunu); (b) bilginin elde edilip edilemeyeceği (örneğin şüphecilik ve dogmatizm); (c) bilginin nasıl elde edildiği; örneğin rasyonalizmde "apriori" (önceden) ve deneycilikte (empiricism) duyularımızla deneyimlerden geçerek elde edilen "aposteriori" (sonradan) bilgi gibi sorular üzerinde durur. Epistemolojide güvenilir bilginin nasıl mümkün olduğu incelenir. Ne biliyoruz veya ne bilebiliriz ile uğraşmaz. Gözlemin orijini, süreçleri ve sınırlılıklarını ve gözlemleyenle gözlemlenen arasındaki iletişimden sonuçlanan bilginin bütün sonuçlarını anlamaya çalışır. Epistemoloji de kendi içinde ayrılır. Örneğin burjuva epistemolojisi ve Marksist epistemoloji. İlk bilgi kuramlarının bazıları bilginin mutlak ve değişmez karakterini vurgularken, diğerleri değişkenliği ve akıcılığı üzerinde durdular. Bilgiye ulaşmayı idealist rasyonellikten geçerek açıklayanlardan tarihsel materyalist perspektifle açıklayanlar çıktı.

---

[5] *Elbette burada felsefe derken felsefe yapanlardan ve sosyal bilimcilerden bahsediyoruz.*

Ontoloji varlık bilimi olarak nitelenir. Ontoloji "varoluşun" ve gerçeğin doğasının incelenmesidir: Gerçek nedir? İnsan olmak nedir? Dil ve anlamı, gerçek ve görünüm, deneyim, özne ve nesne bağı üzerine eğilir. Bazıları Ontolojiyi, "fizik bilimi" dışında anlamına metafizik içine koyarlar. Bazılarına göre metafizik ontolojinin içindedir. Ontolojide varlıkla ilgili sorular sorulur. Örneğin varoluşçuluk (existentialism) ve teoloji insanın (ve evrenin) varlığının nedenleri ve doğası üzerinde dururlar. Marksist ontoloji insanın varoluşunu ve "nasıl" olduğunu kendi tarihini kendini içinde bulduğu koşularda aktif bir şekilde, insanın varlığını sürdürme çabasından hareket ederek anlamlandırır.

Aksiyoloji değerlerin incelenmesi ile ilgilenir. Aksiyolojide doğru ve yanlış (metaetik); doğru ve yanlışın nesnel veya öznel oluşu (betimleyici etik); bir eylemi nelerin doğru ve yanlış yaptığı (normatif etik); teleolojik etik, deontolojik ve erdem-etik gibi alt bölümler vardır. Aksiyoloji etik yanında, ideoloji, değerler ve kaynağı, ahlak ve gerçek üzerinde durur. Toplumun ve sosyal örgütlenmenin felsefi incelenmesi olarak politika aksiyoloji içine sokulur. Estetik, aksiyolojinin diğer bir alt dalıdır. Estetik içinde sanat ve edebiyat felsefesi yer alır.

Mantık tartışmanın ne olduğu, nasıl çalıştığı, kötü bir tartışmayı neyin yaptığının felsefi olarak incelenmesidir.

Bilim felsefesinde **yöntembilim ile epistemoloji** arasında bağ ve fark vardır. *Episteme* Yunancada bilgi demektir. En basit anlatımla, epistemoloji bilgi felsefesi, "nasıl (oluyorda) bildiğimizin" felsefesidir. Yöntembilim de nasıl bildiğimizle ilgilenir, fakat dünyamızı daha iyi anlamaya çalışmada kullandığımız belli yollara, yöntemlere, odaklanır. Yöntem bilim nasıl bildiğimizin pratiğini içerir. Metodoloji de bilim felsefesinin bir dalıdır ve bilimsel soruşturmanın yöntemleri ve teknikleri, onların birleşimi ve geçerli bilgi elde etmesi ile ilgilenir.

Marksist görüşe göre insan bilgisi kendini ve toplumunu üreten insan tarafından aktif bir şekilde yaratılır. Bu üretme surecinde insanlar epistemolojik kategorileri (düşünce kategorilerini) ontolojik kategoriler (gerçekte var olan şeyler kategorisi) gibi ele alırlar (reification). Marx'a göre benlik, sosyal ilişkiler, sosyal kurumlar ve diğer toplumsal gerçekler onları yaratma eylemi içinde güvenilir bir

şekilde bilinir. Dikkat edilirse, doğa ve toplumun insan bilincinden ve ilişkisinden tamamen bağımsız olduğu kabul edilmiyor. Epistemolojik kategori kendi başına ve kendi içinde gerçekliğe veya asıllığa sahip olmayan bir düşünce veya fikir kategorisidir.

Avrupa'da 1600 ile 1800 arası egemen olan klasik epistemeyi (bilgiyi) pozitivist episteme izledi. Klasik episteme madde değil, "kelimeler/sözler" bilgi için modeldi. Pozitivist deneyci episteme'de "şeyler" bilgi için model oldu (Faucault, 1970:238, 243). Klasik episteme Avrupa'da Fransa'nın ekonomik, kültürel ve siyasal egemenliğinin bir etkisi veya ifadesiydi. Pozitivist deneyci episteme için materyal temel 19. yüzyılda İngiliz imparatorluğunun ve 20. yüzyılda Amerikan imparatorluğunun egemenliği üzerine kurulmuştur. Günümüzde sosyal bilimlerde egemen olan epistemoloji Amerikan üstünlüğünün bir ifadesidir.

Epistemoloji bilgi teorisinin incelenmesidir. Epistemoloji bilginin doğasının, kaynağının ve geçerliliğinin sistemli bir şekilde incelenmesini içerir. Buradan hareketle kuram kavramına varırız. **Kuram** kavramı Yunancada "görmek" veya "bir şeye bakmak" anlamına gelen "theoria" kelimesinden gelir. Kuram en geniş anlamıyla ilgili fenomen veya olgulara evrensel bir açıklama yapmak için bakma yolu olarak tanımlanabilir. Ya da bir fenomenin sistemli bir gözleme dayanarak düşünsel temsili veya açıklanmasıdır. Veya bir fenomenin sistemli açıklanması olarak tanımlanabilir. Kuram yoluyla tanımlama, açıklama, anlama, önceden tahmin ve ardından kontrol gelir. Kontrol meşrulaştırılmış katliamdan veya katliam araçlarını üretmekten reformlara kadar çeşitlenir. Sosyal bilimlerde kuram ve araştırmalar, ideal olarak, bulgulardan ve bu bulgulara bağlı gelen sonuçlardan hareket ederek insan ve toplumuyla ilgili genel yasaları bulmaktır. Bilimin bu amacı insanının kontrol etme, düzenleme, ileriyi tahmin etme ve tedbirler alma gibi istemlerinden kaynaklanır. Dolayısıyla, ideal olarak, bilim, sonunda, kuram ve araştırmalardan geçerek insanların sorunlarının çözümüne yardım etmeyi amaçlar. Araştırmanın amacı bilmek ve gerekli mekanizmalar kurarak ve geliştirerek kontrol etme girişimlerine yardımcı olmaktır. Bilmek ve kontrol kazanılmış deneyler ve bu deneylerin kuşaktan kuşağa aktarılmasını

getirir. Yazılı çağlar araştırmaya yönetici sınıfların egemenliklerini sağlama ve yaygınlaştırmasını ekledi. 18. ve 19. yüzyıla gelindiğinde, artan toplumsal başkaldırılar ve talepler karşısında, egemenliğin sağlanma ve kitleleri kontrol etme gereği çok daha arttı. Bu artışa paralel olarak sistemli düşünü ve araştırma gereği de yoğunlaştı. Artan üniversiteler ve öğretim üyeleri kendi varlıklarının nedeni olan düzeni korumak için, artan bir şekilde, kuramla ve araştırmayla yönetime yardım işine giriştiler. Bu girişimler ve karşıtları, mücadelelerin yoğunlaştığı bu çağlarda, özellikle basının ve yayımın teknolojisinin gelişmesiyle, teşvik ve güçlenme olasılıklarını elde etti. Böylece "kuram ve araştırma" sadece egemenlik mücadelesinin öğesi olmakla kalmayıp, kişisel ekonomik çıkar ve zengin örgütlü endüstrilerin gelişmesinde etken ve bütünleşik bir parça oldu (Alemdar ve Erdoğan, 1998).

Bilim, kuram ve araştırma, Avrupa'da veya "Burjuva Aydınlanma" çağında veya "demokrasinin beşiği Yunan'da" başlamamıştır. İncil'i yazanlar birikmiş bir bilginin ve deneyin sistemli bir sunumunu yaparak dünya ve insanlığın dünü, bugünü ve yarını için evrensel/küresel bir teolojik açıklamaya dayanan ve Avrupa'yı yüzyıllarca yönetenleri destekleyen bir kuram oluşturmuşlardır. Hammurabi'nin yapıtı, Sümerlerin ve Hititlerin yasaları aynı zamanda yönetim kuramlarıdır. Anadolu medeniyetlerinin, Asyalıların, Romalıların ve İranlıların zamanlarında kurdukları iletişim ağları, belli bir egemenliğin oluşturulması, korunması ve geliştirilmesinin sistemli bir ifadesidir. Bu iletişim ağlarının yapılaşmasındaki araştırma ve kuram, deney laboratuarlarıyla veya anket kullanan survey incelemeleriyle sınanan ve kurulan bir karaktere sahip değildir. Fakat bunlarda laboratuar gerçek yaşam süreçlerinin doğal konumudur. Kuram ve araştırma sadece niceliksel verilerin istatistiksel değerlendirmesine dayanan ve hipotez testinden geçerek doğru ve güvenilir bilgiye ulaşılacağını ileri süren, son yüzyılın egemen pozitivist-deneyci bilim tanımı ve dünya görüşü çerçevesi içinde gelişmemiştir. Kapitalizmden önce de bilim vardı.

Araştırma ve kuram, tutarlı ve sistemli bir ilişkilendirmeyi anlatır. Avcılıkla geçinen insan avcılık için yola çıktığında, deneyleriyle

nerede, nasıl ve ne zaman avlanacağını bilir. Avlanma sürecinde çevresiyle ve avıyla sistemli bir iletişime girer. Avcının bu iletişimde avını araştırması, deneylerine ve sistemliliğe dayanarak, belli bir sonuca ulaşma çabasıdır. Eğer avcının "belli yer, zaman ve koşullarda tavşan avlanır" diyen, deneyle kazanılmış varsayımı yanlış çıkarsa, o zaman, sonuç neden sorusunu ve belki de yeniden denemeyi getirir. Tekrarlanan denemeler onu yanlış çıkarırsa, örneğin, bulunduğu yerde avlanmaktan vazgeçer. Eğer yer, zaman veya koşullardan birinde değişiklik yaparak giriştiği deneylerde av bulursa, başlangıçtaki varsayımında değişiklikler yaparak düzeltmeler getirir. Bilgi ve deneyini yeniler ve av politikasını değişen koşullara göre iyileştirir. Bu deneyimsel bilgisini niceliksel tablolara döküp yazması, bilimsel makale olarak basması veya av yerini çitleyip parayla avlanmaya izin vermesi ancak bunlara uygun mülkiyet ilişkileri yapıları içinde olur. "Bu avcı, araştırmacı veya bilim adamı değildir; fakat eğer bir eğitim örgütünde veya firmada araştırmacı olarak çalışıyorsa bilim adamıdır" dersek, bilimi günümüzdeki örgütlü yapılar içindeki belli faaliyetlerle tanımlamış oluruz. Eğer bilimi örgütlü kurumlaşma içinde tanımlarsak, o zaman bilim örgütlü eğitimin başlamasıyla başlar. Örgütlü eğitim de örneğin kiliselerin ve yönetici sınıfların kalelerinin ve evlerinin içinde olur. Bu bilim, örgütlü toplumsal yaşamın örgütlü anlatım biçimlerinden biridir. Bu bilim örneğin, Avrupa'da milyonlarca kadının "cadı" diye yakılmasına katılır. Eğer bilimin yaşamı, bir sınıfın egemenliğinin bir parçasıysa, ki tarihte hep öyle olmuştur, bu durum kaçınılmazdır. Türkiye'de üniversitelerin açılış konuşmalarında "üniversitelerin endüstriyle birlikte çalışması" gibi çağrılar normaldir. Özel şirket desteğinde araştırma ve sempozyumlar da normaldir. Bu tür girişimle para kazanan "tüccar akademisyenimsiler" Fakültelerin açılış konuşmasını yapan dekanlar tarafından övülür. Kapitalist ücretli kölelik sisteminin bilimi, bu tür tüccarlığı meşrulaştıran ve geliştiren örgütlü faaliyettir. Ama bu faaliyetlerin "akademik ve bilimsel" olduğunu iddia etmek normal değildir. Bir faaliyeti bilimsel yapan kimin desteklediği ve sadece araştırma süreçlerine uymak değildir, neyin nasıl ve neden

yapıldığıdır: [6] Özel şirketlerin desteğiyle yapılan bir sempozyumda, İstanbul'un fukara semtlerinde dağıtılan ve çocuklara çevreyi kirletmemeyi ve kirleten anne ve babalarını ikaz etmelerini öğreten bir "çevre oyununu" bilimsel bir faaliyetin parçası olarak sunmak ve sempozyumda çevre bozulmasının nedenlerini eğitimsiz fukara kitleler üzerine yıkmak gerçeğe ve bilime hakarettir. Akademik faaliyeti değil de tüccarlık faaliyetini öven bir dekan da bilime ve üniversiteye hakaret etmektedir. Bu egemen faaliyet içindeki "karşıtlık" ancak, örneğin eski Yunan filozoflarının yapıtlarında olduğu gibi, kölelik sisteminin insanlaştırılması ve yumuşatılması gibi yönetim sorunlarından öte çok az gider.

Bilimi neyle başlatma, neye göre anlamlandırma, bilimin sadece örgütlü ve yazılı ve kayıtlı anlatım içine mi sıkıştırmak, yoksa kültürle insan üretim biçiminin kuşaktan kuşağa aktardığı ve bu aktarma biçimini ve içeriğini buna katmak mı gerek? Bilim, bilimi tanımlarken kendi tanımlama ölçeklerini sistemlilik ve önceden tanımlanmış süreçlerden geçerek elde edildiği öne sürülen tutarlılık ile evrenselleştirdiği için, onun dışındaki tanımlamalar veya soruşturmalar geçersiz görünür. Bilimin teolojiyle tanımlandığı tarihsel dönemde bu geçersizlik aforoz edilir veya suçlanıp hapse atılır, işkence yapılır, örgütlü devlet terörünün kurbanı olur. Bilimin evrimci pozitivizmle tanımlandığı dönemde ise, örneğin işlevsel tanımlanması yapılarak deneyle/gözlemle ölçülemeyen bir varsayım hem bilimin konusu değil hem de, örneğin metafizik karakteri nedeniyle, bilimsellikten uzak olarak nitelenir. İdeolojik bir metin analizi özneldir, dolayısıyla nesnel ölçütlere göre yapılmadığı için geçerlilikten yoksundur. Bütün bunlar önemli bir sorunu ortaya çıkartmaktadır: Bilimde mülkiyet ve üretim ilişkileri. Bilimin üretim araçlarını kontrol eden ve yönetenler kimler? Bilim adamının bu üretim tarzı içindeki konumu nedir? Bilim adamının üretim ilişkilerindeki etkinlikleriyle egemenlik ve mücadeleye

---

[6] *Başarılı tüccarlık deneyimi olan bir bilim adamının, tüccarlığın bilimsel açıklamasını, hangi kuramsal yapıdan olursa olsun, daha doğru bir şekilde açıklayacağı olasılığı çok fazladır. Akademisyen hırsızın, hırsızlığı açıklamasıyla, günlerini dedikoduyla geçiren "akademisyenin" hırsızlığı açıklaması arasında ciddi farklar olacaktır.*

katılışlarını belirleyen faktörler nelerdir? Bu ve benzeri sorular üzerinde düşünmek gerekir. Bölümün başında sunduğumuz Karl Popper'in sözüne baktığımızda, aklımıza en azından şu sorular gelmeliydi: Ağ kimin? Neden onun? Kim kimin için örüyor? Kim seriyor? Ne yakalıyor ve kimin için yakalıyor? Biz denen kim? Kim hangi sonuçlarla rasyonelleştiriyor, açıklıyor ve kontrol ediyor? Neden ağ gittikçe daha zarif örülüyor? Ne tür belirsizlikler ortadan kaldırılmaya ve neler neden yakalanmaya çalışılıyor?

Bize göre, iletişim ve bilim insanla başlar ve kesinlikle Yunan veya Arap medeniyetlerinin malı değildir. İnsan nasıl ki üretim biçimlerinde değişiklikler ve gelişmeler getirmişse, bunlara bağlı olarak bilim, kuram ve araştırmalarda da gelişmeler getirmiştir. Bunlardan belki de en çarpıcı olan bilimsel faaliyetin örgütlü çıkar yapıları içine yerleştirilmesi ve endüstriyel bir faaliyet şekline dönüştürülmesidir. Bir zamanlar ekmek yapan fırın yoktu, herkes kendi ekmeğini yapıyordu. Şimdi ekmek fırınları çıktı ve ekmeğin üretimini onlar yüklendi ve insanlar ekmek yapmayı unuttu. Paralel veya benzer şekilde, bilim okullar, firmaların araştırma ve geliştirme bölümleri ve ordu gibi devlet kurumlarında uzmanlaşmış bilim adamları tarafından mal olarak üretilmeye başlandı. Kitle iletişiminin üretimi belli güçlü grupların elinde olan bir etkinliktir. Bu etkinliğin, incelenmesi, bilimsel açıklanması ve belli kuramlar içinde toplanması gene belli örgütlü güç merkezlerinin mülkiyetindedir.

BÖLÜM IV

KİTLE İLETİŞİMİ KURAM VE ARAŞTIRMALARI: OLUŞUM

İnsan kendi ve dışı, yaptıkları ve yapılanlar üzerinde düşünür; onları anlamaya ve açıklamaya çalışır. Fakat insanın bu düşünsel faaliyeti ile epistemolojik (bilgi kuramları anlamına), ontolojik veya metafizik (var oluşun ve anlamının incelenmesi anlamına) ve aksiyolojik (etik dahil değerlerin incelenmesi anlamına) girişimler farklıdır. Epistemolojik veya bilimsel etkinlik uzmanların sistemlilik ve içsel tutarlılık taşıyan (veya öyle olduğu iddia edilen) faaliyetidir. Kitle iletişimini bilimsel olarak açıklama çabaları önce sosyoloji, siyaset bilimi, sosyal-psikoloji ve psikolojiyle ilgili çalışmalar içinde yer almıştır. Bu ilk çalışmalar basın ve toplum arasındaki bağa eğilirler ve çoğunlukla basının etkisi ve toplumsal işlevleri üzerinde dururlar. Basın üzerine eğilinmesi normaldir, çünkü ilk egemen kitle iletişim aracı gazetelerdi. Bu durum Amerika ve Avrupa'da 1900'lerin başında magazin ve dergilerin de yaygınlaşmasıyla daha da bariz bir duruma geldi. İlk araştırmalar 19'uncu yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, bu araştırmaların kuramsal çerçevelerini de, psikoloji, sosyal-psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi ve kültürel antropoloji gibi sosyal bilimlerdeki yaklaşımlar belirlemiştir. Bu yaklaşımlar Freud'dan, Maslow'dan, Weber'den, Durkeim'den, Comte'den ve G.H. Mead'den oldukça etkilenmiş yaklaşımlardır.

İletişim ve kitle iletişim üzerinde bilimsel düşünmeye başlama yüz yılı geçmiş olmasına rağmen iletişim kuramlarının varlığı üzerinde hala şüpheler vardır. Örneğin Craig ve benzeri bazılarına göre belirgin bir araştırma alanı olarak iletişim kuramı yoktur. Buna gerekçe olarak da çok disiplinli olması verilir (Craig, 1999). Deetz'e göre (1994) iletişim kuramları kitaplarına baktığınızda enformasyon teorisi, psikolojik teori ve hatta fizyolojik teorileri görürsün, fakat herhangi bir iletişim teorisini ender bulursun. Yedi iletişim kuramı kitabının içeriğini inceleyen Anderson (1996) 249 farklı "kuramlar" bulmuştur; bunların 195 tanesi sadece bir kitapta yer almaktadır. 249 kuramın % 22'si birden fazla

kitapta yer almakta ve sadece % 7'si üçten fazla kitapta yer almaktadır. Eğer iletişim kuramı hakikaten kendine özgü bir alan olsaydı, iletişim kuramları kitaplarının hiç değilse yarıdan çoğu % 7 üzerinde ortak içeriğe sahip olurdu. Bu bulguların belirttiği duruma rağmen iletişim alanı 20. Yüzyılın başından beri matematik ve retorikle başlayarak sosyal psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, göstergebilim, fenomonoloji ve siyasal-ekonomi gibi bir çok alandan esinlenerek kendini tanımlamaya çalışan ve bunda da belli ölçüde başarı gösteren bir gelişmeye şahit olmuştur. İletişim alanının incelemeler ve kuramlarla kurumsallaşması dönemi 1940 ile 196O'lar arası olmuştur (Delia, 1987; Hardt, 1992; Peters, 1986; Robinson, 1988; Rowland, 1988). 1940'lardaki yönetimsel amaçlı etkiyle ve enformasyon akışıyla ilgili varsayımlar yanında, asıl temeli kuran kuramsal gelişme 1948'de Claude E. Shannon'un İletişimin Matematiksel Teorisi olmuştur. O zamandan sonra iletişim alanında mesaj gönderme ve alma sürecine dayanan "taşıma" (transmisssion) modeli ya da diğer adıyla enformasyonu bir beyinden diğerine aktarma temeline dayanan "enformasyonel" modeli ve onun çeşitli versiyonları egemen olmuştur. Bu model özellikle 1980'lerden beri yoğun bir şekilde eleştirilmektedir (Carey, 1989; Cronen, 1995; Deetz, 1994; Rothenbuhler, 1998).

Yönetilenleri kontrol ve yönlendirme amaçlı kitle iletişiminde 20. yüzyılın başlarından beri belagat[7] konusunu, propagandayı, kamu oyunu ikna yoluyla biçimlendirmeyi inceleyen kuramcılar daha çok kitleleri yönlendirmede etkili ve güzel söz söyleme sanatı (nutuk) üzerinde durmuşlardır. Kitlelerden korkuyla ve onları etkilemeyle gelen iletişim sorunu dikkatli ve kolektif karar gerektiren acil bir sosyal konu olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda sanat, konuşmacı, dinleyici, strateji, mantık ve heyecanlar/duygular gibi kavramlar önem kazanmıştır.

Gene 20. Yüzyılın başlarından itibaren insan etkileşimini anlama çabaları dil ile uğraşanların da ilgisini çekmiştir. Bu da 1980'lerden beri kültürel incelemelerin kuramsal yapısını oluşturan göstergebilimin iletişim alanına girmesini getirmiştir. **Göstergebilim** alanında ana akım yaklaşımlar sadece işaretlerle/sembollerle aracılanan ilişkiye

[7] *Belagat (Rhetoric) en geniş anlamıyla söz söyleme sanatıdır.*

önem verir. Gösterge, sembol, ikon, indeks, şifre, şifre kodlama ve çözme, dil, araç kavramları ön plana çıkar. Aktif şifre çözümleme varsayımı nedeniyle, şifreleyen, şifreler ve medya yansız ve etkisiz kanallar olarak görünür. Eleştirel yaklaşımlar ise sembollerin ideolojik doğası, öznelerin konumlandırılması, bilinç ve kültür üzerine eğilir. Tercihli şifre çözümü, egemen şifreler, dil, ideoloji ve artikulasyon gibi kavramlar kullanılır. Dilin toplumda etkili araç olarak ele alınmasından başlayarak dil dışında gerçek olmadığı varsayımına kadar çeşitlenen kuramsal varsayımlar vardır. Gösterge bilimle ilgili araştırmalar ve kuramların önemli bir kısmı kitle iletişimi konu olarak ele almıştır.

Kitle iletişimini anlama ve anlamlandırmada bireyi aktif birim olarak ele alan **Fenomonolojiyle** ilgili yaklaşımların çoğu günlük hayatta bireyin kişisel deneyimleri, ötekilik ve diyalog üzerine eğilir. İletişim sorunu olarak gerçek insan ilişkilerini tutma ve sürdürmede başarısızlık veya bu tür ilişkinin yokluğu üzerinde durulur.

Kitle iletişimini bir sistem olarak ele alan **Sibernetik (Cybernetics)** çizgisel neden ve sonuç yapısı içindeki enformasyon süreçleri üzerine eğilir; gürültü, fazlalık, eksiklik, kötü-işlev gibi sorunlar üzerinde durur. Eleştirel yaklaşımlar sibernetiği daha çok teknolojik sistemler bağlamında ele alır.

Kitle iletişimiyle ilgili olarak en çok bilinmek istenen bireyler üzerindeki etki olmuştur. Bu da iletişimde psikoloji ve sosyal psikolojinin egemenlik kazanmasını getirmiştir. **Psikoloji ve sosyal psikoloji** yaklaşımları ifade, etkileşim (interaction) davranışlar, değişkenler, kişilik, duygu, algı, tutumlar, etki ve dolaylı etki gibi konular üzerinde dururlar. Günümüze kadar gelen iletişim kuramları ve araştırmalarının büyük çoğunluğunun kuramsal temeli ve araştırma yönelimleri psikoloji ve sosyal-psikoloji alanından etkilenmiştir.

Kitle iletişimine **kültürel, sosyolojik, siyasal ve ekonomik yaklaşımlar** da psikolojinin ve sosyal-psikolojinin değişen ölçüde izlerini taşırlar. Bu yaklaşımların önemli bir bölümü sosyal düzenin meşrulaştırılması ve sürdürülmesi amacını ve kaygısını güderler. Bu kaygı ve amaçla kitle iletişimini ele alırlar. Bazılarıysa kitle iletişim yapılarının soruşturulması ve sistemin dönüştürülmesi çerçevesinde kuramlar geliştirmiş ve araştırmalar yapmışlardır. Bütün yaklaşımlar

farklı perspektiflerden kitle iletişiminin toplumdaki yeri, rolü ve etkileri üzerinde dururlar. Ana akımda denge, yapı, alt-yapılar, entegrasyon, farklılaşma, büyüme, bozulma/çürüme, denge bozulması, yeniden-entegrasyon, işlevsel-çatışma, sosyalizasyon, kimlik, medyada şiddet ve etik, liberal ekonomiye aykırı olan tekelleşme, ifade özgürlüğü, sansür, serbest akım gibi konular ve kavramlar ön plandadır. Eleştirel okulda ise yabancılaşma, çatışma, meşruluk, dengesizlik, üst yapı, alt-yapı, üretim ilişkileri, üretim biçimi, dağıtım ve bölüşüm, mülkiyet ilişkileri, tekelleşme, ideoloji, bilinç yönetimi, ekonomik ve kültürel emperyalizm, baskı, direniş gibi konular ve kavramlar görülür.

Dikkat edilirse, iletişim ve kitle iletişimine kuramsal yaklaşımlar ve araştırma alanları bireyin psikolojisinden dilin ve toplumun yapısına kadar düşünülebilecek her konuyu içeren ve sosyal bilimlerin hepsini içine alan bir karaktere sahiptir.

ANAYOL YAKLAŞIMLARIN OLUŞUMU

18. ve 19. yüzyılın tanınmış "bilim adamları" ve "düşünürlerinin" önemli bir kısmı, özgürlük ve insanca yaşam koşulları arayışının peşinde başkaldırılara girişen veya başkaldırma potansiyeli olan kitlelere düşmandılar. Bu korkuyla kabus görenlerin bazıları demokrasiye de karşıydı ve mutlakıyet yanlısıydı. Kitlelerden korku ve kitlelere karşı düşmanlık duygusunu ve bunun iletişimini Batı'nın önde gelen bilim adamlarının çoğunda görürüz. Bu düşmanlık ve korku günümüzdeki aydınlar arasında da çok yoğundur: Ankara'da Ulusta Atatürk'ün heykelinden Keçiören ve Etliğe doğru olan bölgeye hiç gitmeyenler ve gitmeyi asla düşünmeyenler, bu bölgeleri AKP gibi partilere oy veren geri zekalı, maganda ve demokrasiye tehlikeli insanların doldurduğunu düşünürler. AKP'nin iktidar oluşundan ödü kopan ve Tayip Erdoğan'ı televizyonda görünce hissettikleri bu korku ve nefretten tüyleri diken diken olanların önemli bir kısmı üniversiteleri dolduran öğretim üyeleridir. Sosyal bilimle uğraşanların "korkusu" ve denetim yolları bulma çabalarına katkılarının doğası toplumlardaki egemenlik ve mücadele koşullarına göre değişir. Toplumsal krizlerin olduğu zamanlarda, bilim adamları da bu krizlerle ilgili sosyal ilişkiler ağında bilimsel ve günlük iletişimleriyle egemenlik ve mücadelede

yerlerini alırlar: Özlüce, bu sosyal bilimciler, bilerek veya bilmeyerek, isteyerek veya istemeyerek, bilimsel nesnellik ardında gizlenerek veya gizlenmeyerek, açıkça veya dolaylı yollarla kitlelere düşmanlıklarını "bilimsel olarak" ifade etmişlerdir. Dolayısıyla, iletişimle ilgili her bilimsel yaklaşım yüz yıllardır süren yoğun egemenlik ve mücadelelere bağlı olarak gelişmiştir.

19. yüzyılın yoğun işçi mücadeleleri sırasında kapitalizmin kitle hareketleri ile sürekli yüz yüze gelişi, kitleleri kontrol etmenin gerekliliğini ön plana çıkarmıştır. Amerika ve Avrupa'da örgütlü işçi sınıfı mücadelesi --grevler, direnişler-- kapitalist sınıf içinde büyük korku yaratmıştır. Kitle hareketleri genellikle polis ve ordu gücüyle bastırılma yoluna gidilmiştir. Kitlelerden duyulan rahatsızlık ve korku bilimde kendini kitleleri demokrasi ve gelişmeye tehlike olarak gösterme temeline dayanan yönelimi ortaya çıkarmıştır. Kitlelerin yıkıcı ve tehlikeli olduğunu ileri süren ve *Principles of Population (1798)* kitabında Malthus kitlelerin kontrol edilmesi zorunluluğundan söz etmiştir. Ceare Lombroso "*Criminal Man" yapıtıyla* ve kültürel antropologlar sundukları "bilimsel" açıklamalarla ırkçılığı ve kafatasçılığı savunmuşlar, yabancılara ve toplum düzenine karşı olanları "hasta olarak" niteleme görüşünü getirmişlerdir. Sık sık kurulan Dünya fuarları kapitalist teknoloji ve propagandanın iletişildiği uluslararası iletişim alanı olmuştur. Bu alanda, iletişimle ilgili olabilecek ilk kuramlardan biri Le Bon'un 1895'de basılan *Kalabalık Psikolojisi* yapıtıdır (Mattelart, 1994: 31-32).

19. yüzyılın tutucu aydınları eski Yunan kültüründen ve idealist feodal ortaçağdan çok etkilenmişlerdir. Toplumu, sanki yaşayan organizmalar gibi temel gereksinmeleri olan bir bütün olarak niteleyen bu aydınlara göre, her insan, gelenek görenekleri, toplum değerlerini ve kurumları yaşatan görevleri yerine getirmek için yaratılmıştır. Toplumsal başkaldırı ve düzensizlik, toplumun doğal düzeninin bozulmasıdır. Örneğin, en tutucularından en liberallerine kadar, önde gelen bilim adamları (August Comte, Emile Durkheim, Herbert Spencer, Edmund Burke, Alexis de Tocqueville ve benzerleri) 19. yüzyılın ayaklanmalarına karşı, "doğal düzenin onarılması ve korunması" gerekliliğini öne sürmüşler; bu gerekliliği yansıtan tutucu

toplum ve değişim modelleri sunmuşlar ve evrimin genel yasasını formüle etmişlerdir. Pozitivizmin ve sosyolojinin kurucusu olarak bilinen Comte'a göre, toplumsal olgular doğal olgular gibi kesin belirleyiciliğe sahiptir. Yani toplumsal evrimi değiştirmek olası değildir. Toplumsal evrim aklın evriminin, özellikle insan aklının birikerek çoğalan gelişimi ve birbirini izleyen mantığa uygulanmasının, bir ürünüdür. Bu evrim üç aşamadan geçer: Teolojik ve askeri dönem; metafizik düşünün egemen olduğu adli dönem, pozitif düşünün egemen olduğu bilim ve endüstri dönemi. Bu üç aşama zorunlu olarak ve düzenli bir şekilde birbirini izler; insanların farklılıklarından ve denetiminden bağımsız olarak oluşurlar (Compte, 1877). (Yani başkaldırı ve devrim çabaları, doğaya ve evrime aykırıdır). Comte varolan sistemi korumak için daha çok istikrar ve düzen ilkelerini keşfetmeye çalışmıştır. Düşüncesine uygun olarak, III. Napolyon'un diktatörlüğünü desteklemiş, Osmanlı yöneticilerinden Cizvitlere kadar dünyanın her yerindeki tutucu güçlere yol göstermeye çalışmıştır.

Comte'un bilime katkısı "pozitivist yaklaşımın kurucularından" olmasıdır. Pozitivizm düşünce ve analiz yöntemi olarak S. Simon ve özellikle Comte tarafından ortaya atılmıştır. Pozitif kavramı bu aydınlar tarafından iki temel anlamda kullanılmıştır. Birincisi, bilmenin bilimsel yolu, kesin bilgi anlamınadır. Bu bağlamda, pozitivist kavramı kısaca bilginin deneysel (ampirik) yolla elde edilmesi demektir. İkincisi ise, pozitivizm negatifin karşıtıdır. Bu, Fransız Devrimi'nin ve aydınlarının yıkıcı eleştiriciliğine karşı olmak demektir. Pozitivizm varolan sistemde, kurallarda ve değerlerde iyilik yattığını belirtip, toplumsal yapının "faydalı" yönlerine eğilir. Pozitivizmin ideolojik çeşitliliği ve inanç farklarını ortadan kaldıracağı düşünülür. Comteçu pozitivizm, bu "faydalılık" kadar, toplumsal birlik ve bağlılık kavramlarına da aynı hayranlıkla yaklaşmıştır. Bu görüş, Durkheim, Radcliff Brown ve diğer fonksiyonalistlerden geçerek günümüzde sosyal bilimlerdeki anayol pozitivist-deneyci yaklaşımlara temel olmuştur.

İngiltere'nin 19. yüzyıl koşullarında liberal (=ilerici) eğilimi temsil eden Spencer, toplumu biyolojik organizmaya benzetir ve toplumsal değişimi evrensel bir süreç olarak tanımlar. Fakat, Comte'un aksine, toplumsal örgütü yaklaşımına temel olarak alır. Spencer'e göre, insan

ve toplumsal örgütler, canlı organizmalarda olduğu gibi, hacimce büyürken aynı zamanda yapıda da büyürler, parçaları çoğalır ve farklılaşır. İlkel grup basit artma ile hiçbir zaman büyük bir hacme ulaşamaz. Hacim büyüdükçe yayılır, yayıldıkça parçaları birbirini tutmaz hale gelir, sonuçta gruplar veya kabilelere ayrılır. Bu ayrılan kabileler, gruplar, oymaklar zamanla birbirinden tamamen farklılaşır. Bu süreç çoğu kez, bazılarının yok olması ve ötekilerin büyüme ve yeniden bölünmesiyle devam eder. Geniş bir toplumun oluşması, bu bölünmelerle ortaya çıkan farklılıkları devamlı olarak tekrarlar. Bu arada çekişmeler, savaşlar, bazılarının yok olması ve ötekilerinin büyüme ve yeniden bölünmesi devam eder. Geniş bir toplumun oluşması, bu bölünmelerle ortaya çıkan farklılıkları yok etmeyen birleşmelerle oluşur. Bu birleşmeler bazen sürekli, bazen süreksizdir. Toplumsal örgütler büyüdükçe ve fonksiyonel benzersizliğe ve artan bütünleşmeye yönelir. Aynı zamanda artan kesinlik oluşur. Yavaş yavaş büyüyen düzenlemeler kesinlik kazanır, gelenekler yasalara geçer. Başlangıçta birbirinin içine girmiş kurumlar birbirinden ayrılır ve yapının farklı parçası olur. Kısaca, büyüme, farklılaşma ve bütünleşme süreci sonunda toplumlar askeri yapıdan endüstriyel yapıya doğru gelişir. Sınai toplumlarında, sözleşmeye dayanan ilişkiler, bireysel girişimler, gönüllü ortak ilişkiler, korunan kişi hakları, kendini dizginleme ve sürekli barış egemendir (Spencer, 1892). Spencer'in bu görüşü günümüzün sosyal bilimlerinin liberal-çoğulcu görüşlerin temelini yansıtır.

Dikkatini çoğunlukla "ortak bilinç" etrafında toplayan Durkheim'a göre, toplum yapısı veya düzenlemeler yerel, biyolojik ve psikolojik güçlerin yanında, insan davranışının temel belirleyicisidir. Toplumda kişinin altına girdiği denetim fiziki değil, "ahlaki", yani toplumsaldır. İnsan, kendi yasasını kaba güçle kabule zorlayan maddi çevreden almaz, insandan üstün olan "ortak bilinç"ten alır. İnsan bu "üstün" bilincin farkındadır, çünkü yaşamının "daha büyük ve daha iyi parçası" (örneğin ahlaki değerler, inançlar) vücudun yaşamından öteye geçer. Böylece insan, vücudun boyunduruğundan kaçar fakat toplumun boyunduruğuna girer; (Açıkçası maddi varlık ve gereksinmeler yaşamı belirlemez demek istiyor). Toplum ortak inançların, kuralların ve

değerlerin oluşturduğu ideolojik bir birliktir. Bu birlik insanları varlıklarına ve etkinliklerine bir amaç vererek birbirine bağlar. Yani Durkheim'a göre, toplumsal denetim kötü bir şey değildir ve işbölümü toplumda dayanışma yaratır (Gouldner, 1970:122). Durkheim hem devlet gücünü ve toplumu insanın üstünde ve ötesinde görür, hem de bu gücün ideolojisini egemen gerçek olarak kabul eder. Durkheim toplumsal değerleri (kültür ve iletişimi) model oluşturan ve toplumsal bakımdan denge sağlayan güçler olarak görür. Bu değerler kişilerin topluma bağlanmasına ve toplumun dayanışmasına katkıda bulunur. Durkheim çağdaş toplumun "hastalıklarının" nedenini ahlakta bulur. Toplum ekonomik yoksulluktan değil, "tehlikeli ahlak yoksulluğundan" acı çekmektedir. Buna çözüm yolu olarak da Durkheim ticari ve endüstriyel meslekler için bir ahlak sisteminin kurumlaştırılmasını savunur. Düzen için ordudan ve ahlak için kiliseden örnek alarak kapitalist ekonominin yeniden düzenlenmesini öngörür. Bu da işçi ve işveren temsilcilerinin oluşturduğu profesyonel örgütle sağlanacaktı. Bu örgütün işlevi, topluma ahlak disiplin ve toplumsal bağlılık vermekti.[8]

Durkheim'e göre belli bir bölgede birbiriyle ilişkide olan kişilerin sayıları artar. Durkheim buna ahlaki yoğunluk adını verir. Bu yoğunluk doğal olarak açıklanamayacak bir biçimde taşıma ve iletişim araçlarında kendini gösteren "maddi yoğunluk" ile bağlıdır. Artan kalabalık yaşama savaşını daha da acımasız hale getirirken, artan iş bölümünü belirler. İnsanların bulundukları bölgedeki durumlarına ve iletişim yollarının sayısına ve doğasına göre değişen, birleşerek ortaya getirdiği sistem, toplumsal yaşamın üzerinde yükseldiği tabanı oluşturur.

Kapitalist dünyanın kendini haklı çıkarmasında en çok kullandığı bir nedensellik bağını, kitlelerden nefret eden, geleceğe korkuyla bakan ve tek çarenin kitlelerin kontrol edilerek durdurulmasını öngören

---

[8] *İşveren kavramı kapitalist kavramının yerine kullanılır. Bu kullanım bilinçli olarak kapitalisti perde ardına iter; kapitalisti "çalışanların karnını doyuran insan" olarak tanımlar; toplumsal sorumluluğu işçi ve işveren ilişkisine mal eder: Sorunlar ve çözümler işçi ve işveren yöneticilerin tutumlarında yatar, sistemin örgütlenişinde değil.*

Charles Darwin ortaya atmıştır. Thomas Hobbes'un tanımladığı insanı yücelten Darvin'in "en zinde olanın sağ kalışı" varsayımını işlemesi günümüzün egemenlik ideolojisinin temel taşlarından biridir. Darwin'in organik evrim yaklaşımını birkaç temel varsayımla özetleyebiliriz: (a) Yaratıklar arasında çok büyük çeşitlilikler vardır. (b) Her yaratık türünün nüfusu, o yaratığın varolma olanaklarının ötesinde çoğalma eğilimi gösterir. Sonuç olarak yaratıklar arasında ve aynı tür yaratıklar içinde bir varolma uğraşı vardı. Bu mücadelede en güçlü, en becerikli ve en elverişli uzun dönemde sağ kalır.

Darwin'in düşünceleri 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında Gaetano Mosca, Vilfredo Pareto ve Robert Michels gibi aydınl rın tutucu seçkinci yaklaşımlarının temel taşı olmuştur. Bu aydınların hepsi de faşist burjuva politikalarını desteklemişlerdir. 1923'te, Pareto şöyle diyordu: Fa*şizm, zayıf burjuva demokratik hükümetlerin İtalya'da yapamadığını yapabildi; 1920-1921 fabrika işgallerinde devrimcileri ezebildi"* (Thernburn, 1976:141).

Evrimci antropoloji Amerikan sosyolojisine önemli etkiler yapmıştır. Darwin'den büyük ölçüde etkilenen antropologlar, insanın maymun gibi bir yaratıktan (homo sapiens'e) insana nasıl değiştiğini keşfe çalıştılar. Fiziki-antropologlar, insanı fiziki evrim geçiren biyolojik organizma olarak aldılar. Sonra, dil, dilbilim, kültür ve arkeoloji, fiziki antropolojiye eklendi. Sömürgeciliğin gelişmesiyle, Avrupalıların ilkel toplumlarla "temasları" bu kültürlere ilgiyi arttırdı. J. J. Bachofen, John F. McLennan, H. J. Maine ve Edward B. Tylor kültür evrimini temelde doğal evrime kıyas olarak düşündüler. Bu evrimciler, toplumu türlü yaratıklarla eş tuttular, ilerlemeyi Darwinci ilkeyle gördüler, kültürel yeniliklerin biyolojik anlamda değişime eşit olduğunu, kültürel ve toplumsal kalkınmayı, otomatik olarak önceden tayin edilmiş tek bir yönde ilerleme olarak kabul ettiler. İlkel halkları, bir erken çağın "sağ kalanları" olarak tanımladılar ve Avrupa gibi gelişip, doğal olarak, "medeni statüye" erişeceklerini belirttiler. Comte'un görüşünü izleyen antropologlar da bu "ilkel halkların" Batılılar yardımıyla daha hızlı kalkınacaklarını savundular. Yani sömürgeciliğin gerekli olduğunu desteklediler. Spencer ve benzerleri de doğasal bir evrim sürecine kimsenin karışmaması görüşünü savundular. Sömürgeciliğe karşı gibi

görünen bu fikirle hareket eden aydınlar, gerçekte sadece bunu inceledikleri kabilelerle sınırlamış, sömürgeciliğin ciddi bir eleştirisini yapmamışlardır. Aksine, bu kabilelerin sömürgecilerle işbirliği yapan sisteminin kendi halinde bırakılmasını savunarak varolan ilişkileri ve dengeyi desteklemişlerdir.

Bazı arkeolog, dilbilimci, etnograf ve antropologlar çalışmalarında kültürlerin birbirinden yalıtılmış olarak evrim geçirmedikleri, tersine birbiriyle ilişki halinde olduklarını buldular. Sonuçta ilgi evrim kademelerinden, evrimde "kültür ilişkisi" konusuna kaydı.

Amerika'da sosyoloji, işçi mücadelesinin en yoğun olduğu Chicago kentinde, Chicago Üniversitesi'nde gelişti. Burada sosyologlar, sekiz saat iş kampanyasına, dört işçi liderinin asıldığı Haymark olayına, yirmi beş işçinin Pullman'ın çağırdığı federal askerler tarafından katledilmesine ve grevlerin devam şekilde kanlı yöntemlerle bastırılmasına tanık oldular. Chicago sosyologları bu toplumsal olaylardan çok firma ekonomisinin yönetim ve düzenlenmesi ile ilgilendiler. Örneğin, E. Ross, Amerika'daki göçmen işçilerin "domuz gibi yaşamından", "hayvanca zevk ve kavgalarından", "Amerikan kanına" ve "ırkın gururuna," karşı tehlike oluşturduklarından söz etti (Thernburn, 1976:239). Chicago Üniversitesi Rockefeller'in parası ile kurulmuştu. *Journal of Sociology bu* üniversitede yayınlanmaya başladığında, sosyolojinin, "Amerika'nın en büyük hırsızı tarafından kurulan bir eğitim kurumu" ile ilişkisini yeren sayısız kızgın mektup aldı. Yayıncı bu mektuplara oldukça "yansız bilimsel" biçimde yanıt verdi: "Biz *endüstriyel örgütlenmenin hırsızlık olduğu varsayımına ve ilerleme olduğu karşı-varsayımına karşıyız. Son gerçek şüphesiz bu iki aşırı ucun arasında bir yerde yatıyor: Yani, bölümleri adil kişiler tarafından yönetilen, doğru ilkelerle denetlenen ve sınırlanan iyileştirilmiş örgütlenme, ilerlemiş bir toplumsal koşula işaret edecek*" (Thernburn,1976:237).

Chicago Üniversitesi'nin önemli üç entelektüeli John Dewey, George H. Mead, Robert E. Park ve Michigan Üniversitesi'nden Charles Cooley iletişimde liberal-demokratik kuramsal yaklaşımın kurucuları oldular: İletişimin demokrasinin reformuna hizmet edeceğini umut ettiler. Cooley'e göre (1909) kitle iletişimi araçları sayesinde

ideal demokratik duruma dönüş mümkün olacaktı, çünkü fikirlerin serbest akımı herkesin siyasal karar verme sürecine katılmasını kolaylaştıracaktı. Benzer şekilde, Avrupa'da, örneğin Alman kuramcılar basının toplumda "bütünleştirici" bir rol oynadığı, toplumu birbirine bağladığı, halkı önderli yaptığı, liderlerle halk arasında fikirler alışverişini sağladığı, enformasyon ihtiyaçlarını karşıladığı, toplumun aynası olduğu ve toplumun "ahlaklı bilinci" olarak çalıştığı görüşündeydiler (aktaran McQuail, 1994:73). Dewey'e göre (1925, 1939) iletişim özgürlüğü, iletişim ve demokrasi tekelleşmeyle bozulmaya uğrar. Park, Dewey'in (a) "toplum iletişim içinde ve iletişimden geçerek var olur" ve (b) iletişimi çatışma ve diğer "beyinler" ve kültürlerle çarpışma olarak nitelemesi fikri üzerine iletişim kuramını kurdu. Park (1938), Berlin Üniversitesi'nden Georg Simmel'in görüşünü yansıtarak, iletişimin hem rekabet hem de çatışmayı beslediğini ileri sürer; medya teknolojileri, toplum gibi mükemmel değildir ve yıkıcı güce sahiptir. Mead'in yaklaşımı kişilerarası iletişimde "sembolik etkileşim" kuramının gelişmesini ortaya çıkardı. Cooley, iletişimi ve toplumu Simmel'in grup-çatışması kuramına uygun bir biçimde anlamlandırdı.

Cooley'e göre (1967):

Toplum, anlaşılmaz şeylerden değil, insanlardan oluşmuştur.

Toplum kişilerin toplamından öte bir şeydir. Toplumda, ayrı ayrı kişilerde göremeyeceğimiz, bir yaşam süreci, bir örgüt vardır. Kişileri tek tek inceleyip ve yan yana koyarak toplumu anlamaya çalışmak bizi yanlış yola götürür. İnsan grubunu ve toplumsal süreçleri oldukları gibi görmek zorundayız.

Kişi toplumun ürünüdür: insanda insan olan her şeyin bir toplumsal geçmişi, bir tarihi vardır. Yiyecek ve iklim gibi fiziksel etkiler bile toplumsal koşullar tarafından ayarlanmış ve değiştirilmiş olarak bize ulaşırlar.

Kişi toplumdan sadece "dışsal" anlamda ayrılabilir. Tek başına ormana bile gidilse, beraberinde toplumla şekillenmiş bir beyin taşınır ve toplumsal ilişki bellekte sürer.

Kişi sadece toplumun parçası değildir, özgürdür. Fakat bu, toplumdan bağımsız davranma özgürlüğü değil, kişinin başkalarıyla ortaklaşmasından doğan bir özgürlüktür.

İletişimle ilgilenen ve liberal-demokratik görüşlere sahip olan Cooley, toplumu muhafazası için gericiliğe sarılmak yerine demokrasinin gereklerine uymak gereğini savunmuştur: Eğer evrim kuramını kabul edersek, kişi ve toplum ilişkisini bir organik ilişki olarak görürüz. Kişi toplumsal bütünden ayrılamaz; onun yaşayan bir üyesidir. Öte yandan toplumsal bütün bir dereceye kadar kişilere bağlıdır, çünkü herkes ortak hayata bir şey katar. Bu nedenle, biz, farklı üyelerden oluşmuş özel bir görevi olan organik bir bütünüz. Kişiyi toplumdan ayrı olarak düşünmek, toplumu kişiden ayrı olarak düşünmek kadar yapaydır. Bireycilik, toplumculuktan ahlaki açıdan ne aşağıdadır, ne de ondan önce gelir; ikisi de aynı şeyin birbirini tamamlayıcı yanı olarak daima birlikte varolmuşlardır.

Cooley'in iletişim sosyolojisi anlayışının umutlu yanını, demokratik amaçlar yerine emperyalizmin psikolojik savaşta kazanması amacıyla Pool, Lerner, Schramm, Rogers, Pye ve 1960'ların diğer benzeri kalkınma/modernleşme kuramcıları ve uygulayıcıları odak noktası olarak işlediler.

1920'lerdeki Avrupa ve Amerika'daki siyasal ve ekonomik koşullara uygun bir şekilde propaganda ve kamuoyu biçimlendirme yoluyla kitleleri yönetme sosyal bilimlerde egemen gündemi oluşturuyordu. Psikoloji temelli uyarak-tepki (stimuli-response) kuramı zamanın egemen yaklaşımıydı. Bu egemenlikten kitle iletişimiyle ilgili olarak "pasif izleyici" ve doğrudan etkiyi anlatan "taşıma kemeri" (transportation belt), "hipodermik iğne" (hypodermic needle) ve 'sihirli mermi" (magic bullet) kuramları türemiştir. Bu kuramlar ve araştırmalar ana akım olarak nitelenen ve içinde birden fazla yaklaşımı barındıran yaklaşımlardır. Bu ilk yaklaşımlar Avrupa ve Amerika'da 19'uncu yüzyıldan beri gittikçe artan işçi hareketlerini ve kitlelerin başkaldırısını kontrol gereksinimi ve böylece burjuva demokrasisini koruma amacının bütünleşik bir parçasıdır. Buna sonradan ticari, endüstriyel ve pazar ile ilgili kaygılar eklenmiştir.

Kitle iletişiminde ilk araştırma, Harold Laswell'in 1927'deki *Dünya Savaşında Propaganda Teknikleri (The Propaganda Techniques in the World War)* yapıtıdır. Lasswell savaşta fikir yönetimini devletin ele aldığını ve propaganda ile sosyal dayanışma yaratıldığını öne sürdü. Böylece psikolojinin uyaran-tepki kuramı iletişimde kullanılmaya başlandı. Buna bağlı olarak pasif izleyici görüşü gelişti. Lasswell 1939'daki *Dünya Devrimci Propagandası (World Revolutionary Propaganda)* yapıtıyla propaganda doktrinlerini popülerleştirdi. Lasswell'in iletişim alanına yaptığı en önemli katkı, iletişim kuramları ve araştırmalarının yoğun bir şekilde kullandığı "Kim, Kime, Hangi Kanaldan, Ne Etkiyle, Ne Söyler" formülü oldu. Bu formül Amerikan egemenliğindeki iletişim anlayışının temel taşıdır.

1930'larda faşist kışkırtma propagandasıyla (agit-prop) birlikte psikolojik savaş fikri gelişmeye başladı. Propaganda ve psikolojik savaş görüşü, Faşist İtalya'da, Nazi Almanya'da ve diğer totaliter rejimlerin propagandalarının kitleler tarafından benimsenmesi; Hitler'in bir nutukla kitleleri harekete geçirmesi bu görüşü destekledi. Almanya'da Goebbels propaganda ve psikolojik savaşın günümüzdeki biçimini düşünen ve geliştirenlerin önde gelenlerden biri oldu. Goebbels, Hitler'in doğrudan-polemikçi propaganda tekniği düşüncesi aksine, eğlenceyi en etken propaganda biçimi olarak gördü ve Hitler'le çatışmasına rağmen bu yönde film, müzik ve "newsreal"[9] üretimini teşvik etti. Alman halkının bağnazlıklarını ve tutumlarını eğlence-propaganda ile sömürmeye yönelik yapıtlara yöneldi. Almanlar savaşı kaybederken ve büyük yıkıntıya uğrarken, Goebbels, günümüzdeki Amerikan Walt Disney ve Hollywood'un yaptığını yaparak, kaçışçı-eğlence filmi yapmaya başladı. Renkli filmle egzotik, mitolojik, metafizik sahnelerle, zevk ve eğlenceyi sundu; Dünyanın üzerine oturmuş Alman uçarak Türk bayrağının dalgalandığı İstanbul'un surlarında Osmanlı giyimli düşmanları yok etti. Goebbels'in 1945'de 100,000 Alman askerini kullanarak yaptığı Napolyon'a karşı direnişi anlatan film tarihsel eğlence-propaganda filmlerinin en görkemlisiydi.

---

[9] *Newsreals kısa haber filmleridir.*

Hitler döneminde yapılan propagandanın en tanınmış incelenmesi ve eleştirisi Alman sosyalisti Serge Tchakotine tarafından yapılmıştır. Nazi Almanya'sında propaganda sürecinin gelişimini inceleyen Tchakotine'in Siyasal Propaganda ile *Kitlelerin İğfali* adlı kitabı Fransa'da 1939 yılında ilk kez basıldığında Almanya yönetimini incitmemek için yasaklanmıştı. Tchakotine kitabını ithaf ettiği Pavlov'un kuramı yardımıyla propagandanın kitleleri etki altına alma mekanizmasını açıklamıştır. Yaptığı aslında medyanın çağdaş toplumlarda oynayabileceği kaygı verici rolü ortaya koymaktadır.

1940'lar kitle iletişiminde dinleyicilerin, okuyucuların ve izleyicilerin tercihlerinin ticari çıkarlar için bilinmesiyle ilgili alan araştırmalarının yaygınlaştığı ve bu araştırmaların "klasikler" olarak sunulduğu; bu araştırmalardan etkinin doğasıyla ilgili kuramsal varsayımların üretildiği ve kitle iletişiminde anayol yönelimin belirlendiği yıllar oldu. Schramm, Lerner, Pool, Pye, DeFleur, Lasswell, Ball-Rokeach, Bauer, Katz, Festinger, Greenberg, Lang, McLeland gibi iletişimle doğrudan ve dolaylı ilgilenen aydınlar ve *Journalism Quarterly and Communication Research* gibi dergilerde gördüğümüz isimlerin hemen tümü Amerikan anayol veya ana akım tutucu yaklaşımını temsil ederler.

Anayol yaklaşımlarda tutucuların ve Şikago okulu liberallerinin yanında, onları da belli ölçüde etkileyen, bir diğer yaklaşım gelişti. Bu yaklaşım Marks, Weber ve özellikle Simmel'den etkilenen "Marksist olmayan çatışma kuramcılarının" savunduğu görüşleri içerir. Bu çatışma fonksiyonalizmi kuramında kitlelerden korkuya tepki diğer anayol okullardan farklıdır: Kitlelerin toplumsal egemenlik süreçlerine seçim ve sivil örgüt süreçleriyle katılmalarını yaygınlaştırarak geniş tabanlı bir meşrulaştırma elde etmek ve sürdürme istenir. Bu yaklaşımdan 20. yüzyılın başında yogun bir şekilde etkilenen ve yaklaşımı geliştirenler Dewey, Parks, Cooley, Blumer ve Mead olmuştur. Bu aydınlar iletişim kurumlarının demokratik toplumun gelişmesinde olumlu görevlere sahip olduğuna inanmışlardır. Baskı ve terör yerine "bireycilikle" "toplumculuğu" birleştiren demokratik ilişki düzeninin geliştirilmesini savunmuşlardır. ABD'de günümüzde bu geleneği sürdürenler, kitle iletişimindeki tekelleşmeyi, sahiplik yapısını,

kültür ve ideolojiyi ele alan Carey, Grossberg, Fiske, Blumler, Gans, Becker, Greenberg, Tunstall gibi aydınlardır. Bu yaklaşımı genel olarak *Journal of Communication* dergisi temsil eder.

Buraya kadar sunulan görüşlerdeki kişiler yaşadıkları toplumdaki değişim çabalarına ya tümüyle karşıdır ya da "demokratik ölçülere göre" olmasını isterler. Çünkü bu görüşler, toplumun var olan yapısını ve toplum için ve toplumlar arası egemenliği desteklemek ve korumak için, değişim çabalarına karşı olarak, ortaya atılmıştır. Bilim adamları bu "bilimsel" tutumlarını da, sadece görüş biçimleriyle değil, aynı zamanda günlük egemen toplumsal gündemlerin iletişimine katılma biçimlerinde de göstermişlerdir. Örneğin Tocqueville, 1848 Paris olaylarında, "cumhuriyeti korumak" için işçi hareketinin kan dökerek bastırılmasına tepki göstermemiştir. Comte, Paris ayaklanmalarına katılanları "kızıllar" ve "büyük devrimin maymunları" olarak nitelemiştir. Bu siyasal anlamda gerici ve tutucuların yanında, "ilerici" olanlar da ırkçı görevlerine sadık kalmadan geri durmamışlardır: Durkheim devrimi mucize kadar olanaksız görmesine ve hiç bir harekete katılmamasına rağmen, onun fikrinde olanlar Fransız sosyalist partisinin sağ kanadında reformcu bir grup kurmaya çalıştılar. Birinci Dünya Savaşında, liberal/ilerici Durkheim ve yandaşları "ulusal davayı" coşkuyla desteklediler. İlerici ve demokrat Alman sosyologlar (Simmel, Sombart, Tönnies ve Weber), aynı şekilde, kendi ülkelerinin ulusal davasının tek doğru ve haklı dava olduğunu savunup Reich'in savaş çabalarına katkıda bulundular. 1918'de geleneksel Prusya kurumu tehlike altına girdiğinde, bu aydınlar durumdan çok endişe ettiler. Örneğin, 18 Ekim 1918'de, işçi hareketlerine ve istikrarsızlıklara karşı kurtuluşu Amerikan yardımında gören Weber annesine şöyle yazıyordu: *"Eğer her şey kötü giderse, sevelim ya da sevmeyelim, Amerikalılara düzeni yeniden kurmak için izin vermek zorunda kalacağız"* (Thernburn, 1976:140).

Yukarıdaki sunumdan anlaşılacağı gibi anayol yaklaşımların oluşumu "sistem tutma ve sürdürme" ve kitleleri siyasal, kültürel, bilişsel ve ekonomik bağlamlarda kontrol ve yönetme gereksinimiyle başlamış ve gelişmiştir.

TARİHSEL MATERYALİST YAKLAŞIMIN OLUŞUMU

İletişimde tarihsel materyalist yaklaşımlar, anayol tutucu ve liberal görüşler gibi, son iki yüzyılın yoğun egemenlik ve mücadele ortamında hızla gelişmiştir. Bu tür iletişim kuram ve incelemelerin varsayımları insanın materyal hayatı üretim ilişkilerinden çıkartılır. Bu yaklaşımlar Marks'ın toplum ve toplum değişimi, tarih ve insan, fikirler ve ideoloji anlayışını temel hareket noktası olarak alırlar. Marksist ve Marksist yönelimli eleştirel yaklaşımlar olarak nitelenen bu yaklaşımlar tümüyle veya belli ölçüde Marks'ın tarihsel materyalist görüşünden hareket ederek oluşturulan kuramlardır. Bunlardan bazıları materyalist temelden uzaklaşmayarak kitle iletişimini incelemiş ve açıklamıştır. Bunlar kitle iletişiminde Marksist siyasal ekonomi geleneğini sürdürmüşlerdir. Bazıları materyal üretim yapısı temelini sadece tanıma seviyesinde kalmış; bazıları ise sonunda tümüyle dil, kültür ve ideoloji alanına taşınmışlardır. Günümüzde iletişim alanında Marksist, neo-Marksist ve Marksist yönelimli eleştirel yaklaşımcılara örnek olarak Schiller, Smythe, Ewen, Mattelart, Thompson, Garnham, Murdock, Golding, Elliot, Hall, Williams, Mosco, Wasco ve Dorfman gibi isimler verilebilir. *Media, Culture and Society* ve *Critical Studies in Mass Communication* dergilerindeki isimlerin çoğunluğu eleştirel Marksist veya eleştirel kültürel incelemeler içinde yer alırlar.

Eleştirel yaklaşımların kökeni belki de kendi koşullarına değiştirmek amacıyla çevresine reaksiyon gösteren insana, dolayısıyla insanın sosyal olarak var oluşuna kadar gider. Eski Yunan'daki diyalektik düşünceye göre, doğaya, insan tarihine ya da kendi entelektüel etkinliklerimize baktığımızda, sonsuz ilişkiler ve karşılıklı ilişkiler görürüz. Hiçbir şey olduğu şekilde, olduğu yerde ve eskiden olduğu gibi kalmaz, her şey hareket eder, değişir, var olur ve geçip gider. Bu görüşü ilk kez Heraclitus ortaya koymuştur. Gerçi bu görüş, "fenomenin/maddenin/şeyin" genelliğini anlatır, fakat ayrıntılı ve yeterli bir bilgi vermez. Bu bilgi de doğal bilimin ve tarihi araştırmanın en önde gelen görevidir. Doğanın tam incelenmesi Yunan'ın İskender döneminde başlamış, Ortaçağda, Araplar tarafından geliştirilmiştir. Bununla birlikte, gerçek doğa bilimi 15. yüzyılın ikinci yarısından sonra hızlı ve sürekli gelişme göstermiştir. Bu gelişmeyle birlikte, doğanın

özel parçaları incelenmiş, farklı süreçler ve nesneler sınıflara, gruplara ayrılmış ve organik yapılar araştırılmaya başlanmıştır. Bu yaklaşım doğadaki nesnelerin ilişkide olduğu bütünden soyutlanmış olarak incelenmesi alışkanlığını getirmiştir. İncelenen nesneler "hareket" yerine "durgunlukta" ve temel olarak "değişmez" olarak ele alınmıştır. Bu anlayış doğa biliminden felsefeye aktarılmış ve son yüzyılların dar düşünceliliğini ve metafizik düşünce biçimini pekiştirmiştir. Bu tür metafizik diyalektiğe göre, şeyler (madde ve düşünceler) birbirinden ayrı, birbirinden soyutlanmış araştırma konuları olarak alınır; "şeyler" vardır ya da yoktur; bir şey aynı zamanda kendisi ve başka bir şey olamaz; olumlu ve olumsuz kesin bir şekilde birbirini dışarıda bırakır; Neden ve sonuç birbirine eşit bir şekilde karşı tez olarak durur. İlk bakışta, bu tür görüş akla çok yatkın görünür; fakat bu metafizik açıklamayı birbirine örülü bir şekilde akan gerçek yaşamla karşılaştırırsak, ne kadar sınırlı, soyut ve tek yönlü olduğunu görürüz: Her organik varlık hem ayrı, hem aynı değildir; her an dışarıdan çekilen maddeyi özümser, diğer maddeyi atar; her an vücudun dokuları ölür ve yenileri oluşur. Diyalektik tezin iki ucu, olumlu ve olumsuz iki yanı, birbirine zıt oldukları kadar birbirinden ayrılamaz ve birbirine karşıt olmaları yanında, birbiriyle iç içedir.

Aynı şekilde, nedensellik ilişkisi belli bir durumda geçerliliğe sahiptir; fakat bu duruma, soyutlanıp alındığı genel durum içinde bakarsak, neden-sonuç ilişkisi evrensel etki ve karşılıklı etki içine karışıp birleşir. Neden ve sonuç sürekli olarak yer değiştirir, neden sonuç, sonuç neden olur (Engels, 1878). Ölüm ve yaşam; köle ve köle sahibi; ücretli köle ve kapitalist; doğadaki mevsimler; gece ve gündüz birbirine karşı, zıt ve ayrı oldukları kadar birbirine bağlı ve iç içedir: İkisinin de varlığı birbirinden geçerek anlam bulur. Marksist diyalektik, şeyleri ve görüntülerini, fikirleri, karşılıklı bağları, dizinleri ve hareketleri, kendi doğum ve ölümleri içinde kavrar. Doğa, diyalektiğin testidir; çağdaş doğabilimi doğanın sürecinin metafizik değil diyalektik, sürekli bir hareket, değişim ve gelişim olduğunu kanıtlamıştır. Marksist diyalektik yaklaşımla, insan tarihi karmakarışık bir şekilde süregelen anlamsız şiddet etkinlikleri değil, insanlığın gelişme süreci olarak görülür.

18. yüzyılın Fransız maddeciliği hem 17. yüzyılın metafizik görüşüne, örneğin Descartes'in metafizik yanına, Spinoza'ya ve Leibniz'e karşı bir mücadele, hem de o zamanın siyasi örgütlerine, dinine ve teolojisine karşı mücadeleydi. Marks ve Engels'e göre, İngiliz maddeciliğinin ve bütün deneysel bilimin gerçek kurucusu Bacon'dur. Bacon'a göre, tüme varım, analiz karşılaştırma, gözlem ve deney akılcı yöntemin temel gerekliliklerıdir (Marks ve Engels, 1845:57). Hobbes, Bacon'un maddeciliğini sistemleştirdi. Fiziksel hareket mekaniksel harekete kurban edildi ve maddecilik insanlığa düşman oldu. Bu mekaniksel maddeciliğin aksine, Marksist maddecilik, insanın iyiliğine ve entelektüel yeteneklerine, deneyine, her şeye gücünün yettiğine, alışkanlığın, eğitimin ve çevrenin insana etkisine, sanayinin büyük önemine dayanır (Marks ve Engels,1845:59).

19. yüzyılın başlarında Hegelci diyalektik Almanya'da modaydı: "Gerçek olan her şey akılcıdır ve akılcı olan her şey gerçektir" temel görüşüyle hareket eden Hegelciler, içinde yaşanılan egemenlik durumunu ve sistemi yücelttiler. Bunun yanında, Hegel'in diyalektiği, antitez yoluyla bu yüceltmenin kaçınılmaz çöküşünü getirdi (Marks 1873: 99). Marks kendi diyalektik yönteminin Hegel'inkinden sadece farklı değil, onun tamamen karşıtı olduğunu belirtmiştir (Marks, 1873: 99). Hegel'e göre düşünce diye adlandırılan düşünme süreci gerçek dünyanın yaratıcısıdır. Hegel, düşünceyi bağımsız bir özneye dönüştürür ve gerçek dünya, düşüncenin dışsal nesnesel şekli olur. Marks'a göre, düşünce insan beyni tarafından yansıtılan ve düşünce şeklinde tercüme edilen maddi dünyadan başka bir şey değildir (Marks,1873:19). Diyalektik yönteme göre:

İnsan tarihinin ilk koşulu yaşayan insanların var olmasıdır. Kurulacak ilk gerçek bu insanların fiziki örgütlenmesi ve doğayla ilişkisidir.

İnsanlar kendi yaşamları için gerekli geçinme araçlarını üretmeye başlar başlamaz hayvanlardan ayrılırlar.

Kendi geçinme araçlarını/olanaklarını üretmekle insanlar dolaylı olarak kendi gerçek maddi yaşamlarını yaparlar.

İnsanların geçimlerini sağlayan şeyleri yapma biçimi önce kendilerinin sahip olduğu ve yeniden üretmek zorunda oldukları şeylerin doğasına bağlıdır. Buna üretim biçimi denir.

Üretim biçimi, kişilerin basitçe fiziksel varlıklarını yeniden üretme (reproduction) olarak anlaşılmamalıdır. Bunun ötesinde, üretim biçimi, kişilerin belli etkinlik biçimlerinin ve yaşamlarının ifadesidir ve "neyi" "nasıl" ürettiklerini içerir.

Kişilerin doğası, üretimlerini belirleyen maddi koşullara bağlıdır. Yani köleyi köle, efendiyi efendi yapan içinde yaşadıkları maddi koşulların getirdiği bir şeydir. Köleliği ve efendiliği gerektirmeyen koşullarda köleliği ve efendiliği bulamayız.

Ne zaman üretimden söz edilirse, toplumsal bireylerin üretiminden veya toplum kalkınmasının/gelişmesinin belli bir evresindeki üretim akla gelmelidir. Bu nedenle üretimden söz etmek için ya tarihi gelişmenin sürecini izlemeliyiz ya da belli bir tarihi dönemle uğraştığımızı belirtmeliyiz.

Toplumsal yaşamlarını üretirken insanlar iradelerinden bağımsız olan ilişkilere girerler. Bu ilişkiler insanların maddi üretim güçlerinin belli gelişme düzeyine karşılıktır. Yani toplumda var olan üretim ilişkileri kişinin istekleriyle değil, insanların maddi üretim güçlerinin belli gelişme düzeyiyle saptanır. Bu üretim ilişkilerinin toplamı toplumun ekonomik yapısını belirler. Bu ekonomik yapı toplumun gerçek temelidir.

Toplumun ekonomik yapısı üzerinde hukuki ve siyasi üstyapı yükselir. Bu ekonomik yapıya belli bir toplumsal bilinç biçimi karşılık gelir. Yani, maddi yaşamın üretim biçimi genel olarak toplumsal, siyasal ve entelektüel yaşam süreçlerini belirler (Marks ve Engels, 1846; Marks, 1859: 52).

Marksist tarihsel maddeciliğe dayanan araştırma anlayışına göre:

Dünya bizim bilgimizden bağımsız olarak vardır. Dünyanın varlığı bizim bilincimize bağlı değildir. Daha açıkçası, etrafımızda gördüğümüz, ilişkiye girdiğimiz ya da görmediğimiz, bilmediğimiz "şeyler" bizim bilincimiz, algılamamız ve bilgimiz dışında vardır; bir şeyin varolması için onu duymak, tatmak, koklamak gerekmez.

Dünya, ussal veya ruhsal değil, doğasında ve kökeninde maddeseldir. Bu Marksist maddeciliğin eşyaya (paraya, mala) tapınması anlamına gelmez. Tersine Marks insanın maddi ilişkilerin ve üretim biçiminin getirdiği yabancılaşmadan ve ezilmeden kurtulmasını derinden arzulamıştır. Maddecilik burjuva ideolojisinin kara cehaletiyle ve yaratılış ideolojisinin haç ve yeşil cehaletiyle öne sürdüğü gibi "komünizmin maddeye taptığı" anlama gelmez. Marksist maddecilik eşyaya (paraya, mala) tapmaz, aksine kapitalist ilişkilerde, ne dediğini bilmeyen cehaletin ideolojisi ve kültürü dahil, sistemin kendisinin maddeye (örneğin paraya) tapışının eleştirisini yapar.

Metafizikten ve mekaniksel maddecilikten farklı olarak, Marksist maddecilik maddenin ne olduğu hakkında bir önyargıya veya kesin bir karara sahip değildir. Madde, nesnel olarak varolanın adıdır. Beyin, düşünce, bilinç maddenin ürünüdür veya (eğer madde insansa) madde hakkında bilgidir. Bunun ötesinde, maddenin doğası, yapısı, bileşimi, kitle, enerji, mekan ve zaman ile ilişkili sorulara yanıtı bilimin vermesi gerekir. Başka bir deyişle Marksist maddecilik maddenin varlığını kanıtlar ve maddenin özellikleriyle ilgili sorulara bilimsel araştırma ile yanıt verilmesini önerir.

Marksist maddecilik indirgemeci değildir: Ne maddenin özelliğini, ne de yüksek düzeydeki yapıyı aşağı düzeye indirger. Tümevarım ve tümdengelim, analiz ve sentez, zorunlu olarak beraberdirler. Tek taraflı olarak birini göğe çıkarıp diğerini yere batırma yerine, her ikisini de önemlerine göre bir birini tamamlayan, birbirine ait olarak değerlendirmek gerekir.

Marksist maddecilik sonsuz karmaşık ilişkiler ve karşılıklı ilişkiler dünyasını benimser. Çok değişimli analizde sayısız mekaniksel nedenler ve sonuçlar dizisi görürüz. Marksist maddecilikte çevrenin ürünü olan bir "yaşayan organizma" (insan) bu çevreye karşılık verir ve onu değiştirebilir. Mekaniksel ve metafizikçi maddecilik evreni devamlı değişen bir süreç olarak kavrayamaz: Aynı merkez etrafında dönen hareket, tekrar tekrar ayrı sonucu doğurur (Engels, 1882:174; Selsam ve Martel,1984:45, 46).

Tarihsel maddecilik Marksist maddeciliğin veya Marks'ın deyimiyle "maddeci yöntemin" insan toplumlarının evriminin incelenmesine

uygulanmasıdır. Kısaca, tarihin maddeci görüşle incelenmesidir. Özlüce, maddeci yöntem, (a) insan tarihinde, doğada olduğu gibi, nesnel yasaların olduğunu, (b) bu yasaların keşfedilebileceğini, (c) bu yasaları anlamak için gerekli bilgilerin elde edilmesini ve (ç) şemacılığa ve öznelliğe düşmeden, bu yasaların üretim biçimi ve ilişkilerinin dinamik olarak oluşturduğu herhangi bir tarihsel döneme uygulanmasını öngörür.

Marksizm, tarihi birbirini izleyen önceden bilinmeyen nadir olaylar dizisine ve insanların birbiriyle çatışan isteklerine indirgeyen görüşü kabul etmez. Tarihin itici gücü, insanlar arası ilişkilerdir. "Bizim tarih anlayışımız her şeyin ötesinde, araştırma için bir yol göstericidir; Hegelcilerin tarzı gibi yapı için bir manivela değil" (Engels,1890:71). Her tarih, her toplum araştırılmalı, toplumun farklı biçimlerinin varlık koşulları tek tek incelenmelidir. Yani incelemeler soyut fikirlerden değil, somut gerçeklerden hareket edilerek yapılmalıdır.

Maddeci tarih anlayışı, üretimin her toplumsal düzenin temeli olduğu ilkesiyle başlar: Tarihte görülen her toplumda zenginliklerin dağılımı ve toplumun sınıflara veya tabakalara ayrılması, (a) ne üretildiği, (b) nasıl üretildiği (üretim biçimi ve ilişkileri) ve (c) üretilenin nasıl el değiştirdiğine bağlıdır.

Tarih kendi başına hiçbir şey yapmaz; savaşlar onun eseri değildir. Onları yaşayan insanlar yapar. Tarih, kendi amaçlarına ulaşmak için insanı kullanmaz. O, kendi amaçları peşinde koşan insanların etkinliklerinden başka bir şey değildir (Marks ve Engels 1844: 63).

Önceki tarih görüşü (ve günümüzde okullarda okunan tarih) (a) tarihsel değişimin temel nedenini insanların düşüncelerinin değişmesinde aramış, (b) değişimi, siyasal etkenlerin en önemli ve egemen olduğu temeline dayandırmıştır. Fakat düşüncelerin nereden geldiği ve değişimlerin itici nedenlerinin ne olduğu sorulmamıştır. Marks bütün önceki tarihin sınıf mücadelesi tarihi olduğunu ve siyasal mücadelelerde temel konunun sınıfların toplumsal ve siyasal yönetimi, egemenliğin eski sınıflar tarafından korunması ve yeni çıkan sınıfların egemenliği ele geçirmesi olduğunu göstermiştir (Engels, 1877: 34).

Marksist yaklaşımda insan kuramın ve incelemenin merkezinde yer alır. Bunu Marks oldukça açık bir şekilde belirtmiştir: "Yaşayan insana

ulaşmak için, biz, insanın düşündüğünden, düşlediğinden veya insanın düşünüldüğünden, hayal edildiğinden ve hikaye edildiğinden başlayarak yola çıkmayız. Biz gerçek, etkin insandan başlayarak yola çıkarız ve insanların gerçek hayat süreci temeli üzerinde bu hayat sürecinin yansımalarının ve ideolojik yansımalarının gelişmesini gösteririz" (Marks ve Engels, 1846: 14).

Marks'a göre insan tarihle beraber değişir; kendini geliştirir; kendini dönüştürür; tarihin bir ürünüdür; kendi tarihini kendi yaptığı için, kendisi kendisinin ürünüdür. İnsanlar kendi tarihlerini kendileri yapar, fakat bunu istedikleri şekilde, kendileri tarafından seçilmiş koşullar altında yapmazlar; varolan koşullar altında yaparlar.

Tarihin yapılabilmesi için insanın varolması yanında, yaşayabilecek bir durumda olması gerekir. Bu gereksinme nedeniyle, yaşam her şeyden önce, yeme, içme, giyme, barınak gibi birçok şeyleri zorunlu kılar. Dolayısıyla, ilk tarihsel etkinlik bu gereksinmeleri gidermek için maddi hayatın kendisinin üretilmesidir. Dolayısıyla ilk incelenmesi gereken de budur. İkinci olarak, herhangi bir gereksinme karşılanır karşılanmaz, yani gereksinimi giderme etkinliği ve bir aracın elde edilmesiyle birlikte, yeni gereksinimler ortaya çıkar.

Tarihi gelişmeye giren üçüncü durumda, kendi yaşamını her gün yeniden yaratan insan, etkinliklerle diğer insanları biçimlendirmeye başlar. Bu biçimlendirme anne, baba ve çocuklar arası sosyal ilişkilerle (aile) olur. Sonra, artan gereksinimler ve nüfus yeni toplumsal ilişkiler aile ikinci sıraya düşer. Bireysel ekonominin ortadan kalkmasıyla aile ilişkilerine dayanan üretimin de sonu gelir. Aile veya diğer sosyal ilişkiler "aile kavramı/fikrine" göre değil, ilişkilerin kendisinden elde edilecek dataya göre incelenmelidir.

Marks bu üç toplumsal etkinliğin üç ayrı dönem olmadığını, ilk insandan beri tarihte kendini gösteren insan etkinliklerinin üç "anı" veya üç "yanı" olduğunu belirtir (Marks ve Engels, 1846: 16,17,18,19).

Marks'a göre, şekli ne olursa olsun, toplum insanların karşılıklı etkinliklerinin ürünüdür. İnsanlar isteklerine göre, herhangi bir toplum şeklini seçmede özgür değildir. İnsanın yeteneklerinin gelişmesinin belli bir durumu dikkate alındığında, buna karşılık olan bir ticaret ve tüketim biçimi anlaşılabilir. Belli bir üretim, ticaret ve tüketim gelişme

devresi, yanında ona karşılık bir toplumsal alt yapı, aile, düzen, sınıflar, tek sözcükle sivil toplum getirir. Böyle bir sivil toplum da onun resmi ifadesi olan bir siyasal devlet yaratır (1846:45).

Toplum sadece kişiler topluluğu değildir; bu kişilerin birbirine karşı olan ilişkilerin toplamıdır. Köle ya da yurttaş olma kişiler arası toplumsal bir şekilde belirlenmiş bir ilişkidir. İnsan ancak toplum içinde ve toplum içinden geçerek köledir. Bu, işçi, köylü, kapitalist, bakkal, hırsız, zengin, fakir, ev sahibi ve kiracı için de aynıdır. Yoksul ile zengin, kapitalist ile işçi arasındaki fark ancak toplumsal açıdan vardır. Toplumdaki belli ilişkiler sonucu ortaya çıkan oluşumlar (yoksulluk, zenginlik, işsizlik, evsizlik, açlık), bu belli biçimin değişmesiyle değişir, ortadan kalkmasıyla onlar da kalkar.

Marks toplum değişimini düşüncelerin veya aklın değişiminden geçerek olan bir olgu olarak ele almaz. Marks'a göre, toplum gelişiminin belli bir döneminde, maddi üretim güçleri varolan üretim ilişkileriyle çelişkiye düşer. Bu durum, üretim güçlerinin gelişmesinden dolayı, üretim ilişkilerinin toplumsal değişime engel olmasıyla ortaya çıkar. Toplum Değişimi sonucu bir toplumsal devrim dönemi başlar. Bu devrim boyunca ekonomik temelin değişmesiyle, tüm üstyapı az çok değişir. Hiçbir toplumsal düzen, bu düzen içindeki "bütün üretim güçleri gelişmeden önce yok olmaz ve daha yüksek üretim ilişkilerinin varoluş koşulları, eski toplumun içinde olgunlaşmadan önce asla ortaya çıkmaz. Bu nedenle insan kendini, çözebileceği görevlere ayarlar. Bu görev, çözüm için maddi koşulların varolduğu veya hiç değilse biçimlenme sürecinde olduğu zaman ortaya çıkar. Örneğin burjuva toplumunun içinde gelişen üretim güçleri sınıf düşmanlığının çözümü için maddi koşulları da yaratır (Marks, 1859:52, 53).

Günümüzde egemen ideolojiler şiddet ve savaşa karşıtlığı, barışı, bütünlüğü, birlikteliği işlemeye devam etmektedir. Bu ideolojik sunum yaşanan egemen gerçekleri tersine çevirir: Şiddet, baskı, işkence, savaş iletişiminde bulunabilmek için, bu iletişimi gerçekleştirecek araçlara sahipliği gerektirir. Son yirmi yılda dünyadaki şiddet, savaş, işkencelere bakıldığında, gerçekte şiddeti, savaşı, işkenceyi, baskıyı ve terörü kimin kime karşı kullandığı açıkça görülür. Meşrulaştırılmış şiddeti kullanan egemen güçlerin meşrulaştırılmış savunmaya

geçenleri terörist olarak nitelemesi olağandır. Örneğin, 1970 ve 80'lerin, Arjantin ve El Salvador katliamlarında, vurucu timlere ve devletin gizli örgütlerine katılmayan bütün gençlik terörist olarak temizlenmeye çalışıldı.

Aydınlanma çağı pozitivist bilimin "yaratılış kuramı" egemenliğindeki "karanlık" Ortaçağa son verişiydi. Günümüzün sosyal bilimleri yönetimsel araştırmanın egemenliğinde küresel pazar için çalışmakta; kullanım, tüketim ve gösterişle varlığını ve değerini tanımlayan "bilgiçlik taslayan cehaletin" yaratılması ve sürdürülmesini desteklemektedir. Çağımız, üzerinde demokrasi yazan füzelerin gölgesinde, soğuk ve sıcak terör yoluyla sağlanan katılmayla egemen sahtekarlığın, hırsızlığın ve katilliğin kendini doğru, haklı ve kurtarıcı melek olarak sunduğu, insanlık taslayan ama aslında insanlığını ve insanlık bilincini yitirmiş bir çağdır: Irak'ın kentlerindeki katliamı gören ve tahmin eden, fakat ses çıkartmayan ve çıkartamayan bir çıkar ve korku çağı. Sıra bize de gelecek: Ankara yanarken ve insanlar katledilirken Dünya seyredecek. Bizim şimdi seyrettiğimiz gibi.

20. yüzyılda iletişim ve kitle iletişimiyle ilgili araştırmaların ve kuramsal yaklaşımların bazıları yukarıdaki dünya görüşü çerçevesinde veya ondan önemli ölçüde etkilenerek oluşturulmuştur. Bu oluşumda George Lucas'ın katkısını Gramci'ninki takip etmiştir. Kitle iletişimiyle ilgili olarak yoğun eleştirel tartışma 1920'lerin başında kurulan Frankfurt Okulu tarafından sunulmuştur. Frankfurt okulu kültür endüstrisi eleştirisi geleneğini kurdu. Adorno ve Horkheimer'in kültür eleştirisi çalışmalarıyla 1930'un sonları ve 40'ın başlarında devam etti. Fakat savaş sırasında araştırmalar kesildi ve Frankfurt Okulu geleneği savaş sonrası Almanya ve Amerika'da hız kazanmaya başladı. Aynı dönemde çıkan Gramsci'nin egemenlik, kültür, sınıf ve mücadele anlayışı, 1970'lerde Stuart Hall ve benzeri eleştirel kültürel incelemeciler tarafından Marksist düşünceye değişiklikler getirerek kitle iletişimi incelemelerinde kullanılmaya başlandı.

BÖLÜM V

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI YILLARI:

ANA-AKIMDA TEMELİ ATAN YAKLAŞIMLAR
İLK ALAN ARAŞTIRMALARI
İKİ AŞAMALI AKIŞ

İkinci Dünya Savaşında propagandanın psikolojik etkisi geleneği hem savaş sırasındaki alan araştırmaları hem de laboratuar araştırmalarıyla sürdürüldü. İkinci Dünya Savaşı sonrası soğuk savaşın başlamasıyla, aynı sosyal bilimciler soğuk savaşa yardım yolunda yoğun laboratuar araştırmaları yaptılar. Kısa dalga radyo propagandasının yoğunlaşmasıyla birlikte, bu radyoların (örneğin Radio Free Europe, Voice of America) izleyici araştırmaları yapılmaya başlandı. Bu araştırmaların önde gelen amacı araştırma bulgularına dayanarak etkili propaganda politikaları çizmekti. C. Hovland, A. Inkeles ve M. Janowitz önderliğinde hem savaş sırasında hem de savaş sonrası psikolojik savaş incelemeleri sürdürüldü. Hepsi savaş sırasında propaganda ve istihbarat örgütlerinde görev aldılar. Kişisel tutumlar, tutumların manipülasyonu ve iletişimin etkisi üzerinde laboratuar araştırmalarına eğilen Yale Okulu grubunun psikolojik laboratuar araştırması yönelimi yanında, özellikle 1940'lardan beri ikinci bir yönelim gelişti: Kitle iletişiminin izleyicilere etkisi adı altında izleyici yönelimlerini bulmaya çalışan alan araştırmaları. Bu araştırmalar Paul Lazarsfeld, Joseph T. Klapper, Daniel Lerner, Leo Lowenthal, Lucien Pye, Wilbur Schramm, Bernard Berelson ve Herbert Marcuse grubu tarafında yürütüldü. Marcuse savaştan sonra, grubun yönetim araştırması yönelimini eleştirerek, ayrı bir yöne gitti. Lowenthal toplumun sosyal, siyasal ve teknolojik koşulunu eleştirmede popüler iiteratürü ekleyerek Frankfurt geleneğini devam ettirdi. Lazarsfeld grubunun "yönetimsel araştırma (administrative research)" düşünce yapısının "belli yönde kalıplaşmış karakterini ve anlayış yoksunluğundan muzdarip olduğunu" belirtti (ki grubun önderi olduğu

için bu grubu ondan daha iyi tanıyan olamazdı)[10] Lazarsfeld'in iletişime getirdiği bu araştırma yönelimi Amerikan iletişim yaklaşımlarının ana karakterini çizdi ve günümüzde bu karakter küresel egemenlik kazandı. Lazarsfeld geleneği alan araştırmasına (Survey research) önem verdi ve araştırmalarda izleyici tutum, tercih ve davranışları incelendi. İletişim araştırmaları özel şirketlerin de desteğiyle arttı. Bu artışın ana iki nedeni vardı: savaş iletişiminde etkinlik ve kapitalist endüstriler için pazar araştırması gereğinin artması. Bu bağlamda yapılan incelemeler sadece kitle iletişim programlarının değil, aynı zamanda reklamların etkisiyle ilgili bilgileri bulma amacını taşıyordu.

1940'larda yapılan alan araştırmalarında etkinin doğrudan değil iki kademeli enformasyon akımıyla olduğu bulunmasına rağmen farklı açıklamalarla göz ardı edildi. Araştırmalar sonucu bulunan iki kademeli akış bulgusu sınırlı etki görüşünü getirdi, fakat bu sınırlı etkinin izleyicinin aktifliğinden değil, araya giren iletişim dışı etkenlerden geldiği ileri sürüldü. Pasif izleyici görüşü "kullanımlar ve Doyumlar" yaklaşımının egemen olmasına kadar sürdürmüştür.

ANA YOLDA TEMELİ ATAN YAKLAŞIMLAR

İletişimle ilgili kuramlar aslında Şikago ve Iowa okulu geleneğinin çalışmalarında 1900'un başlarında ortaya çıktı. Fakat "iletişim kuramı" adı taşıyan ve anayol yaklaşımların çerçevesini belirleyen kuram 1940'ların sonunda Claude E. Shannon ve Warren Weaver tarafından "İletişimin Matematiksel Kuramı" olarak ortaya atıldı. Aslında, onlardan daha önce Lasswell tarafından kitle iletişiminin temel anlayış modeli belirlenmişti; fakat yeni kuram gibi sistem tutma, düzeltme ve geliştirmeyi bilimsel olarak ele almıyordu. Bu kuramla klasik uyaran-tepki kuramı iletişim alanında ilişkinin bir anı, tarihten, yer ve zamandan soyutlanarak işlendi. Sonunda 2000'lerde artan yönetimsel araştırmalarla egemenliğini dünya çapında yaygınlaştıran kuramsal bir yapı için temel kuruldu.

---

[10] *Yönetimsel araştırma özel çıkara göre tasarlanmış incelemedir. Şirketler ve kurumlar için yapılan kamu oyu araştırmaları böyledir.*

TEMEL KURAMLAR I: UYARAN-TEPKİ HİPODERMİK İĞNE SİHİRLİ MERMİ TAŞIMA KEMERİ

1940'ların sonlarına kadar kitle iletişiminde egemen olan yaklaşım psikolojiden gelen uyaran-tepki modeline dayanan yaklaşımlar olmuştur. 1940'in başlarında Lazarsfeld grubunun sınırlı etki sonucuna ulaşmasının, kitle iletişim araçlarının güçlü etkisi görüşüne karşı bir tepki olduğu belirtilir. Bu karşı gelinen görüşe çeşitli adlar verilmiştir: Hipodermik iğne, sihirli mermi ve taşıma kemeri.

Uyaran-tepki kuramı, özlüce bir uyarana o uyaranın yüklü olduğu amaç doğrultusunda karşılık vermektir. Örneğin: Ahmet "lütfen kapıyı açar mısın?" diyor ve Hatice gidip kapıyı açıyor. Uyaran-tepki sisteminin çalışmasının mutlaka "o anda" olması gerekmez. Uyaran önceden beyne yerleşmiş ve BEN'liği tanımlayan bir öğe olmuş ise, o uyaranı uyaran herhangi bir diğer uyaran BEN'likteki uyaranın uyanmasını ve BEN'in belli yönde hareket etmesini sağlayabilir. Örneğin, reklamların veya reklamlarda kullanılan müziksel, sözsel veya görsel bir öğenin bize yaptığı etki: Su içmek gereksinimi duyduğumuzda su yerine Pepsi içmemizi sağlayan yerleşmiş uyaranlar böyledir. Toplumsal yaşam sürecinde insan sayısız uyaranlara öğrenilmiş karşıtlıkla cevap verir. Kişinin kendiyle fizyolojik iletişiminde de paralel durumlar olur: Acıkma yemek için; susama su içmek için bir uyarandır.

Hipodermik iğne imajı aynı zamanda tıbbı metafordan çıkarılır ve tıptaki anlamının tam tersi bir anlamda kullanılır; Hipodermik iğne belli bir ilaçtır ve nüfus içinde hasta olanları bulup vurur. Sihirlidir, çünkü bütün insanlara etki yapmaksızın geçer.

Benzer şekilde "sihirli mermi" kalabalığa atılır, dostlara ve tarafsızlara zarar vermeden zikzaklar çizerek gidip düşmanı ya da hedefi bulur. Chaffee (1985) iletişim alanındaki basılı bilginin bu mermi kuramıyla ilgili değerlendirmeleri ve tarihsel gelişimi desteklemediğini belirtir. Örneğin gençler üzerine sinemanın etkisi konusunda 1920'lerin sonunda yapılan inceleme etki modeline dayanıyordu ve sinemanın etkisinin yaş, cinsiyet, tutum, algı, toplumsal çevre, geçmiş deneyler

ve anne baba etkisi gibi etkenlere bağlı olarak değiştiğini bulmuştur. 1930 ve 1940'lardaki hiçbir araştırmada sihirli mermi kuramının güçlü etkisi savunulmamıştır. Gerçi, çoğu kez Lasswell hipodermik iğne modelinin yazarı olarak işaret edilir, fakat Lasswell'in hiçbir yazısında bu yoktur. Uyaran-tepki ve sihirli mermi metaforu siyasal iletişim, propaganda ve psikolojik savaş anlayışına oldukça uyar: Siyasal kampanyada ileti nüfus içinde yayılır; birçok kişide görülebilir bir etki yapmadan geçer; fakat siyasal yönelim arayan belli azınlığın şimdiki gereksinimleriyle iletinin içeriği uyuştuğu zaman etki ortaya çıkar. Kısaca sihirli mermi veya hipodermik iğne gibi kitle iletişimi araştırmalarının önerdiği muazzam etkiye dayanan genel bir kuram yoktur (Chaffee,1985).

Chaffe'nin bu yorumu, Lasswell'in hipodermik iğne sözcüğünü kullanmaması açısından doğrudur. Fakat 20. yüzyılın başlarında Almanya'da ve 1920'lerde Amerika'da örneğin Lippman'ın radyo dinleyicileri ve kamuoyunun davranış yorumu ve Lasswell'in propaganda tekniklerinde etki yorumu bu sözcüğü kullanmaksızın, bu sözcüğün kuramsal çerçevesi içinde yorum yaptıklarını gösterir. Aslında, 1920'ler ve 1930'ların kitle hareketlerinin yoğun olduğu koşullarda, uyarak-tepki modelinin geçerli görünmesi oldukça anlamlıdır. Ayrıca, uyaran-tepki modelini geçersiz ilan etme, modelin geçersizliğinden çok, ideolojik çerçevenin böyle bir ilana olan gereksinmesinden dolayıdır. Aslında, uyaran-tepki modeli herkesin günlük yaşamında bilinçli olarak veya farkında olmaksızın verdiği destekleyici veya karşıt tepkilerde önemli yer alır. Eğer uyaran-tepki modeli geçersiz olsaydı, reklamcıların ve psikolojik savaşçıların amaçlarının gerçekleşme olasılığı yok olurdu veya yoka yakın bir seviyenin ötesine geçemezdi. Aslında sorun, uyaran tepki modeli değil, uyaran tepki modelinde tepkiyi verenin uyaranın istemi yönünde davranmasıyla ilgilidir. Bu ilgi reklam ve propagandada oldukça önemlidir, çünkü uyaranın amacı hedefte istenen düşünce ve davranış kalıplarını oluşturmaktır. Günümüzde reklam, halkla ilişkiler, politika, özlüce bilinç yönetimiyle uğraşanların yapmak istediği budur.

Uyaran-tepki modeli davranışçı psikolojinin, davranışçılar kabullenmese bile, en önemli kavramlarından biridir. İletişimde, ister

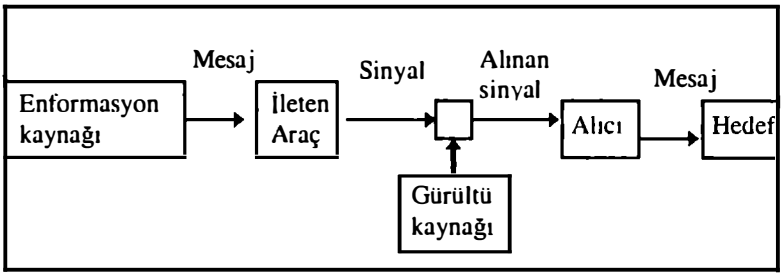
"taşıma kemeri" isterse "sihirli mermi" adlarıyla gelsin, uyaran-tepki kuramı burjuva iletişim kuramının temel taşlarından biridir. Bu kuramın egemenliği 20. yüzyılın ilk yarısına kadar soruşturmasız sürmüştür. Dünden bugüne, uyaran-tepki kuramı ortadan kalkmadı, atılmadı. Laboratuar ve alan araştırmalarıyla uyaran-tepki kişilik ve psikolojik farklar gibi faktörler eklenerek revizyona uğratıldı. Seçimsel/tercihli dikkat ve kullanma, seçimsel algılama, kişi algılama, kavrama uyumu ve uyumsuzluğu (cognitive consonance ve dissonance), seçimsel yaklaşım, uzaklaşma ve kaçınma gibi yeni anlamlandırmalarla açıklanmaya başlandı. Bu psikolojik açıklamaya, sosyo-kültürel faktörler de eklenerek, iletişim sosyolojisi bir adım daha ileri attı. Lazarsfeld ve diğerlerinin 1940'lardaki araştırmalarının sonunda, Uyaran-tepki modelindeki doğrudan etkiye iki kademeli akışla aracı eklendi. Daha sonra aktif izleyici teziyle, uyaran-tepki kuramı baş aşağı çevrildi, karşılık verenin bu karşılığı uyarana göre değil, kendi seçimine göre verdiği ilan edildi. Özlüce, kuramlar ekonomik ve siyasal yapıların ihtiyaçlarına ağırlık verecek biçimde görevsellik yapma biçiminde düzenlenmektedir. Kuram aktif izleyici/tüketici savıyla baş aşağı çevrilirken, izleyicinin/tüketicinin bağımsızlığı ve özgürlüğü ilan edildi ve hatta daha da ileri gidilerek üretimin biçiminin tüketicinin isteklerine göre şekillendiği ileri sürüldü. Böylece, gerekliler yanında gerekliden çok gereksiz ve yararlıdan çok yararsız faydalıdan çok zararlı ürünler ve ilişkiler üreten kapitalist endüstriyel yapı kendini bu üretim biçiminden sorumlu olmaktan azat etti. Şekerin zehir olduğu ortaya çıktığında, Pavlov köpeğine şekeri köpeği istediği için verdiğini söylemeye başladı. Buna kanıt olarak da köpeğin "şeker şeker" diye havlamasını, karnı zil çalarken ağzından şeker diye salyalar akmasını gösterdi.[11]

---

[11] *Dikkat: Pavlov böyle bir şey söylemedi. Bu örnekle daha açıkça bilinç yönetiminden geçerek sosyalleşmenin -koşullanma ve koşullandırılmanın- ne olduğunu ve arzın talebe köle olduğu iddiasının gülünçlüğü anlatılmaya çalışıldı.*

TEMEL KURAM II: ENFORMASYON TEORİSİ [12]

Bell Laboratuarlarından Claude E. Shannon ve Rockefeller Foundation'dan Waren Weaver'in *Matematiksel İletişim Kuramı* (1949) pozitivist-deneyci yaklaşımın temelini oluşturur. Bell telefon araştırma laboratuarlarında iletişim kanallarının (telefon kablosu ve radyo dalgasının) verimli biçimde kullanabilme yollarının aranması çalışması sonucu bu modeli geliştirmişlerdir. İletişimin Matematiksel Kuramı olarak 1949'da yayınlanan Shannon ve Weaver'in modeli tek yönde akan bir çizgisel iletişim süreci karakterine sahiptir (Şekil 1).



Şekil 1. Genel iletişim sisteminin şematik diyagramı (Shannon and Weaver, 1949:7)

Kuramın gelişmesiyle ilgili olarak gizli tutulan bir gerçek vardı: Kuram "cryptography" problemiyle ilgili bir araştırma projesinin bir parçası olarak geliştirilmiştir. Proje sesli ve yazılı mesajların şifrelenmiş bir biçime dönüştürülmesiyle ilişkiliydi. Böylece özel şifreyle kodlanmış mesajları düşman güçleri anlayamayacaklardı (Rogers and Valente, 1993:38-39). Shannon'un çalışması (1948) matematikseldi. Weaver'in açıklaması (1949) sosyal bilimcilerin anlayacağı dildeydi.

Kuramın temeli istatistiksel fizik ve "bilgi kaybı" ile bilgi yoksunluğunu (entropy) 1894'de ilişkilendiren Boltzmann'a kadar geri gider. Dr. Shannon kuramın büyük ölçüde fizikçi Prof. Norbert Wiener'e borçlu olduğunu belirtir. Wiener ise, Shannon'un

[12] *Matematiksel iletişim kuramı; diğer ismi: aktarma (transmission) modeli.*

matematiksel mantık ve devre açıp/kapama üzerine çalışmasından etkilendiğini ve matematiksel kuramın temel yanlarının Shannon tarafından geliştirildiğini belirtir (Shannon & Weaver, 1963:3). Wiener 1950'lerin sonunda basılan kitabında iletişimde sistem kuramını geliştirmiştir. Shannon ve Weaver'e göre iletişim bir beynin (veya bir mekanizmanın) bir başka beyni (veya mekanizmayı) etkileme işlemlerinin tümüdür. Bir mekanizmanın başkasını etkileyebilmesine örnek olarak bir uçağı izleyen ve ilerdeki konumunu hesaplayan otomatik bir mekanizmanın bu uçağı kovalayan füzeye yaptığı etkiyi vermişlerdir. Diğer örnekler yazılı veya sözlü konuşma, müzik, resim, tiyatro, film, televizyon ve bütün insan davranışlarıdır. Bu modelde enformasyon kaynağı istenen bir mesajı/iletiyi mümkün olan diğer mesajlar arasından seçer, ileten araç (verici) bu iletiyi sinyale dönüştürür ve iletişim kanalı (kablo, hava) üzerinde alıcıya iletir. Sözlü konuşmada enformasyon kaynağı beyindir; ileten araç insanın ses mekanizmasıdır (ses çıkarma sistemi); sinyal bu ses sistemin ürettiği sestir; kanal ise sesin gittiği havadır. Alıcı ileten aracın tersine iş görür: alınan sinyali iletiye çevirir, hedefe gönderir. Örneğin konuşmada kulak sistemi, alıcıdır. İletim süreci sırasında sinyale enformasyon kaynağı tarafından yüklenmeyen bazı şeyler eklenebilir. Bunlara "gürültü" denir.

Shannon ve Weaver, iletişim sistemini soyut, sürekli ve karışık sistemler olarak üçe ayırırlar. Soyut sistemde (örneğin telgrafta) ileti ve sinyal birbirini izleyen farklı simgelerden meydana gelir. Telgrafta ileti, birbiri ardı sıra gelen noktalar, çizgiler ve aralıklardan oluşur. Sürekli sistemde ileti ve sinyal radyo ve televizyonda olduğu gibi sürekli değişir. Karışık sistem, örneğin multi-medya kullanan bilgisayar, hem sürekli, hem de soyut sistemin özelliklerini taşır.

Shannon ve Weaver iletişim sisteminde üç düzeyde sorunlar saptamışlardır.

Düzey A: Teknik sorunlar: Mesajlar ne kadar kusursuz olarak gönderilebilir? Shannon ve Weaver bu düzeydeki sorunlarla ayrıntılı olarak ilgilenirler ve benzer sorunların başka düzeylerde de olduğunu belirtirler.

Düzey B: Anlamsal sorunlar: Gönderilen mesajlar istenen anlamı ne kadar doğru taşıdı? Burada ilgi, gönderilen anlam ile alınan anlam arasındaki yakınlık ya da aynılıktır. Sorun teknik araçların taşıyıcılığı ötesinde, bu araçlardan birini kullanarak gönderilen herhangi bir "anlamın" aynı biçimde ya da doyurucu bir yakın anlamla alınıp alınmadığıdır. Bu da doğal olarak Shannon ve Weaver'in deney ve ilgi alanı dışındadır. Onlar için önemli olan anlam değil, şifrelenmiş mesajın aynen deşifre edilmesidir.

Düzey C: Etkililik sorunu: Alınan anlam davranışı ne kadar etkiler? Burada konu hedefte (izleyicide) istenen etkinin ne denli elde edildiğidir. Bu sorun pozitivist-deneyci iletişimciler için çok önemlidir.

Shannon ve Weaver bu üç düzeyin birbirine bağlı olduğunu, A'daki sorunların veya sınırlılıkların kaçınılmaz olarak B ve C'ye de ait olduğunu belirtir.

Shannon ve Weaver iletişim sistemiyle ilgili önemli soruları şöyle sıralarlar:

(a) Enformasyon miktarı nasıl ölçülür?

(b) İletişim kanalının kapasitesi nasıl ölçülür?

(c) Etkili bir kodlama sürecinin özellikleri nedir? Etkili bir kodlamada kanal ne düzeyde enformasyon taşır?

(ç) Gürültünün genel nitelikleri nelerdir? Hedefin aldığı iletinin doğruluğunu gürültü nasıl etkiler? Gürültünün etkileri nasıl en aza indirilir ve ne ölçüde kaldırılabilir?

(d) Gönderilen sinyallerin soyut (harfler, noktalar, çizgiler, aralıklar sırası), sürekli olması (konuşma, müzik) sorunu nasıl etkiler?

Shannon ve Weaver araştırmalarında bu soruları düzey A'da yanıtlamaya çalışmışlardır. Bu çalışmaların sonuçları şöyle özetlenir:

(a) Enformasyon: Bu kuramda enformasyon kavramı "anlam" ile karıştırılmamalıdır. Biri çok "önemli" öteki tamamen "önemsiz" iki ileti enformasyon bakımından tamamen, eşdeğerde olabilir. Shannon bunu, iletişimin anlamsal yanının mühendislik yanı ile ilgisi olmadığını söyleyerek açıklar. Enformasyon kavramı, "anlam" kavramındakinin aksine, tek tek iletilere değil, bütüne uygulanır. Enformasyon olası iletiler arasında seçme özgürlüğüdür. İletilerin sayısı arttıkça seçim özgürlüğünde "olasılık" önemli bir rol oynamaya başlar. İletişim

sürecinde her olasılık bir önce seçilene bağlıdır ve her seçimden sonra bilinirlilik olasılığı çoğalır. Örneğin konuşmamızda kullandığımız herhangi bir tümceyi alalım. İlk sözcükten sonra gelen sözcüğün bilinmesinde olasılık ilk sözcükten daha fazladır, bunu izleyen üçüncü sözcüğün nesne mi, özne mi, sıfat mı, yüklem mi olacağını bilme olasılığı daha da artar ve belli bir noktaya geldiğimizde sonraki sözcüğün ne olduğunu ya da özelliğini biliriz. Özellikle herhangi bir sözcüğü oluşturan harflerin sonuna gelmeden belli durumlarda bu sözcüğün ne olduğunu hemen biliriz. Bu geleceğini bildiğimiz sözcüklerin ya da harflerin olmasına iletişimde "fazlalık" (redundancy), bunun aksine de "yoksunluk" (entropy) denir.

"Fazlalık" iletide geleneksel ve tahmin edilebilir olandır. "Fazlalık" yüksek derecedeki, "yoksunluk" az derecedeki bilinirliliğin sonucudur. "Fazlalık" iletişime sadece yararlı değil, aynı zamanda çok önemlidir (Fiske,1982: 11). (Fakat hangi koşulda neyin fazlalığı ve kimin için soruları sorulduğunda, sonuç farklıdır.)

Kuramsal olarak iletişim "fazlalık" olmadan yapılabilir, fakat uygulamada bu çok az ya da hiç olmayan bir durumdur. Shannon ve Weaver "fazlalığın" kod açımında kusursuzluğa, yanlışları bulmaya yardım ettiğini ve gürültülü bir kanaldaki yetersizliği gidermeye katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir. Buna en basit örnek gürültülü telefon hattında sözlerimizi yinelememizdir. Ayrıca, "fazlalık" "yoksun" bir iletinin yayımında anlamla ilgili sorunların çözümüne de yardım eder.

"Fazlalık" toplumsal ilişkilerde de önemli rol oynar. Birine "merhaba" denildiğinde, bu ileti sıfır enformasyon taşır, tamamen fazlalıktır. Fakat bu "fazlalık" iletişim kanallarını açık tutar ve ilişkiyi devam ettirir. Gerçi "merhaba" demek ilişkiyi geliştirmeyebilir ve değiştirmeyebilir, fakat "merhaba" dememek ilişkiyi zayıflatır.

(b) İletişim kanalının kapasitesi: Kanal ışık dalgası, ses dalgası, radyo dalgası, telefon kablosu gibi sinyalin üzerinde gönderildiği araçtır. Kanalın kapasitesi göndereceği simge bakımından değil, göndereceği enformasyon miktarı bakımından tanımlanır; kapasite, kanalın enformasyon kaynağının ürettiğini gönderebilme yeteneğidir. Eğer kanal "n" sayıda simge gönderebilirse ve her simge "s" enformasyon birimini temsil ederse, bu kanalın kapasitesi *"c"* olur, belli

saniyedeki "ns" birimi olarak tanımlanır; bu da saniyede gönderilen enformasyonun miktarını gösterir. Dolayısıyla kanalın kapasitesi saniyede gönderilen simge sayısı değil, enformasyonun ölçüsüdür. Bu ölçmede saniyede gönderilen ölçü birimi olarak kullanılır.

(c) Kodlama (şifreleme) süreci: İleten araç iletiyi alır ve alıcıya gönderdiği sinyale dönüştürür. Alıcı sinyali alır ve iletiye dönüştürür. Bu süreçte vericinin yaptığı kodlama ve alıcının yaptığı kod açma görevidir. Bazı kanallar sadece belli bir sinyali taşıma kapasitesi ile sınırlıdır ve bazıları farklı sinyalleri taşıyabilirler. Örneğin telgraf sadece noktalar, çizgiler ve boşlukların oluşturduğu şifre sistemini taşıyabilir. Çizgi ve noktalar sıralamasından oluşan sinyalde her defasında boşluk olması zorunludur. Buna karşılık televizyon hem ses, hem de görüntü sinyallerini taşıdığı için daha geniş kapasiteye sahiptir, yani hem ses, hem de görüntü ile üretilen enformasyonları gönderme özelliğine sahiptir.

(ç) Gürültü: Enformasyon kişinin iletiler arasında seçim yapabilme özgürlüğüdür. Bu özgürlük arttıkça, yani enformasyon arttıkça, hangi iletinin seçileceği konusunda belirsizlik artar. Daha çok seçim özgürlüğü, daha çok enformasyon, daha çok belirsizlik birlikte gider. Eğer gürültü ortaya çıkarsa, o zaman alınan ileti belli sapmalara, hatalara sahip olur. Gürültünün etkisi nedeniyle alınan iletide belirsizlik artar; belirsizlik artınca enformasyon da artar, bu durum gürültüyü yararlı bir şey gibi gösterir. Göndericinin seçim özgürlüğünden yükselen belirsizlik istenilen bir şeydir. Fakat hatalar ve gürültünün etkisi nedeniyle yükselen belirsizlik istenmeyen bir şeydir. Kanalda gürültü olduğu zaman fazlalık (örneğin yineleme, örnek verme) gürültüyle savaşa yardım eder. [13]

---

[13] *Gürültü, iletişim politikalarında, gürültünün ve kaynağının saptanmasının yanı sıra ortadan kaldırılması veya azaltılması için de çok önemlidir. Örneğin, dünyada öğrencilerin gösterileri ve işçilerin istekleri toplumsal iletişimde egemen düzen için en önemli "gürültülerden" ikisidir. Birincisi, toplanma ve gösteri yasaları, polis sopası, hapis ve benzeri yollarla; ikincisi, işçi ve işveren ilişkisini düzenleyen yasalarla, işçilerin işten atılmasıyla, lokavtlar ve sendikaların satın alınması ile çözülmeye çalışılır.*

(d) Kuramın genelliği: Shannon ve Weaver'e göre, matematiksel kuram kapsadığı alan açısından genel, uğraştığı sorunlar açısından önemli ve ulaştığı sonuçlar bakımından basitlik ve güce sahiptir. Kuram o denli geniştir ki; kapsamını (yazılı harfler, sözcükler, müzik notaları, konuşulan sözcükler, resim, sanat, senfonik müzik gibi) saymak için uzun listeler yapmak gerekir. Kuramın açıkladığı ilişkiler, her tür iletişim şekline uygulanacak kadar derindir.

Düzey B ve C'de model bazı küçük eklemeleri gerektirebilir. Sinyali iletiye çeviren alıcı ile hedef arasına "anlamsal alıcı" koymayı düşünebiliriz. Buna örnek olarak "iki kademeli akış" modeliyle eklenen "kapı tutucu" kavramını verebiliriz. Bu kapı tutucu sansür eden de olabilir. Bir başka örnek öğretmenin öğrencilere simgeler --fizik, matematik, toplumsal olaylar-- arasında "anlamsal" aracı rolü oynamasıdır. Dikkat edersek, anlamsal aracı aslında araya giren bir yorumcu, açıklayıcı, mesajı alıp yeniden biçimlendirerek bize (sözde) bizim anlayacağımız biçimde sunandır. Bu araya giren alıcı iletiyi ikinci bir kod açmaya tabi tutar.

Aynı şekilde, enformasyon kaynağı ile verici araç arasına "anlamsal gürültü" eklenebilir. Bu da kaynağı ve enformasyonu seçen ve biçimlendirip bir diğerine ileten birden fazla kişi olabilir. Buradaki gürültü "mühendislik gürültüsü", yani araçların fiziksel özelliğinden kaynaklanan bir gürültü değildir. Bu gürültü ideolojik tercihlerle, sansürle, bilgi saklamayla, bilgiyi farklı biçimde şekillendirmeyle gelen psikolojik gürültüdür.

Kodlama ne kadar iyi olursa olsun, kanal çok fazla yüklenirse, yanlışlık ve şaşırma artar, "doğruluk" azalır. Bu nedenle, sadece kanalın değil izleyicinin hedefin kapasitesi de göz önünde bulundurulmalıdır.

Kuramın eleştirisi

Dikkat edilirse, matematiksel iletişim kuramı, iletişimi, iletinin vericiden alıcıya doğrudan aktarılması olarak tanımlar ve bu aktarmanın tamamlanmasının kaynağın iletişimi alıcıya kabul ettirmesi ve istediği yönde uygulatması niteliğine bağlı olduğunu belirtir. Dolayısıyla, enformasyon kuramı makineden makineye olan mesaj akışı dışında ele alınıp insan ilişkisine uygulandığında oldukça baskıcı

ve maniple edici bir karaktere sahiptir. Bu kuram insanlar arasındaki ilişkiyi ve iletişimi enformasyon göndermeye indirger. Bu anlayışın yaygın etkisi nedeniyle özellikle bizim ülkemiz gibi yerlerde hala iletişim mesaj gönderme veya mesaj alışverişi olarak ele alınır. İnsan iletişimi mesajlarla enformasyon göndermenin çok ötesindedir: İletişim insan ilişkilerinin olabilmesinin zorunlu bir koşuludur; örgütlü zaman ve yerlerde insanlar arasındaki hayatı üretim biçimi ve ilişkilerinin anlamlandırılmasından öte, gerçekleştirilmesinin aracıdır. İletişim enformasyon gönderme, bilgi transfer etme, fikrini bildirme, anlam iletme ile tanımlanan "taşıma" nosyonuyla ifade edilirse, iletişim gerçeği büyük ölçüde kaybolur ve onun yerini hunhar bir egemenliğin meşrulaştırılması alır.[14] Sorun alıcının sadece mesajı alan ve deneni anlamaya çalışan pasif konumunda değil, fakat bu modelin kurduğu dünyada alıcı pasif olarak mesajın istediğini anlama yerine, aktif olarak mesajın yüklü anlamını yeniden inşa etse bile, gene de sorun çözülmüş olmuyor. Çünkü modelle kurulan dünyada "tepki" yok; tepkiye yer verilmemiş. Modele Schramm ve diğerleri tarafından geribesleme kavramının eklenmesiyle de sorun çözülmemektedir. Çünkü model hala tek yönlüdür; Hala bir egemen gönderen ve bir de ona uygun geri-besleme (feedback) vermesi gereken alıcı vardır. Bu tür kuram, iletişimi bir telgrafla, e-posta ile bir mesaj göndermeye indirgeyen tanımda doğrudur. Fakat bir telgrafla veya e-posta ile bir mesaj gönderme iletişimin kendisi değildir: Telgrafı gönderen ile alan arasında tarihsel ve duygusal bir bağlam vardır. İki kişi arasındaki bu geçmişten gelen bağlam koşulunda, telgrafla teknolojik bağlamla iletilen bir mesaj, bir ilişkisel sürekliliğin sadece bir anıdır. Burada telgraf ve mesaj bu andaki ilişkiyle bağıntılı bir parçadır. Bütün değil.

Model kitle iletişimine oldukça uygundur. Çünkü kitle iletişimi tek yönlü bir akışa sahiptir. Bu süreci "demokratik olarak" niteleyenler gecikmiş geri besleme olasılıklarını gerçek olarak ele alıp, kitle iletişimini demokratik bir yapı ve ilişki olarak nitelerler. Bu bağlamda bile bakılsa, "olasılık" ile "olan" karşılaştırıldığında, kitle iletişimi bu modelin yansıttığı tek yönlü bir akışı temsil eder.

---

[14] *İletişimin ayrıntılı tartışması için bknz Erdoğan, 2002/2005.*

Shannon ve Weaver'ın enformasyon teorisini insan iletişimine uyguladığımızda, Seviye A'daki sorunu çözdüğümüzde (mesajı kusursuz bir şekilde biçimlendirip gönderdiğimizde ve bu kusursuz bir şekilde alındığında), yani teknik sel gürültüyü ortadan kaldırdığımızda, diğer seviyelerdeki sorunlar otomatik olarak çözüleceği düşünülür. Bu nedenle, etki araştırmalarının önemli bir kısmı "mesaj hazırlama" üzerinde durmuş, okullarda etkili mesaj hazırlama dersleri verilmiş ve mesajın iyi hazırlanırsa alıcı tarafından doğru algılanacağı, dolayısıyla istenen etkiyi çıkartacağı düşünülmüştür. Bu ciddi bir hatadır.

İnsanlar arasındaki günlük ilişkilere baktığımızda, bu kuramın doğrusal/çizgisel modeli (yani gönderen, mesaj, alıcı sıralaması) geçerliliğini belli ilişkiler ötesinde yitirir. Örneğin orduda çavuş ile er arasındaki ilişkinin bir anına bakıldığında, kuramın oldukça uyduğunu görürüz. Bu tür bağlamda, Shannon ve Weaver modeli (feedback ekiyle) uyaran-tepki kuramıyla örtüşmektedir. Fakat mutlak veya ücretli kölelik ilişkilerinin olmadığı koşullarda, örneğin iki arkadaş arasındaki ilişkide, bu kuram geçerliliğini yitirir. Çünkü iletişimi sadece mesaj gönderme ve almaya indirgesek bile, bu durumda her iki taraf da sürekli hem gönderici hem de alıcı olmaktadır. Dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta: Dolayısıyla, bir ilişkiyi tek yönlü veya iki yönlü yapan koşul gönderen-mesaj-alıcı-geri besleme olması değil, hatta bazı koşullar dışında mesaj akışının yönü değil, gönderen ve alıcı arasındaki ilişkinin dinamik yapısıdır. Bu yapıda güç dengesi bir tarafa kaydıkça, iletişimde karşılıklılığın doğası uyma ve boyun sunmaya, dolayısıyla "gönderenin" egemenliği biçimine dönüşür.

Enformasyon ile anlamın karıştırılmaması gerektiğini belirten Shannon anlamla ilişkili konunun onları ilgilendirmediği belirtilmektedir. Fakat bu modeli insanlar arası iletişime taşıdığımızda, bu konuyla ilgilenmek zorundayız. Sonradan geri besleme (feedback) ve ileri beslemelerin (feedforward) eklendiği modellerde, mesajla mesajın ilişkideki anlamı arasında bir fark yoktur. Aslında, mesaj sadece sözlerin veya görüntülerin olduğu nesnel somutluğu ifade etmez. Gönderen kişi mesaja kendince kendi tarihini ve amacını koyar. Fakat alıcının da kendi tarihi ve amacı vardır. Hatta gönderen ile alıcı arasında belli zaman ve yerde başlayıp kurulan ortak bir tarih olabilir.

Dolayısıyla, gönderilen mesajla alınan mesajın aynı olma olasılığı iki taraf arasındaki düşüncelerin, duyguların, beklentilerin, amaçların ne denli örtüştüğüne bağlıdır. Yukarıdaki değerlendirmeden açıkça anlaşılabileceği gibi, model şimdi ve şimdiye getirilen ve şimdiyi kuran geçmiş tarihsel bağlamlardan yoksundur.

Bu ve buna bağlı geliştirilmiş modellerde iletişim göndericinin başlattığı amaçlı bir girişim olarak ele alınır. Dolayısıyla göndericinin egemenliğindeki bu modeli gerçek hayatla karşılaştırırsak, bunun her zaman doğru olmadığı ortaya çıkar. Göndericiden onun farkında olmadığı (duruşuyla, konuşma biçimiyle, özlüce sözsüz iletişimle), istemi dışı, planlamadığı, amacı dışında mesajlar alınır ve değerlendirilir. Gönderenden alıcı gönderenin aklından geçmeyen, düşünmediği mesajlar alır: Alıcı aktif değerlendirici olur. Bu model iletişimi ilişkide tarafların aktif olarak katıldığı amaçlı girişimle olduğunu ihmal etmektedir. Dolayısıyla gönderen veya alıcı metaforlarıyla konuşursak, her ikisinin de amaçlamadıkları mesajlar göndermesi, iletişimde amaçsızlığın varlığını anlatmaz. Tam aksine, bir amacın değil, amaçlarla ve kültürel bağlamlarla, duygularla, beklentilerle gelen bir mesaj değil, birçok mesajların değerlendirildiği; bu mesajların o an olması zorunluluğu olmadığı gerçeğini öne çıkartır. İletişimde amaç değil amaçlar ve amaçlara bağlı sayısız değerlendirme faktörleri rol oynamaktadır.

Bu modele göre iletişim enformasyon yaymadır. Model enformasyonu fiziksel nesne taşıma metaforu olarak ele alır. İnsan iletişimini mesaj iletmeye indirger. Alıcı diye insanlar hedef tahtası pozisyonuna yerleştirilir: İyi atarsan vurursun. Modelde alıcıya karşılık verme olasılığı verilmemiş (geri-iletişim yok), dolayısıyla ilişki de yok. Kuram iletişimin amacını sadece mesajı gönderenin amacıyla sınırlıyor; böylece alıcıyı bir amaç için hedef durumuna koyuyor. İletişim sorunu "gürültüyü giderme" ve gönderilen mesajla alınan mesaj arasında farklılığı ortadan kaldırma içine sınırlanıyor.

TEMEL KURAM III: LASSWELL'İN FORMÜLÜ

Genel iletişim süreci için temel kuram olarak benimsenen enformasyon kuramı, iletişim araştırmalarıyla ilgili süreçlerde Lasswell'in formülüyle birleştirilerek kullanılmıştır; çünkü iki kuram da aynı dünya görüşünün ve entelektüel çevrenin tamamlayıcı ürünleridir.

Harold D. Lasswell'in iletişim alanına katkıları "Kim, neyi, hangi kanaldan, kime, hangi etkiyle söyler" formülü ile ortaya çıkar (Tablo 1).

Tablo 1. İki modelin karşılaştırılması

Lasswell (1936)	Lasswell (1948)	Shannon & Weaver (1949)
Kim	Kim	Kaynak
Neyi	Neyi	İleti/mesaj
Ne zaman	Hangi kanaldan	Verici, kanal
Nasıl	Kime	Hedef
Elde eder	Hangi etkiyle söyler	İletişimdeki sorunlar

1948'de L. Bryson'un editörlüğünü yaptığı *The Communication Of Ideas* adlı eserinde önerdiği bu formül, Lasswell'in aslında 1936'da siyaset biliminin temel sorusu olarak ortaya attığı "Kim, neyi, ne zaman, nasıl elde eder" paradigmasının kitle iletişim alanına uyarlanmasıdır. Bu, Shannon ve Weaver'in geliştirdikleri modelle paralellik gösterir. Lasswell'in iletişim sürecini böylesine bir ayırıma uğratması iletişim araştırmalarını da etkilemiş; araştırmalar enformasyon kuramındaki modelle desteklenen Lasswell'in formülündeki sorulan sorulara yanıt bulmaya yönelmiştir. Bu yönelim elbette anayol sosyal bilim görüşüne uyduğu için seçilmiştir.

Kim (Gönderen/ileten): "Kim" sorusu ile ilgili araştırmalar göndericinin toplumsal ve kişisel özellikleri, izleyici gözünde önemi ve güvenirliliği ve kaynağın inanırlılığı gibi konular üzerinde durmuştur.

Ne (İleti/mesaj): İletiyle ilgili ilk çalışmalar içeriğin sınıflandırılması ve etkisi üzerinde durmuştur. Özellikle laboratuar araştırmaları, iletinin istenilen etkiyi ortaya çıkartmadaki yapısal nitelikleriyle uğraşmıştır.

Örneğin, korku içeriğinin derecesinin, karşı görüşün sunulup sunulmamasının; sunulursa önce mi yoksa sonra mı sunulmasının; sonucu belirtme ya da dinleyiciye bırakmanın izleyiciye yaptığı etkiler incelenmiştir. Daha sonraları, dilbilimcileri "metin" çözümlemesi ile iletinin ortak kültürel etkinliklerle ilişkisine eğilmişlerdir.

Kanal (teknolojik araç): Kanalla ilgili ilk araştırmalar endekslemeyi ve sınıflandırmayı kapsar. Araç sayısı, üretim, dağıtım ve tüketim ile ilgili istatistikler. Buna en iyi örnek Unesco'nun 1951 ve 1960'ta iletişim araçlarıyla ilgili dünya düzeyinde çalışmalarıdır. Öteki araştırmalar, kanalla izleyiciler arasındaki kullanışla ilgili karşılaştırmalı istatistikleri getirmiştir. Pozitivist-deneyci aydınların çoğu kanalın teknolojik araç olarak, özellikle basın ve yayının gelişmesiyle, toplum yaşamına çok önemli etkilerde bulunduğunu: öne sürmüşlerdir.

Etki: İletişimin, özellikle iletinin etkisi konusu pozitivist-deneyci araştırmacıların üzerinde en yoğun durduğu temel konu olmuştur. Bu ilk temel modellerde etki pasif izleyici anlayışıyla ele alınır. Shannon ve Weaver Modelinde "hedef" iletişim sürecinde "etkilenmesi istenen" öğedir. Modele göre, hedefe istenen etkinin yapılabilmesi öteki öğelerle (kaynak, kanal, ileti, verici ve alıcı araçlarla) ilgili Shannon ve Weaver'in üzerinde durdukları sorunları çözmeye bağlıdır.

Etki izleyicide iletişim sürecindeki öğeler tarafından oluşturulan, gözlenebilir ve ölçülebilir değişim olarak tanımlanır. Bu öğelerden her birinde yapılacak herhangi bir değişim etkide de değişiklik yapar. Kitle iletişim araştırmalarının çoğu Lasswell'in modelini kullanmıştır. Bu egemenlik başka ülkeleri de etkilemiştir. Örneğin, Fransa'da 1960'lara kadar Lasswell'in modeli Fransız bilim çevresinde kullanılmış, hiç kimse bu modeli ciddi biçimde tartışmamıştır (Balle, 1983/1996:146).

Bu model, tek anlam kaynağının ileti göndericide olduğunu belirtir. İzleyiciler enformasyonun ve davranış değişikliğinin pasif alıcıları olarak nitelenir. Modelde kaynak veya gönderenin iletisi "neden" ve davranış değişikliği "etki" olarak belirlenir (Carey'e göre 1981).

Propaganda, reklam, kitle kampanyası, geri kalmış bölgelerin modernleşmesi ve insan etkinliklerinin sosyolojik ve psikolojik etkileri üzerinde oynayarak diğer "etki elde etme" şekilleri hakkında

araştırmalar, özellikle 1960'lara kadar olanlar, bu yaklaşıma konudur (White, 1983:293.)

Lasswel'in formülünde, sosyal yapı ve makro-sosyolojik, siyasal ve ekonomik ortam ve koşullar, insan tarihi ve toplumu yer alamaz.

Bu kuramlar çerçevesinde, 1940'larla Amerikan iletişim bilimi (a) alan araştırmalarında sınırlı etki ve (b) laboratuar araştırmalarında "kavrama uyumu ve kavrama uyumsuzluğu, seçimsel izleme/kullanım, seçimsel algılama ve seçimsel hatırlama (selective perception, selective exposure, selective retention) ile aktif izleyici çerçevesinde gelişmeye başladı.

İLK ALAN ARAŞTIRMALARI VE İKİ AŞAMALI AKIŞ

İlk alan araştırmaları akademik iletişim çevresine iki önemli kuramsal kavram getirmiştir. Bunlar "iki aşamalı enformasyon ve etki akışı" ile "sınırlı etki" tezidir.

Colombia Üniversitesinin Katz, Berelson ve Lazarsfeld'in önderliğinde 1950'lerin ortalarına kadar yapılan "etki" ile ilgili alan araştırmalarının sonucunda, enformasyonun aktarılması ve tutumların değişmesinde kişiler arası ilişkilerden doğan etkinin geniş bir rol oynadığı ve kitle iletişim araçlarının doğrudan rolünün sınırlı olduğu saptandı. Bunun yanında, Yale Üniversitesinin önderlik ettiği laboratuar araştırmalarında Shannon Weaver Modelini destekleyen sonuçlar elde edildi. Alan araştırmalarının bulguları sonucu "iki basamaklı akış (two step flow)," "fikir önderliği" ve "kapı tutucu" (gatekeeper) kavramları ortaya çıktı. Gatekeeper "eşik bekçisi" kavramından daha farklıdır: Bekçi edilgendir, çünkü efendisinin ona verdiği talimata göre görevini yerine getirir; kimi içeri alacağı veya almayacağına bekçi karar vermez; o sadece emir kuludur. Kapı tutucu kavramında ise, kendi karar verdiği için etkenlik ve kendi-karar verdiğini sandığı için dolaylı edilgenlik vardır.

"Kapı tutucular" kişiler arası iletişim sistemlerini "dışarıdaki bir şeye" bağlayan kişiler olarak nitelenir. Kapı tutuculuğun anlamı bir kanalın stratejik bir kısmını kontrol etmektir. Bu kanal bilgi ya da mal akımı için olabilir. Denetim yoluyla bu kanaldan akanın gruba ulaşıp ulaşmayacağı konusunda karar verir (Berelson ve Katz,1955:119). Bir

yazı işleri sorumlusu, bir yayımcı belli bir konuya yer verip diğerini basmamaya karar verebilir, fakat bunu yapmakla okuyucusunu otomatik olarak ne okumaya, ne de inanmaya zorlamaz. Dolayısıyla, "kapı tutucu" işlevinin ve koşulların özelliklerine göre farklılaşan derecede etkili olabilir.

Kapı tutucu kavramı ilk kez 1950'de White tarafından telgraf editörünün çeşitli haber servislerinin gönderdiği haberler arasından basın için bir kaçını seçmesini tanımlamada kullanılmıştır. Kapı tutuculuk, yani haber seçme etkinliği sayısız araştırmalara konu olmuştur. Bunun nedeni özellikle örgütsel seçme ve nesnel habercilik konusunu içermesinden dolayıdır. Haber kapı tutucusu uygun ve yeterli hammadde akımı, dağıtımı ve işlenmesi için, garanti eden toplama ve süzme ajanları olarak hareket eden birçok kapı tutucudan biridir. Benzer görevler görenlere örnek olarak artist ve sanat acentaları, halkla ilişkiler danışmanları, yayınevleri, film ve tiyatro yapımcıları verilebilir. Ayrıca haber akımı sürecinde kapı tutucu tek bir yerde yerleşmemiştir. Aksine hemen her önemli adımda kapı tutucular görürüz. Bunlar hem haber ajansları editöründen önce, hem de sonra yer alırlar ve haberin seçildiği alandan, alan da habercilerin ilişki kurduğu "haber kaynaklarından", haber servisine, oradan bu servisi kullanan haber örgütlerine ve sonunda haberin "halka" gönderilmesine kadar olan geniş alanda yer tutarlar. Bu kapı tutucular yoluyla çeşitli safhalarda kaynak ve enformasyon seçme ve süzme işlevi yapılır. Bu işlev sırasında kapı tutucuların belli alışılmış yerlerden (siyasal örgütler, parlamento, havaalanları, hastaneler, mahkemeler gibi) ve belli kimselerden (siyaset adamları, siyasal ve ekonomik örgütlerin sözcüleri, polis gibi) faydalanması bize haberlerin yanlı olduğu izlenimini verir. Fakat bu süreç ve kapı tutucuların rolü, pozitivist-deneyci aydınlar tarafından, karmaşık ve birbirine girmiş olayları düzene sokarak nesnel bir şekilde iletme olarak sunulur. Yani kapı tutucuların pratiği profesyonel sorumluluk taşıyan bir etkinliktir. Gerçekte, "belli bir yöne meyil" sadece kapı tutucuların standartlaşmış etkinliklerinden değil, bu etkinlikleri belirleyen kültürel, ekonomik ve ideolojik yapının özelliklerinden ortaya çıkar. Örneğin izleyici talebi diye nitelenen reklamcı pazar ekonomisinin getirdiği en aşağı

düzeydeki etkenlere göre, içeriği hazırlamak (cinayet haberleri, fantezi, polis olayları, kısaca her gün gördüğümüz filmler ve yorumlar); herhangi bir önemli çelişki durumu yaratacak içerikten kaçınıp orta yolu getirmek; eğer çelişkili bir konu işlenmek gereği olursa, sunulan çelişkili içerikte sistemin ana değerlerine ve yapısına yönelen bir çatışma durumunu asla yaratmamaya dikkat etmek bunu anlatır.

İki basamaklı akış modeline göre enformasyon ve etki iki basamak sürecinden geçerek oluşur, yani kanaat önderinden grubun üyesine geçer. Kanaat önderi grubun dünya görüşüne göre iletişimi biçimlendirerek ve saygı duyulan bir önder, dolayısıyla güvenilir kaynak olarak, etkide bulunur. Kanaat önderi iletişimde en önemli rol oynayan grup üyesi olarak düşünülebilir. Kanaat önderlerini geleneksel güç sahipleri ile bir tutmamalıdır. Bu önderler her mesleki grup ve her sosyo-ekonomik düzeyde bulunabilirler. Kanaat önderleri kitle iletişim araçlarını önder olmayanlardan daha çok kullanırlar; konumları ile ilgili iletişim içeriğini seyreder, okur ve dinlerler. Siyasi önder ise siyasi konuları; eğitici önder ise eğitici konuları; ekonomik hayatla ilgili bir önder ise, ekonomik konuyu izler ve iletir. Popüler düşünce kanaat önderliğini yüksek statüyle eşleştirmiştir ve etki sürecine özellikle yüksek statüden veya yüksek prestij düzeyinden aşağı doğru hareket eden dikey bir süreç olarak düşünmüştür. Alan araştırması bulgularına göre, kanaat önderleri her statü düzeyinde vardır ve her düzeydeki kimseler arasında bulunabilir (Berelson ve Katz,1955: 325).

Berelson ve Katz'ın açıklamalarına göre, kapı tutucu ve kanaat önderleri birbirinden ayrı kavramlardır. Kapı tutucular kitle iletişiminde gönderici araçtan önce, kanaat önderleri alıcı araçtan sonra yer alır; her ikisi de etkinin sağlanmasında hem seçici, hem de yorumcu rolünü oynarlar. Shannon Weaver modelindeki "anlamsal alıcı" fikir önderi ve Westley McLean modelindeki "kanal" kapı tutuculuk rolü oynar. Görüldüğü gibi oynadıkları rol bakımından temelde ikisi arasında bir fark yoktur. İkisi de aynı anda kanaat önderi ve kapı tutucudur. Fark iletişim sürecinde tuttukları yerde, dolayısıyla sahip oldukları farklı güçte ortaya çıkar. Kanaat önderleri izleyicilerle yüz yüze iletişim içindedir. Kapı tutucu ve izleyicilerin konumu farklıdır; bu farkı

gönderici ve alıcı cihazlar gidermeye çalışırlar. Sonuç olarak kapı tutucu, "iletici" ve "izleyici alıcı" rolü oynar. Kanaat önderleri alıcının iletiyi alıp ileticinin istediği yönde (ya da aksi yönde) göstermesinde etken olan öğedir.

İki basamaklı akış savı çelişkili sonuçlar veren araştırmalarla tekrar tekrar denenmiştir. Klapper (1960, 1963) bu araştırmaları inceledikten sonra genel olarak o zaman kabul edilen şu sonuca varmıştır: Kitle iletişim araçlarının doğrudan etkide bulunması pek seyrek görülür; kişiler arası süreçlerle ya da değişime yatkın tutumlar var olduğu zaman değişim sürecine etki ederler, başka zamanlar var olan tutumları ve toplumsal konumu desteklerler (1963:70). Bu sonuçtan "sınırlı/zayıf etki" görüşü ortaya çıkmıştır: Zayıf etki genel olarak var olan değerleri, tutumları ve toplumsal yapıyı desteklemedeki güçlü rolü bir kenara itmiştir. Zayıf etkiyi sadece tutumları aksi yönde değiştirmede kullanma yerine, sürecin tümüne genelleştirmişlerdir.

Neumann (1983) zayıf etki savı gücünün 1960'ın ortalarında kırılmaya başladığını ve bugün araştırmacıların çoğunun kitle iletişim araçlarının kişilerin gerçeği kavramalarında önemli bir etkiye sahip olduğunu kabul ettiğini ileri sürmüştür. Neumann'a göre, Klapper, Berelson ve Steiner tarafından belirtilen "aracı etkenler" hala geçerli ve uygundur. Fakat bu kez kitle iletişim araçlarının etkisizliğini değil, etki gücünü açıklarlar. Güçlü etki buluşuyla gelen araştırmacılar kitle iletişimi profesyonelleriyle çatışmaya girer, çünkü böyle bir sonuç profesyonellerin "kendilerini nesnel olarak görme" (daha doğrusu öyle satma) inançlarına aykırıdır. Walter Lippman'dan beri, tutumların algı ve kavramayı etkilediği pozitivist-deneyci kuramın yöntemleriyle gösterilmiştir. Buna karşı, kitle iletişimi profesyonelleri algılamanın genel koşullarının kendileri için geçerli olmadığında ısrar ederler.

Zayıf etki savıyla gelen kitle iletişim araçlarının güçsüzlüğü düşüncesi ve profesyonelin "nesnelliği" iddiaları nedeniyle, ideolojik taraflılık ve meşruluk konuları üzerinde durmak gerekir. Zayıf veya sınırlı etki savı kitle iletişim araçları endüstrisi için aslında bulunmaz bir nimetti: Çünkü sorun ve çözümü kitle iletişim aracında değil, araya giren etkenler olarak gösterilen toplumdaydı (Lang, 1983:135)

BÖLÜM VI

1950'LER:
POZİTİVİST DENEYCİLİĞİN İLETİŞİMDE EGEMENLİĞİ

Dünyada 1950'ler bağımsızlık savaşlarının hızlandığı, Amerika'nın Dünyada eski sömürgecilerin boşalttıkları yerleri doldurması ve soğuk savaş döneminin başladığı yıllar oldu.

1950'lerde Amerika'da Konuşma (speech) Bölümleri Aristo'dan başlayarak retorik, prensipleri, iknacı iletişim, etik gibi geleneksel yönelimlerine devam ettiler. Geleneksel ve tarihsel-eleştirel metin analizi retorikçilerinin yanında yeni nesil deneyci yönelimli iletişimciler çıkmaya başladı. Bir grup American Speech Association cemiyetine alternatif olarak 1950'de International Communication Association cemiyetini kurdular. Pozitivist-deneyci okul, Lasswell'in formülu, Schramm ve Weaver'in modeli, davranışçı okulun dengeye dayanan sosyal-psikolojik modellerin kurduğu temeller üzerinde geri-beslemeyi katarak kısa zamanda egemen olacak anayolunu oluşturdular. Speech Communication bölümleri ve okulları içinde hızla geliştiler.

1950'nin başında Uyaran-Tepki kuramının geçerliliği John Riley ve Leonard Cottrel tarafından eleştirildi ve iletişimi ve psikolojik savaşta kullanımını anlamak için uyaran-tepki kuramı yerine uluslararası bir model kurulması gereği öne sürüldü. Çok daha önce 1944'de Paul Lazarsfeld grubu *"People's Choice"* (Halkın Tercihi) araştırmasında etkinin doğrudan olmadığını bulmuşlardı. Berelson 1949'da etkinin belli koşullarda belli kişiler üzerinde belli etkiler ürettiğini belirtti. Benzer biçimde, Lazarsfeld ve Katz'ın (1955) 1945'deki verilerle yaptığı incelemede kitle iletişiminde "iki adım/kademeli akım" olduğu ve etkinin fikir liderlerinden geçerek belirlendiği bulundu. Bu bulgularla iletişim sosyologları bir yöne giderken, psikologlar laboratuar araştırmalarıyla Lasswel'in propaganda ve soğuk savaş geleneğine bağlı kaldılar. Amerikan iletişim psikologları ve sosyal psikologları, aynı psikolojik anlayışla hareket eden alan araştırmacılarının egemen alan anket yöntemi yerine, önce ve sonraki etkiyi saptamaya çalışan

laboratuar araştırmalarına 1950'lerde de devam ettiler. Üniversitelerde insan tutum ve davranışlarını inceleyen laboratuar ve alan araştırmaları arttı. Özel teşebbüsün ve devletin iletişim araştırmalarına ve iletişim teknolojilerine yatırımları çoğaldı. Bu yardımların çoğunu IBM gibi büyük şirketler aldılar. İçeride kitle üretim endüstrileri ve reklamcılık endüstrisinin etkinliğine, siyasal politikaların ve kamu yönetiminin gelişmesine; uluslararasında Soğuk Savaşı desteklemeye yardım için, örneğin, Yale grubu laboratuar araştırmalarına devam etti.

Kısa dalga radyo yayınlarıyla 1950'lerde uluslararası radyo savaşı başladı. Radyo ile Soğuk Savaş propagandası uluslararası iletişim kavramını ortaya çıkardı. Okullarda uluslararası iletişim dersleri verilmeye başlandı. Schramm, Lazarsfeld ve Klapper önderliğinde radyo propagandası ve uluslararası izleyici ve etki araştırmaları başlatıldı (Mattelart, 1994). 1950'nin sonunda, uluslararası iletişime kültürel ilişki ve kültürel temas eklendi. Kültürel ilişkide diğer kültürü anlayıp maniple edemedikleri için Amerikan iş adamlarını beceriksizlikle ve bilgisizlikle suçlayan 1960'da "Çirkin Amerikalı" yapıtı katıldı. Alan araştırmaları nüfus kontrolü, modernleşme ve kalkınma çerçeveleri içinde ABD dışına Asya ve Afrika'ya taşındı: Alan araştırmaları Soğuk Savaş ve ideolojik egemenlik amaçlarıyla bilgi toplama ve değerlendirmede kullanılmaya başlandı. İkinci Dünya Savaşı sırasında savaş propagandası ve araştırması yapan aydınlar, savaş sonrası soğuk savaş mücadelesinde Amerikan devletinin gayri resmi propaganda ajanları olarak çalışmalarını sivil alanda devam ettirdiler. Schramm Amerikan federal devlet kurumlarıyla ilişkisine devam etti; Pool Amerikan Savunma Bakanlığı'nın ateşli sözcülüğünü yaptı. Lerner entelektüel akademik araştırması ve girişimleriyle bunlara katkıda bulundu. Kısaca, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, iletişim ve modernleşme (kalkınma) faaliyetleri, Amerikan dış politikasının gerçekleştirilmesi ve güçlendirilmesinde rol oynayan güdümlü akademik bir alan oldu.

1950'ler sona erdiğinde, yoğun laboratuar ve alan araştırmaları sonucu yapılacak her şeyin yapıldığı ve bulunacak her şeyin bulunduğu fikri (Berelson) ortaya çıktı. Bu çıkmaz sadece iletişimin

çıkmazı değil, Batı sosyolojisinin organizma ve denge kuramının çıkmaza girişinin bir diğer yansımasıydı.

1950'lerde Soğuk Savaşı destekleyen kişilerin kitapları ideoloji transferinin parçası yapıldı. Schramm'ın USIA (Amerika Enformasyon Agency) için yaptığı inceleme sonucu olan *Kitle İletişiminin Süreç ve Etkileri* kitabı (1954); Amerika'nın Sesi radyosundaki radyo konuşmaları serisinden alınarak basılan *insan İletişimi Bilimi* (1963), 1949'daki *Kitle İletişimi,* Siebert ve diğerlerinin *Basının Dört Kuramı* (1954), Lerner'in *Geleneksel Toplumun Geçişi* (1958) hem Amerika'da tekrar tekrar basıldı hem de bütün dünyaya yayıldı.

1950'lerin sonunda iletişimin sosyolojik açıklaması ve bunun egemen sisteme bağlanması gereği ortaya çıktı. Bu da 1960'ların başlarında, iletişimin sosyolojik açıklamalarını getirdi. Fakat sosyo-psikolojik kuramlar sosyolojik kuramlarda da egemenlik kurdular.

SOSYO-PSİKOLOJİK KURAMLAR

1950'lerde davranışçı okul iletişimde yaygın deneysel/ampirik araştırmalarla sınanan çeşitli modellerle geldiler. Araştırmalar hem bu modellerin hem de bu modellere bağımlı olarak gelen hipotezlerin laboratuar deneyleriyle uğraştı. Bu modeller Festinger'in bilişsel uyumsuzluk ve bilişsel karmaşıklık yaklaşımına dayanır.[15] Bu yaklaşım da psikolojik denge (homeostasis) kuramından, o da mikrobiyolojiden çıkartılmıştır. Denge kuramının özel biçimleri olan bu modellere göre, dengesizlik veya uyumsuzlukla veya "çatışmayla" karşılaşan sistem (insan), örneğin kaçış, reddetme, seçimli kavrama, unutma ve hatırlama gibi çeşitli mekanizmalar kullanarak dengeyi sürdürür.

Bu modellere, bağımsızlık savaşları ve Vietnam deneyinin getirdiği yeni yorumlarla sonradan "çatışma" unsuru eklenmek zorunda kalındı. Bu "çatışma" elbette Marksist anlamda çatışma değildir; Bireysel isteklerin ve çıkarların çatışmasıdır. 1970'ler ve 80'lerde bu "çatışma" unsuruna "barışçıl yolla çatışma çözümü yönetimi" getirildi. Bütün çabalar, düzenin dengesini gerekirse tavizler vererek, "karşıtı" entegre ederek veya pasifleştirerek sürdürmeyi amaçlamaktadır.

---

[15] *Cognitive dissonance ve cognitive compexity*

Denge yaklaşımlarıyla uyum içinde olan Skinner'in "davranışçılık", G. Homans'ın "takas davranışçılığı" ve P. Blau'nun "takas yapısalcılığı" yaklaşımları iletişim kuram ve araştırmalarında da egemen olmuştur. Bu yaklaşımların temeli A. Smith, D. Ricardo, J. S. Mill ve J. Bentham'ın "faydacılık" görüşünde bulunabilir: Kişiler özgür ve rekabetçi pazarda, başkalarıyla olan alışveriş veya karşılıklı etkinliklerinde maddi çıkarlarını artırma peşinde koşarlar. Skinner'in davranışçılık yaklaşımında, klasik kapitalist iktisatçıların faydacılık görüşünde kullandıkları kavramlar insanın davranışlarını açıklamada kullanılan kavramlarla değiştirilmiştir: Fayda = Ödül; Mal oluş = Eziyet/ceza olmuştur.

Davranışçılıkla makro sosyolojik açıklamadan sosyal-sosyolojik açıklamanın egemen olduğu mikro-sosyolojik açıklamaya geçilmiştir. Bu yaklaşımlar şu temel varsayımlara sahiptir:

Davranış psikolojik gereksinmelerle yönlenir. Yani davranışın ardında psikolojik gereksinimler yatar.

Kişiler en az "ceza" ve en çok "ödül" veren davranışları yayarlar.

Geçmişte "ödül" elde edilen "uyarıcıya" tekrar rastladığında geçmişteki davranışın aynısını gösterirler. Yani, Kişiler geçmişte ödül alan davranışları tekrar ederler.

Davranışların tekrarı "ödül" devam ettikçe sürer.

Aynı veya benzer durumlarda, geçmişte "ödül" ile sonuçlanan bir davranışa verilen ödül birden bire azalırsa, kişi kızgınlık ve merak gibi tepkiler gösterir.

Çok ödül veren bir davranışın ödülü azalırsa, kişi öteki ödüller için alternatif davranışlara yönelir.

Yukarıdaki varsayımlar Skinner'in laboratuarda hayvanlarla yaptığı deneylerde elde edilmiş ve insana uygulanmış sonuçlardır. Takas davranışçılığı yaklaşımı, "hayvan - Skinner" ilişkisini, "insan - insan" takasına çevirdi: insanlar "ödüller" takas eder, dolayısıyla her kişi bir diğeri için ödül veren bir "uyarıcıdır." İnsanlar arası takas (iletişim) bu yaklaşım çerçevesinde eşitçil bir alışveriştir: Kişiler dürtülerinin arzu ettiği yönde ödülleri tartıp biçerek takasa girerler. Bu takas süreci, örneğin takas yapısalcı görüşün sahibi Levi Strauss'a göre, toplumsal ve kültürel güçlerle sınırlanmıştır. Fakat gene de takas yaklaşımcıları

bu sınırlamaların takasta ve ödülde eşitsizlik getirdiğini düşünmezler; çünkü, kişiler alternatifler arasında karar verme özgürlüğüne sahiptir.[16]

Homans'ın takas davranışçılığı, Skinner'in davranışçı ilkelerini içerir. Toplum incelikle işlenen aynı takas süreçlerinden oluşur: Sermayesi olan kişiler yatırım yapar; bu yatırım girişimlerinin, aynı Pozitivist yapısalcı Parsons'taki süreç gibi, büyümesi, genişlemesi, farklılaşması ve bütünleşmesi ile gruplar ve toplum oluşur. Kişiler toplumsal kurumların ve düzenin pasif alıcı vericileri değil, kullanıcıları ve yapıcılarıdır. Bu aktif özneler/kişiler birbirleriyle ilişkilerde negatif veya pozitif "desteklemeler" takas ederler. Bu gidiş gelişli bir takastır. İlişki içindeki kişilerin her davranışı birbirleri için ya ödül, ya da ceza olur. Belli bir davranış şekli "hoş" bir sonuca götürürse, bu davranışın tekrarlanması çok olasıdır. Defalarca tekrarlanan bir davranış biçimi kişinin davranış modelinin değişmez bir parçası olur; kişi tarafından öğrenilir. Hoş olmayan sonuçlara götüren bir davranış biçimi, muhtemelen tekrarlanmaz, terk edilir. Sistematik olarak birbirine uyan ayrı ayrı öğrenilmiş davranış modelleri seti kişinin kişiliği veya davranışçı terminoloji ile "toplumsal atom" olur (Denisof, 1974:107).

Aynı açıklama biçimi Strauss ve Blau'nun takas yapısalcılığında da görülür. Blau (1964) öteki davranışçıların tutucu olduğunu çünkü "çatışma" öğesini ihmal ettiklerini söyler. Blau'ya göre, toplumsal yaşam birbirine "etki etmek için rekabet eden kişilerle doludur ve kişilerin amacı değerli ödüller elde etmektir. Takas ilerledikçe, kaçınılmaz olarak, daha değerli kaynaklara sahip olan kişiler "güce" sahip olurlar. Güç farklılıkları kaçınılmaz olarak "çatışma" olasılığını yaratır. Bununla birlikte, bu olasılık, gücün otoriteye dönüşünü sağlayan güçler tarafından çoğu kez geçici olarak durdurulur. Bunu Blau "bütünleşmeye yönelik gerilim" olarak niteler. Bu dönüşümde, baş eğenler baş eğmeyi isteyenlerin isteklerini meşru kabul ederler. Gücün meşrulaştırılmasıyla, alışveriş süresi rekabetin derecesini azaltır; böylece, grup bütünleşmeyi teşvik eder. Kısaca, çekicilik,

[16] *Anne ve çocuk ile işveren ve işçi arasındaki ilişkiyi düşünün. Fark ne ve neden? Örgütlü yer ve zaman, güç yapısı, kaynaklara sahiplik, yoksun olma, duygular ve amaçları düşünerek cevap vermeye çalışın.*

rekabet, farklılaşma ve bütünleşmeyi içeren takas süreci meşrulaşmış kurallara ve bu kurallar altındaki ilişkilere iletişimlere katkıda bulunur. Çatışma beklenen ödüllerin verilmemesi veya alınamaması sonucu doğar. "Aktörler" negatif davranışlara başvururlar. Bu çalışmazsa, beklenen ödülleri vermeyenlere karşı misillemeye geçerler. Blau'nun çatışma görüşündeki "çatışmaya yönelik gerilimler" Marks'ın ve Dahrendorf'un çatışma görüşlerine benzemektedir. Blau diyalektik çatışma/karşıt güçlerin her makro ve mikro güç ve otorite ilişkilerinin doğasında olduğunu, bunun da kaynağının dengesiz takas ilişkilerinde yattığını söyler. Fakat ciddi farka dikkat etmek gerekir: Blau, Simmel ve Coser gibi, çatışmanın yıkıcı olmadığını, aksine toplumsal değişimi hızlandırma nedeniyle yapıcı olduğunu öne sürer. Pazar ve pazarın üzerine kurulan toplumsal yapı çatışmayı da içerir.

Takas görüşünde ticari alışveriş, kişinin ahlak ve öteki değerlerinin temelidir. Kişinin kişiliği alışverişin yarattığı zevk ve doyumlarla olan öğrenme ile oluşmaktadır. Yani pazarda kişinin isteklerini karşılayarak memnunluk sağlayan her şey kişinin, dolayısıyla kurumların ve sonuçta toplumun "yapısını" ortaya çıkarır. Bu yaklaşımda, ekonomi eleştirisiz bir biçimde idealleştirilip sunuluyor ve bireysel faydacılık her şeyin odak noktası haline geliyor.

Bütün bu "kuramlara" ne isim verilirse verilsin, birbirinden ne kadar farklı oldukları belirtilirse belirtilsin, hepsi de insan organizmasının dinamik dengede olduğu görüşüne dayanır. Bu kuramların en önde gelenleri Newcomb'ın iletişim faaliyetlerinin simetriği (ABX) (1953), Heider'in denge (1958), Osgood ve Tannenbaum'un uyum (1955) ve Festinger'in bilişsel tutarlılık ve çelişki (1957) yaklaşımlarıdır.

FESTİNGER'İN BİLİŞSEL TUTARLILIK VE ÇELİŞKİ KURAMI

Bu yaklaşımın temel varsayımına göre, insanlar bilişsel tutarlılık ararlar; dolayısıyla, psikolojik çelişkiye düştüklerinde tutarlılık sağlamak için harekete geçerler.

Kişinin psikolojik-algı sistemi değerleri, tutumları, inançları ve gereksinimleri içerir. Bu sistem bir taşıyıcı pusula, ya da işaretçi olarak iş görür ve gereksinimlerin, tutumların değerlerin ve inançların örgütlenmesine yardım eder. Algıyla ilgili denge, mevcut görüşleri

değiştirme gereksinimini ortadan kaldıracak ya da azaltacak bir şekilde, gelen enformasyonun alıcı tarafından süreçten geçirilmesiyle başlayan süreçler sonunda kurulur. Kişi bilişsel tutarlılığı sağlayarak denge koruma sürecinde enformasyondan kaçınma, kaynağı kötüleme/küçültme, reddetme, farklılaştırma, tercihli algılama, tercihli hatırlama, tercihli dikkat, tercihli yaklaşım, tercihli medya kullanımı ve tercihli kaçış/uzaklaşma gibi mekanizmalar kullanır. [17]

Newcomb, Heider, Festinger, Osgood, vb aydınların, "bilişsel tutarlılık ve çelişki" görüşüne dayanan tercihli algılama, dikkat, yaklaşma, kaçınma, izleme, hatırlama varsayımlarına göre, kişiler:

İnanç ve tutumlarını korumak için aldıkları iletileri sansür ederler.

İnanç, tutum ve faaliyetlerini destekleyen iletiler ararlar; öyle olmayanlardan kaçınırlar.

Dikkatler tercihlidir.

Bellekte tutma ve hatırlama da tercihli olarak yapılır.

Algıda (kavramada, bilişte) uyum arayışı, özellikle inançlar ve etkinlikler saldırıya uğradığında ya da bu inançlara ve etkinliklere karşı kişinin güveni az olduğu zaman daha çok ortaya çıkar.

Festinger'e göre, uyumsuzluğu deneyimleyen kişi çelişki üreten herhangi bir enformasyondan kaçınır. Kaçınma varsayımı araştırma sonuçlarıyla pek destek bulmamasına rağmen reddedilmemiştir. Değerlere ve tutumlara uygun enformasyon arama varsayımı daha çok destek bulmuştur. Freedman ve Sears'e göre (1965), Festinger kaçınma ve uyumluyu izleme arasında açık bir ayırım yapmamıştır. Bu ayırımın yapılması gerekir, çünkü "kaçınma" hipotezi çelişki üreten; uyum hipotezi de uyumsuzluk azaltan enformasyonla ilgilidir. Dinamik denge modelinde bu ikili, hipotezin iki yanını oluşturur.

Festinger'de "uyumsuzluk/çelişki" tercih yapılıncaya kadar ortaya çıkmaz; dolayısıyla, Festinger seçim hakkında önceden bir tahmin yapmaz. Fakat etkinliklerin doğru olması isteği kişinin belli bir seçenek hakkında karar vermesini etkiler. Eğer konuya herhangi bir bağlılığı yoksa ve hangi seçeneğin en iyi olduğundan emin değilse, seçeneklerin lehinde olan enformasyon emin olmayı artırır.

---

[17] *"Tercihli" kavramı bireyin kendi isteğiyle seçmesi anlamına kullanıldı*

Algıyla ilgili tutarlılık ve çelişki (uyum ve uyumsuzluk) görüşü tutum değişimi yerine tutum istikrarını, enformasyon alma yerine enformasyon aramayı, gönderici yerine alıcıyı, çevreyi denetim yerine algı sisteminin istikrarını ön plana çıkarmıştır. Bu görüş aynı zamanda aktif izleyici ve kullanımlar doyumlar yaklaşımının odak noktasıdır.

Yaklaşımın eleştirisi

Bilişsel tutarlılık tezinin bazı önemli hipotezleri (örneğin uyumsuz enformasyondan kaçınma) ve buna bağlı olarak tercihle ilgili izleme 1960'lardan başlayarak çeşitli eleştirilere ve karşı eleştirilere uğramıştır. Örneğin Katz (1968) kişilerin kitle iletişimi tercihlerinde başka etkenlerin de önemli rol oynadığını belirtmiştir. Bu etkenlerden biri, Festinger'in "tercihli kaçınma" hipotezine kuşkuyla yaklaşan, fakat reddetmeye gitmeyen Freedman ve Sears'ın ileri sürdüğü "fayda" etkenidir: Kişiler, hissedilen bir gereksinime yanıt verdiği ya da pratik bir amaca hizmet ettiği zaman enformasyon isterler. Destekleyici olmayan enformasyon, destekleyiciye tercih edilir. Dikkat edilirse, bu görüş görevselci yaklaşımın fayda temeline işaret eder.

Pozitivist-deneyci araştırmacılar genellikle tercihle ilgili izlemeyi, yada kaçınmayı yeterince desteklemeyen bulguları, hipotezi reddetme yerine, kuşkuyla karşılarlar. Buna neden olarak da, gerçekte tercihle ilgili kaçınmanın varlığını, fakat diğer etkenler arasında bir yerde saklı olduğunu kabul ederler. Tercihle ilgili kaçınmaya bir diğer neden olarak şu gösterilmiştir: Kişi karşı görüşten kaçınmayıp izler, bu davranış karşı görüşe karşı kendini savunmada hazırlık için kullanma nedeniyle seçilebilir.

Faydanın yanında, "ilgi" de tercihte rol oynar. Gerçekte, ilgi fayda ve destek arama birbiriyle sıkı sıkıya bağlı kavramlardır. İlgi kişinin benliği ile ilgili girişime bu da tercihsel izlemeye götürebilir. Fayda ve ilgi, tercih konusunun sadece enformasyonla sınırlı olmadığını, fakat aynı derecede eğlence ve diğer kitle iletişimi şekillerine hatta kitle iletişim araçlarının kendisine kadar geniş bir alanı kapladığını gösterir.

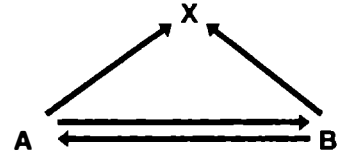
Bazı enformasyon tercihleri, faydasızlıkları nedeniyle faydalıdır. Çünkü kişilere bir rol veya görevden kaçınma veya kaçış olanağı verir.

Bilişsel çelişki anlayışı sonraları bilişsel komplekslik görüşüyle geliştirilmiştir. Bugün pozitivist-deneyci okul bilişsel uygunluğu sadece

bir faktör olarak ele alır, fakat psikolojik, sosyal-psikolojik ve mikro-sosyolojik incelemelerde bu yaklaşım egemenliğini sürdürmektedir.

NEWCOMB'UN ABX DENGE MODELİ

Newcomb (1953) denge temeline dayanan üçgen biçiminde bir iletişim süreci modeli getirmiştir. İlk kez bu model iletişimin toplumda ve toplumsal ilişkilerdeki rolü üzerinde durmuştur. ABX sistemin öğeleri şunlardır (Şekil 2):



Şekil 2. Newcomb'un ABX Modeli

A'nın X'e olan yönelimi:
X'e karşı olan yakınlaşma veya kaçınma tutumu;
Kavrama ile ilgili nitelikler.
A'nın B'ye olan yönelimi: Aynı şekildeki tutum ve kavrama.
B'nin X'e yönelimi.
B'nin A'ya yönelimi.

Bu model şu şekilde çalışır: A ve B (kişi, grup, yönetici, halk) iletişimcidir. X ise iletişimci ve toplumsal çevresinin bir parçasıdır (bir olay, nesne, bir başka kişi, örgüt, siyasi parti). ABX içsel ilişkileriyle birbirine bağlı olan bir sistemdir. Eğer A değişirse, B ve X değişir, ya da eğer A X'e olan ilişkisini değiştirirse, B ya X'e ya da A ile olan ilişkisini değiştirmek zorundadır. Böylece sistem kendini dengede tutar. Örneğin, eğer Ali ve Bayram arkadaşsa ve her ikisinin de X'e karşı benzer tutumları varsa, sistem dengede demektir. Eğer Ali, X'e karşı pozitif tutuma ve Bayram aynı X'e karşı negatif tutuma sahipse, o zaman Ali ve Bayram geniş anlamda benzer bir tutuma ulaşıncaya kadar iletişimde bulunma baskısı altında kalırlar. X'in önemine göre bu baskının derecesi artar. Bu durum her ikisini de çözüm bulmaya zorlar. Eğer X değişirse ne olur? A ve B bu yeni X' e ortak yönelimini saptamak için iletişime girerler: İşbaşına gelen hükümete karşı iş

çevrelerinin ortak tutum geliştirerek tüketim mallarını piyasadan çekmeleri X'le ilgili karşı tavırlarını gösterir. Halk kuyrukta, sistem gene de dengededir. Modelde dengesizliğe yer verilmemektedir.

Bu modele göre iletişim, her türlü mikro ve makro sistem için zorunlu bir gereksinimdir. Makro anlamda toplumsal uyum veya fikir birliği (consensus) sorununu da açıklamada kullanılır. Böylece, mikro-psikolojik alan kullanılarak, makro-siyasal sosyolojik açıklamaya gidilir. Mikroda olduğu gibi bu makro açıklama da, araştırma soru, sorun ve çözümlerde konu olarak "kişiyi" ele alır. Araştırmanın sonucunda, politika önerilerinde, çözüm olarak tekrar "kişiye" dönülür. eğer bir sorun varsa, düzeltilmesi gereken "kişidir" ve kişinin eğitilmesine, tedavisine, bilinçlendirilmesine ve iyileştirilmesine yönelik politikalar öngörülür. Bu bölümdeki bütün yaklaşımlar bu temel karakteri taşır.

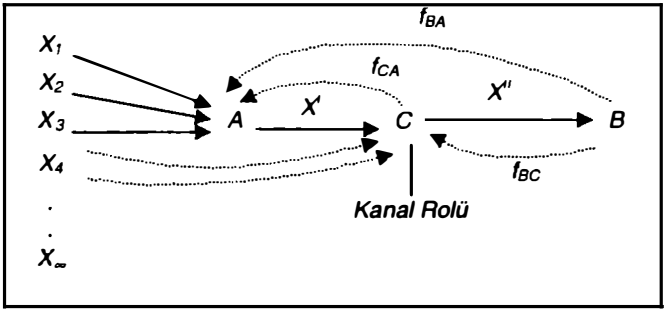
PARASOSYAL ETKİLEŞİM YAKLAŞIMI

Newcomb'un kişiler arası çekiciliği açıklayan ABX (Destekleme) Kuramına dayanarak 1956'da Horton ve Wohl (1982) parasosyal etkileşim yaklaşımını geliştirdiler. Bu yaklaşım televizyon izleyicilerinin televizyonla karşılarında insan varmış gibi davranmaları üzerinde durur. Yaklaşıma göre (a) televizyon programındaki sunucular izleyicilerde uzaktan duygusal yakınlık yaratırlar; (b) Bu yakınlık kameraya doğrudan konuşma ile artırılmaktadır; (c) Bu yakınlık karşılıklı konuşmadaki alış-verişi simulasyonunu (smilacrum) yaratır; (d) Yalnızlık parasosyal etkileşimi dürtüler (e) parasosyal etkileşim televizyonu seyretme yoğunluğuyla artar.

WESTLEY-MACLEAN'İN ARACILANMIŞ İLETİŞİM MODELİ

Westley ve MacLean, Newcomb'ın ABX modelini başlangıç noktası olarak alır; süreci matematiksel modelde olduğu gibi çizgisel şekle dönüştürür ve önemli bir ek olarak gönderici ile alıcı arasına neyin ve nasıl iletileceğine karar veren üçüncü bir öğeyi ekler: Gönderici iletmek istediği konuyu seçer, ileti olarak hazırlar ve alıcıya iletir; alıcı da maksatlı ya da maksatsız olarak göndericiye yanıt verir. Westley ve MacLean'ın bu modeli kitle iletişimine uyguladığında şekil 3'de gösterilen ilişkiler ortaya çıkıyor.

Modelde C'nin B'ye gönderdiği iletiler (X") hem A'nın (X') ve C'nin seçtiğini, hem de kendi algı sahasındaki seçtiklerini (X3, X4) temsil eder. Bu seçtikleri A'nın algı alanındaki X'ler olabilir/olmayabilir; geribesleme B'den A (fBA) ve C'ye (fBC); C'den A'ya (fCA) doğrudur.



Şekil 3. Westley-MacLean modelinin Kitle iletişimindeki biçimi

Kitle iletişiminde, "A" haber toplayan gazeteci olabilir; "C" radyo gibi herhangi bir kitle iletişim örgütü ve bu örgütteki enformasyon işleme sürecidir. X'ler iletişimin konusu olabilecek A, B ve C'nin yakın veya uzak çevresindeki şeyler; f'ler verilen karşılıklardır; B ise izleyicidir. Kitle iletişiminde birçok C'ler birçok A ve X'lerden seçtiklerini B'lere iletirler. Aynı zamanda C'ler A'lara karşılık geri besleme yapar.

Modele A açısından bakarsak kendimizi, örneğin gazeteci olarak toplumda önemli bir görev yapan, herhangi bir nedenle iletişim aracını kullanan veya kullanmasına izin verilen kişi veya örgüt olarak görürüz.

Modele C açısından bakarsak, C'nin kasıtlı ya da kasıtsız olarak "aracı" rolü oynadığını görürüz. Kasıtlı aracılıkta, C bir "savunucunun", örneğin parti konuşmacısının, derneğinin, iletişimini aktarır. Kasıtsız aracı rolünde planlanmamış dünya olaylarını izleyicilere sunar.[18] Modele göre hem kasıtlı, hem de kasıtsız görevinde C seçme yapar. Bu seçme hem sayısız olaylar ve konular (X'ler), hem de A'ların ilettikleri arasından yapılır.

[18] *Bunun anlamı epey açık: İletişim araçları örgütleri ve profesyonelleri yansız, nesnel, sadece önemli bir görev yapan "aracılardır." Öyle mi?*

Modele B (izleyici) açısından bakarsak, B'nin hem A ile, hem de X ile doğrudan veya o anda olan ilişkiyi yitirmiş durumda olduğunu görürüz. Bu ilişkiyi gerçekleştiren C, B'nin çevresini genişletir ve seçme olanakları sağlar.

Westley ve MacLean, Newcomb gibi, X'e karşı ortak bir yönelimi sağlama ve koruma gereksiniminin iletişim için güdü olduğunu belirtirler. Fakat Newcomb'ın Westley ve MacLean'ın modelinde A (= gazeteci, reklamcı, GMC'nin sözcüsü) ve C (= reklam yapan şirketlere, GMC'nin sözcüsüne hizmet veren iletişim örgütü), B (= izleyici kitleler) üzerinde egemenlik kurarlar. B'nin C'ye karşılık vermesi (geri iletişim) haddinden fazla sınırlıdır.

Dikkat edersek, bu yaklaşımda da, örgüt kişinin psikolojik gereksinmeleri ve amaçları örgütüdür. Toplumsal örgütlenme ve bu örgütlenmenin yapısallığı ve ortaya çıkardığı egemenlik ve mücadele ilişkileri yoktur. Bu ve benzeri modellerde şunlar yer almaz: Medyanın sahipliği, sahipliğinin amaçları; medyanın bu amaç etrafında örgütlenişi; medya "ileticilerinin" bu örgüt içinde ücretle çalışan profesyoneller oluşu ve amaçlarının medya örgütünün amaçlarıyla "aracılanmış" olması zorunluluğu; ücret politikaları ve mülkiyet ilişkileri; alıcıların psikolojik bağımsızlığı ve seçme ve tepki biçiminin örgütlü toplumsal ilişkiler içinde olduğu gerçeği; medya teknolojisinin ihtiyaçlar ve çıkarlar nesnelliğini değil, sübjektif egemenlik ve yönetmeyi aradığı ve amaçladığı. Bu durum, bu modellerin epistemolojik yoksulluğunu ve gerçeklerden soyutlanmışlığını gösterir.

LABORATUAR DENEYLERİ

Amerika Birleşik Devletleri'nde Ordu Enformasyon ve Eğitim Bölümü iletişimin, özellikle propagandanın etkileriyle ilişkili araştırma yapmaları için, özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında yoğun olarak psikolog ve sosyologları çalıştırmıştır. O sırada ve sonrasında Psikolog Carl Hovland'ın önderliğinde ileti ve gönderici değişkenlerinin ikna etmede ve öğrenmedeki etkisini incelemek için deneyler yapıldı. Bu proje sonradan Yale Üniversitesine taşındı (Hovland, Janis ve Kelley,1953; Hovland, Lumsdaine ve Sheffield,1949; Rosenberg ve diğerleri,1960).

İletişimin tutumlara etkisi üzerine yapılan alan incelemelerinin araştırdığını, bu araştırmalar laboratuarda bulmaya çalıştılar. Bu çalışmalara örnek olarak propaganda filmlerinin etkisi (Hovland ve diğerleri, 1949), ikna edilebilirliğin kişisel değişkenleri (Janis ve diğerleri, 1959), ileti düzeninin etkisi (Hovland ve diğerleri,1957), grup üyeliği, iletide korku verme derecesi, tartışılan görüşün öncelik sırası (Hovland ve diğerleri 1953) ve algının yapısal öğeleri (Festinger, 1957; Osgood ve Tannenbaum, 1957) verilebilir.

Laboratuar etki araştırmalarında üç temel öğe üzerinde durulmuştur: İleten (kim), iletilen (ileti, mesaj) ve izleyici.

İleti gönderenle ilgili araştırmalar

Bu tür araştırmalar kaynağın inanılırlığı ile ilgilenmiştir. Kullanılan yönteme göre, inanılırlığı yüksek olan kaynaklara atfedilen gazete ve dergi makaleleri bir gruba seçilir; inanılırlığı az olan kaynaklara atfedilen makaleler de başka bir gruba konur. Binlerce inceleme sonucunda elde edilen sonuçların bazıları şunlardır:

Az inanılır kaynaklara atfedilen makaleler çok inanılır kaynaklara atfedilen makalelere oranla daha yanlı ve haksız sunuşlar olarak değerlendirilmiştir.

İnanılırlığı yüksek olan kaynaklar izleyici üzerinde o anda başlayan etki sağlamaktadır.

Düşünceler üzerindeki etkiler dikkat etme ya da anlamadaki farklılıklar sonucu değildir: Kaynağın inanılırlığı izleyicinin savunulanları kabulünü etkiler.

Güvenilir kaynağın olumlu ve diğerinin güvenilmeyen kaynağın olumsuz etkisi, birkaç hafta sonra ortadan kalkar. Bu kaynağın unutulması yüzünden değil; zamanın "uyutucu" etkisiyle içeriğin kaynaktan ayrılmasındandır.

İletiyle ilgili araştırmalar

Bu araştırmalar iletinin taşıdığı "dürtüler" (olumlu ya da olumsuz yöndeki teşvikler) üzerinde durur. Önde gelen sonuçlara göre:

İletişim "korku" vermeye dayandığında, duygusal gerginlik çıkarmadaki etkisi iletinin kaynağı, açıklığı ve izleyicinin önceki iletişim deneyine bağlıdır. Örneğin "Ölmek istiyorsan bu dönemeçte sollama

yap" tarzında tehlikeli bir dönemeçten önce konmuş bir iletinin, eğer bu dönemeçte sollama yaptığından dolayı ölenler olduğu duyulmuşsa, gerginlik yaratma olasılığı fazladır.

Korku dozunun yüksekliği fazla uyum sağlanmasında etkili değildir. Ama korku güvenilir bilgi ile verilirse etkisi artabilir.

Genel olarak, tartışmadan sonuç çıkarma ve bunu açıkça sunma, izleyicinin sonuç çıkarmasını beklemekten daha etkilidir.

Sunuşta izleyiciye karşıt görüş verdiğinde ileride karşılaşılabilecek anti-propagandaya karşı önceden görmezlikten gelmeyi aşılar.

Kendine az güveni olan kişiler, örneğin kendilerini toplumsal bakımdan yetersiz görenler ve bunalım eğilimleri gösterenler, ikna edici iletişimle hayli etkilenirler.

Aktif katılma, iletişimin etkinliğini yükseltir ve bu katılma ile üretilen "görüş değişiminin miktarı" elde edilen doyumun ölçüsüne değil, katılmayla yapılan değişimin ölçüsüne bağlıdır.

Davranışçı çözümlemeye göre, kişiler aynı toplumsal baskılara farklı karşılıklar verirler. İletideki uyaranlar sadece kişi gerekli güdüsel tutumlara sahip olduğu sürece yeterli görev yapabilirler. En önemli tutumlardan biri grup üyeliğidir. Gruba üyeliğini koruma güdüsüyle yüksek derecede güdülenmiş kişiler diğer grup üyeleri tarafından etkilenmeye ve bu grubun standartlarına karşı olan iletişimlere dayanmaya en yatkın kişilerdir.

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ

Medya sosyolojisi 1940, 1950 ve 1960'larda temelde sosyal-psikoloji ağırlıklı olarak kaldı. Yönelim medya içeriği (mesaj ve etki) üzerindeydi ve içeriğin nereden geldiği üzerinde durulmadı. Medya örgütüne eğilen araştırmalar bile, örgüt içindeki kişilere ve bu kişilerin içeriği seçmeleri üzerine eğildi. Örgütsel yapılar incelenmedi.

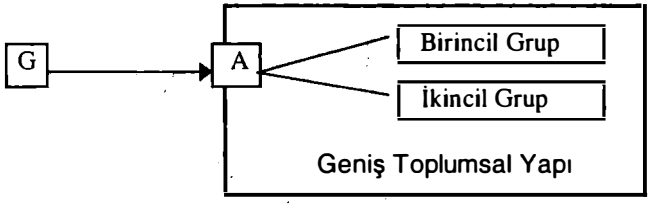
Sosyolog Talcott Parsons iletişimin sistemdeki anlamı ve sistem tutmadaki rolü üzerinde dururken, Riley ve Riley (1959) iletişimin sosyolojik bir modelini kurmaya çalıştılar. L. Pye ve grubu iletişimin sosyolojisinden psikolojisi ve siyasetine kadar geniş bir alanda hemen herkesi toplayarak "kalkınan ülkelere toplum değişiminde yardım" ellerini uzattılar; Pye ve Lerner gibi birçok akademisyen 1950 sonları

ve 60'larda iletişim sosyolojisinin geleneksel toplumdan modern topluma geçmedeki sorunları üzerine eğildiler.

İletişime makro-seviyede sosyolojik bir anlayış getirme girişimine, Riley ve Riley 1959'da bir model katılmışlardır. Bu model pozitivist-görevselci kuramın makro modelidir ve bu kuramın temel niteliklerini taşır. Riley'ler bu modeli kurarken R. Merton, T. Parsons ve W. Schramm'ın düşüncelerinden yararlanmışlardır. Riley'lere göre:

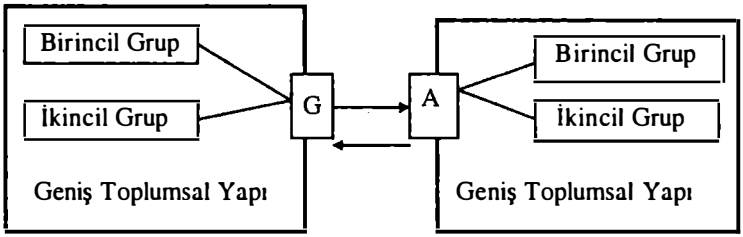
Geleneksel görüşle ortaya çıkan model Lasswellci formülle hareket eden araştırmacıların bulguları kitle iletişiminde referans gruplarının önemli rol oynadığını ortaya çıkardı. Bu bulgularla, "gönderici → ileti → alıcı" sürecinde, A'ya referans grupları eklendi. Katz ve Lazarsfeld'in "kişisel etkisi" bu modeli yansıtır.

Yeni araştırmacılar (1959), grubun yapısı, diğer gruplarla olan ilişkisi ve toplum içindeki yeri gibi konulara eğilmeye başladılar. Resmi örgütlerin, birincil ve ikincil referans gruplarının ve bu grupların ilişkide olduğu geniş toplumsal yapının oynadığı roller, kitle iletişim sürecinde "alıcının" yanında yer verilmeye başladı (Şekil 4). Modele göre, kitle iletişim iletilerini alan A toplumsal yapı içindeki gruplarda yer alır.



Şekil 4. Riley'lerin Modeli I (1959: 561)

Göndericiyle toplumsal çerçeve ilişkisinin saptanması: Kitle iletişiminde bu ilişki, kendi kendini denetim kanallarının ekonomik gruplar tarafından tekelleştirilmesi, alıcının göndericiye verdiği karşılık (geri iletişim) üzerine yapılan araştırmalarda kendini gösterir. Bu konuda 1959'lara kadar çok az inceleme yapılmıştır. Riley'lere göre, gönderici iletisini aynı sistem içindeki öteki kişilerin ve grupların etkinlikleri ve umduklarına uygun bir şekilde gönderirler. Böylece model aşağıdaki şekle dönüşür (şekil 5).

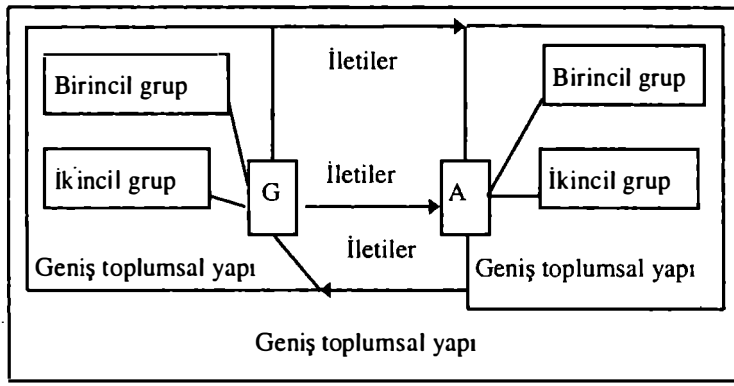


Şekil 5. Riley'lerin modeli II (1959: 567)

Modelde görüldüğü gibi, gönderici ve alıcı arasında karşılıklı ileti alışverişi vardır. Bu ilişki tek yönlü modele uymaz, çünkü gönderici ile alıcı arasında karşılıklı bağlılık olduğunu varsayar. Buna ek olarak bu ilişki potansiyel olarak tek yanıt veren tek bir iletişimden oluşmaz: Herhangi bir iletişim zaman içinde uzanan iletişim zincirinde bir bağdır. Bu zincir tamamen gönderici ve alıcı arasındaki, G'nin iletişimi A'ya gönderdiği ve A'nın G'ye doğrudan yanıt verdiği, basit bir kişisel ilişkiyle sınırlı değildir. En başta, kitle iletişiminde doğrudan yanıt (ya da tepki) verme çok sınırlıdır.

Gönderici ile alıcı arasındaki ilişkinin çoğu dolaylıdır. G ve A'nın dahil olduğu gruplardan ve grup üyelerinden geçerek ortaya çıkar. Böylece ileti G'nin grubundan A'nın grubundaki kişilere gider ve A'nın grupları buna yanıt verir. Riley'lerin genelleştirdiği bu durum, gruplar arası ilişkiler olmasını zorunlu kılar. Örneğin, grupların yerel bakımdan birbirine yakın olması bu grupların ve üyelerinin ilişkiye girmeleri için bir neden olmasını gerektirir.

Riley'lere göre, toplumsal yapıda herkesin bir konumu vardır. Bunun anlamı, gönderici ve alıcının iletişim sürecindeki rolünün toplumsal durum tarafından etkilendiğinin ötesinde, bu çeşitli konumlar toplumsal sistemde birbiriyle ilgilidir. Dolayısıyla, bir kişi ya da gruptan diğerine akan iletiler, rastlantısal, birbiriyle ilişkisiz etkinlikler olarak görülmez, fakat süregiden toplam ilişkiler kalıbı içindeki elemanlar olarak görünür (1959: 569). Kitle iletişiminin sosyolojik modeli: İletişimin bu düzeyinde, kitle iletişimi süreci, hem etki ettiği hem de etkilendiği daha geniş bir toplumsal sürecin parçası olarak görülür. Böylece sosyolojik model şekil 6'da gösterildiği gibi oluşur.



Şekil 6. Riley'in kitle iletişim modeli (1959: 577)

Riley'lere göre, kitle iletişiminde sosyolojik süreçleri anlamak işleyen bir modelin formülleştirilmesini gerektirir. Bu modelin ışığında sorunlar tanımlanabilir, incelenebilir ve aydınlığa kavuşturulabilir. Sorunlar listesi şu sorulan içerir: Kitle iletişim süreci genel toplumsal sürece nasıl uyar? Kitle iletişimi hangi noktada kişisel iletişimle, örneğin para ya da malın aktarılmasıyla ya da halkın fiziksel hareketiyle (= bir yerden bir yere gitme) doldurulur? Kitle iletişimi toplumsal sistem için hangi görevleri yerine getirir? Hangi küçük grup ve kişisel iletişimi araştırma bulguları kitle iletişimini anlamayla ilgilidir? Çeşitli araştırma yöntemleri, kültürler arası ve tarihsel çözümleme, survey ve sosyometrik teknikler toplumsal sistemde yer alan kitle iletişiminde kullanmak için nasıl uyarlanır ve sistemleştirilir?

ALAN ARAŞTIRMALARI

1950'lerde kitle iletişiminde alan araştırmaları yaygınlaşmış ve aynı zamanda uluslararası alana taşınmaya başlamıştır. Alan araştırmaları bireysel tercihlere, görüşlere, tutumlara ve davranışlara yönelik sosyal-psikoloji temelli sosyolojik çalışmalar olarak yapılandı. Halloran (1964) yapılan araştırmalarda dört aşama olduğunu belirtir: İzleme kalıpları, davranışsal etkiler, davranışsal tepkiler ve değerler, bilgi ve

toplumsal davranışa etki. İlk üçünde çok bol materyal vardır Zorluklardan çoğu dördüncüdedir.

1950'lerin ilk alan araştırması 1950'de Paul Lazarsfeld tarafından yönetilen, Columbia Üniversitesi Uygulamalı Sosyal Araştırma Bürosu tarafından (Leo Lowenthal tarafından) desteklenen İkinci Dünya Savaşı'nda psikolojik savaş araştırmasında istihbarat subayı olarak tecrübe kazanmış olan Lerner'in çalışmasıdır. Araştırmanın amacı Voice of America'nın rakip propaganda aracı BBC karşısındaki durumunun ve anti-komunist propagandanın etkisinin belirlenmesiydi. Columbia Üniversitesi'nden araştırmacılar Ürdün'de 325 kişiyle 2-3 saatlik mülakat yaptılar. Mülâkat edilenler çöl bedevileri, çiftçiler, kent ve kır burjuvazisi ve elitler olarak beş gruba ayrıldı. Sorular radyo, basın ve sinema medyasını kullanma ve yerel, ulusal ve uluslararası (Kore savaşı, Amerikan emperyalizmi, Sovyet emperyalizmi ve Filistin sorunu gibi) sorunlardaki fikirleriyle ilgiliydi. Araştırmanın diğer amacı kalkınmaya karşı tutumlar tipolojisini kurmaktı. Bu araştırmada Lerner üç modernleşme (kalkınma) kategorisi çıkarttı: Modern, geleneksel ve geçişte olanlar. Modern tipler kapitalist burjuva tipleriydi. Geleneksel tipler modernliğe direnen (daha evvelki araştırmasında Nazi olarak gruplandırdığı) tiplerdi. Geçişte olan tipler ise teşvik ve etkiye açık olan, siyasetten uzak, apolitik, geçişteki tiplerdi (Samarajiwa, 1984).

Lerner aynı amaçlı araştırmalarına 1950'lerde devam etti. 1952 ve 1954'de Ankara Balgat'ta yapılan araştırmalar aynı tipoloji üzerinde durdu. Batılılaşma çabasında artan bir şekilde ABD etkisi altına giren Türkiye'deki değişim Balgat örneğindeki tiplerin karşılaştırılmasından hareket edilerek geleneksel toplumun geçip gidişi olarak nitelendi. Tipolojiler üzerinde açıklamalar ve durum saptamalarıyla, Lerner ve diğerleri Amerika'nın ideolojik ve kültürel politikasında kime nasıl yaklaşılacağını belirlediler. Bu belirlemeyle, 1950, 1960 ve 1970'lerde "gelenekseller" doğrudan hedef olarak alınmadı, çünkü onlar değişime direnenler olarak nitelendi. Böylece geleneksel olan göçmesi ve modernleşmenin sonunda kendiliğinden yok olması beklenen bir karşıt olarak ortaya çıktı. Bu karşıtlar oldukça büyük bir "tüketici" ve "oy veren" kitleyi içeriyordu. Eriyip ve göçüp gitmedi. Özellikle kitle üretiminin kitle tüketimi gereksiniminin global alanda artmasıyla

bunlara ulaşma gereği, dolayısıyla politika değişimi kaçınılmaz oldu. Küreselleşme, küresel-yerelleşme ve postmodern çoğulculukla birlikte "kimlikler" üzerinde kurulan ideolojik biçimlendirmeyle yeni politikalar saptandı ve uygulandı. 1980'lerden sonra, tüketim endüstrilerinin ve pazar ideolojisinin egemenliğinde "geleneksele dönüş, yerel kimlikler" gibi politikalarla, "gavur" Batıya direnen "gelenekseller" türbanlı Coca Cola içen, Amerikan ve Fransız parfümü kullanan, faizsiz yatırım yapan, dualı su içen ve dinci medyayı izleyen global yerellikteki uluslararası şirketlerin ve ortaklarının kitle tüketicileri arasına katıldılar.

Halloran'a göre (1977:18) etki araştırmaları 1960'ın başına kadar iletişim incelemelerinde egemen eğilim olmuştur. İletişim sürecinin tarihi, ekonomisi, yapısı ve profesyonelleşme gibi yanları çok az incelenmiştir. Etki araştırmalarında, kitle iletişimi, içinde oluştuğu toplumsal durum göz önüne alınarak incelenmemiştir. Gerçi demografik, aile, eğitim, toplumsal gruplar ile ilgili değişkenler kullanılmıştır, fakat bu toplumsal etkenler bireysel değişkenler olarak ele alınmış ve gelecekte bu etkenlerin toplumsal ve birbirleriyle ilişkide olan doğaları incelenmemiştir. Etki araştırmalarının hepsi sosyal psikolojiye dayandığından tutumlar, tutum değişimi, taklit etme ve hissi uyanma gibi kavramlar ve süreçlere ağırlık verilmiştir. Sonuçta kitle iletişiminin toplumsal rolüyle ilgili doğru olmayan görüşler sunulmuştur. Bu araştırmaların bazıları gerçeği gözden saklamış, bazen de saptırmıştır. Bu özellikle bazı laboratuar deneylerinde görülmüştür.

Araştırmalar kuramsal bir çerçeveyi açıkça ortaya koymazlar. Kuramdan yoksun pek çok araştırmanın topladığı veriler ve geliştirdiği kavramlar gerçek bilimsel ilerlemeye katkıda bulunmaz, çünkü kuramsal bakımdan bir bütün oluşturmazlar. Aynı olgu hakkındaki çelişkili sonuçlar, bir karara varmaya ve bilgimize katkıda bulunmaya yardım edecek çözümlemeye pek az izin verir (Moscovici,1972: 18). Buna en güzel örnek laboratuar araştırmaları ve alan araştırmalarıyla (survey research) elde edilen bulguların ne denli sınırlı ve birbiriyle birleştiremeyecek kadar dağınık olmalarıdır.

Etki araştırmaları çoğunlukla tek değişkenli nedensellik bağı ardından gitmişlerdir. Araştırma literatüründe etki ve neden terimleri açık olmayan, uyumsuz dengesiz bir şekilde kullanılmıştır. Örneğin

anne babanın ve öğretmenlerin doğrudan etkisiyle ilgili araştırma normal olarak yapılmaz ya da sorular sorulmaz. Çünkü tek etken nedensellik ilişkisiyle kitle iletişimindeki bir durumu doğrulama ya da doğrulamama girişimleri, açıklık kazandırmaktan çok şaşkınlığa götürmüştür (Halloran, 1977:19). Halloran'a göre, tek etken (örneğin tv) deneysel durumlarda mümkündür, fakat televizyon iletileri asla gerçek hayattaki izlemelere uymaz. Dolayısıyla televizyonun doğrudan etkisi hakkındaki sorulara kuşkuyla yaklaşmalıyız (1977: 41).

Araştırmalarda "etki" (nedensellik ilişkisinde "sonuç" anlamına) ve "etkililik" arasında her zaman fark gösterilmemiştir. Bazı durumlarda kitle iletişim araçlarının "etkisi" "etkililik" araştırmalarının sonuçlarıyla desteklenmiştir. Etkililik araştırması ileti üretenin niyetine göre iletinin alınışını belirlemeye çalışır. Eğer izleyici ileti göndericinin niyet ettiği şekilde alırsa "etkili" iletişimden söz ederiz. Fakat kitle iletişiminin çoğu amaçsızdır: Basit anlamda bir şeyin anlaşılmasını sağlamak ya da bir tutumu istenilen yönde değiştirme çabası değildir. Bununla beraber iletişim amaçlanmamış etkiye sahip olabilir. İletişim araçlarının etkisi anlaşılmayı sağlamadaki başarıyla eşleştirilmemelidir. İzleyiciler istenen amacı tamamen kaçırabilirler, fakat gene de sunulanla çeşitli yönlerden etkilenebilirler (Halloran, 1977: 39).

İletişim süreci modelleri araştırmalarda yol gösterici olarak kullanılır. Etki araştırmalarının sonuçlarına dayanan bir modelin, etkileri soruşturması ve yeterli kılavuzluk yapması olası değildir. Bununla beraber, bu tür sınırlı modeller kitle iletişim araştırmalarında kullanılır.

Televizyonun ya da herhangi bir aracın etkisinden söz ettiğimiz zaman, bir elektronik aracın etkisinden söz etmiyoruz: Aracın örgüt ve yapısı, sunduğu içerik son derecede önemlidir ve ülkeden ülkeye değişir. İleti araçtan çok daha fazladır (Halloran, 1964: 20). İletişimin etkileri çok ve çeşitli olabilir; farklı düzeylerde ve değişik güçte ortaya çıkabilir; içeriğin farklı yanlarından ve iletişim sürecinin farklı parçalarından elde edilebilir. Bütün bu zorluklara ve toplanan verilerin yetersizliğine rağmen, varolan bulgular kitle iletişim araçlarının etkiye sahipliğini, bu etkilerin hepsinin iyi olduğunu sanmanın yanlış olduğunu gösterir (Halloran, 1964:14).

ALAN VE LABORATUAR ARAŞTIRMALARI FARKI

Alan ve laboratuar araştırmalarındaki fark, bir soruya aranan cevapta enformasyon (bilgi, veri) toplama ve ölçme farkıdır; Ortaya atılan soru ve aranan cevabın gerisinde yatan kuramsal çerçeve farklı değildir. Alan ve laboratuar araştırmaları iki farklı araştırma yöntemidir. Aynı veya ayrı araştırma sorularına veri toplama için başvurulan ayrı iki yoldur. Laboratuar ve alan araştırmalarının sonuçlarındaki uyumsuzluklara değinen Hovland (1959) farklı sonuçların nedenlerini şöyle açıklamıştır:

Alan araştırmaları iletişimle birkaç kişinin etkilendiği sonucuna varmıştır (zayıf etki). Laboratuar araştırmaları iletişimle tutumların hayli değiştirilebileceği olasılıklarını göstermiştir (=güçlü etki). Bu farklı sonuçlar iki önemli nedenle ortaya çıkmıştır.

Birincisi, araştırma amaçlarındaki farklılıktır. İzleyiciler iletişimi laboratuarda aynı yerde ve anda izlerler. Alanda izleyiciler iletişimi "izlemiş olanlardır". Lipset'in de belirttiği gibi, bu izlemiş olanlar zaten çoğu kez aynı fikirde oldukları materyalleri (desteklediklerı, sevdikleri materyalleri) izledikleri için, araştırmanın sonucu baştan yanlıdır (Lipset ve diğerleri, 1954:1158). Yani, alan araştırması öncelikle iletişimde sunulan görüşe zaten taraftar olan kişilerde ürettiği etkiyi ortaya koyar. Böyle olunca, doğal olarak, bulunan sonuçta tutum değişikliği miktarı çok az olur. Bir programı laboratuarda test ettiğimiz sürece, tutumlar ve ilgilerde daima büyük etki buluruz. Fakat program düzenli yayına konduğunda, laboratuar testinde en çok etkilenen halkın, gerçek durumda programları dinlemeyenler olduğunu görürüz (Lipset ve diğerleri, 1954:1158). İzleyicilerin tercihlerini kendileri yapmaları yüzünden laboratuardaki araştırma sonuçları gerçekte olanla karşılaştırıldığında daima etkilerin çok olduğunu gösterir.

İkinci neden, deney ve alan araştırması (survey) yöntemi arasındaki değerlendirmeyle ilgili tarihsel ve geleneksel farklılıklardır. Alan araştırmasında değerlendirilen birim iletişimin bütün programıdır. Örneğin bütün televizyon, radyo, bütün eğlence, haber ya da çocuk programları ve bu programların izleyenlere etkisi gibi. Deney belli bir iletişimin belli türdeki sunuş, organizasyon, içerik biçimi ile ilgilenir;

değerlendirme çoğu kez tek bir iletişimi kapsar. Bu nedenle deney ve alan araştırması sonuçları doğrudan karşılaştırılamaz.

Bir başka fark zaman öğesidir. Deneyde etkinin gözlenmesi izlemenin hemen ardından gelir. Alan araştırmasında genellikle daha önceki uzak etkiler değerlendirilir.

Bir diğer fark da, deneyde araştırmacının görünmeyen destekleyici etkisi olabilir. Bu nedenle, laboratuar ve alan araştırmalarında ileticinin/göndericinin güvenirliliğinde gerçek farklar olabilir.

Bazen başka bir fark daha vardır: Alan araştırmasında kişi doğal koşullardadır. Aile ve arkadaş etkisine açıktır. laboratuarda bu tür grup etkisi düşüktür. Kişi doğal koşullarda tipik olarak grubun kurallarına karşı olan etkilere laboratuardan daha çok dayanıklıdır.

Tartışılan konular arasında da fark vardır: laboratuarda iletişimle değişime duyarlı tutumları içeren konular seçilir. Alan araştırmasında önceki deneylerde kökleşmiş ve kişisel bağlantıyı içeren toplumsal bakımdan anlamlı tutumlar ele alınır ve fikirlerde az değişim beklenir.

Alan araştırmasında, sunuştaki öncelik ya da sonralık düzeni önemli bir etken olarak ortaya çıkar. Deneysel yöntemde ise "önce gelmenin" önemli bir etken olmadığı bilinir. Alan araştırmasında, tercihle ilgili izleme "önce gelmenin" (yani bir görüşün en başta sunulması) etkisini yükseltmeye yönelir. Diğer iki etken öncelik sonralık etkisinin ölçüsünü belirlemede önemli görünür: Birincisi. ileticinin doğasıdır. Aynı iletici çelişkili iki materyali sunarsa, ilk sunulan görüş daha etkilidir. Bu çelişkili görüşleri farklı iki iletici sunduğunda, Öncelik sonralık etkisi çok azdır. İkincisi iletişimin alındığı ortamdır. Bu da birinci gibi çalışır. Eğer konu başta çatışmalı bir konu olarak tanımlanırsa öncelik etkisi çok azdır.

Hovland, bu farklılıklara rağmen, Alan ve laboratuar araştırmaları tarafından sağlanan veriler arasında hiçbir çelişki olmadığını belirtmiştir. Farklar iletişimin tanımında ve ileticinin, izleyicilerin ve kullanılan konuların ayrılığındadır. Görev bu bulguların daha iyi bir birleşimini sağlamadır.

BÖLÜM VII

1960'a BAŞLARKEN:
EGEMEN SOSYOLOJİK KURAM
POZİTİVİST OKULDA BUNALIM
GEÇMİŞTEN ÖĞRENİLENLER

Özellikle Amerikan toplumsal bilimlerinde ve Avrupa'da 1960'lara kadar pozitivist okulun "yapısal görevselcilik (yapısal fonksiyonalizm)" yaklaşımı egemendi. Gücü o denli benimsenmişti ki, örneğin K. Davis 1959'da Amerikan Sosyoloji Cemiyetinin başkanlık konuşmasında fonksiyonalizmin ve sosyolojik analizin aynı olduğunu, fonksiyonalist olmayanların ya indirgemeci, ya da sadece yorumlayıcı sofular olduklarını belirtti. Homans (1964: 359) Davis'in bu demecinde kuramdan değil yöntemden söz ettiğini ileri sürer: "Kişi bir örgütün toplumsal yapının diğer yanlarında yaptığı etkiyi bulmaya çalıştığı zaman, fonksiyonel analiz yapar. Bu, fonksiyonalizmin deneysel programını taşımaktır. Biz hepimiz fonksiyonel analizci olabiliriz, fakat hepimiz kesinlikle fonksiyonalist kuramcı değiliz." Homans haklı, çünkü her fonksiyonel (işlevsel, görevsel) analiz fonksiyonalist kurama dayanmaz, Marksist bile olabilir.

Fonksiyonalizmin egemenliği ideolojik varsayımlarının kapitalizmin hegemonyacı ve yayılmacı niteliğini yansıttığı ve kuramsal olarak doğru çıkardığı için süregeldi. 1960'lardaki haklar ve bağımsızlık mücadeleleri karşısında kapitalizm içte ve uluslararasında sarsılıp çözülmeye ve gücünü yitirip gerilemeye başlayınca, pozitivist-deneycl kuramın dışsal kanıtı, dolayısıyla içsel tutarlılığı da çözülmeye başladı. Bu görüşü kanıtlamak için 1960'ların Amerika'daki siyasal duruma ve ABD'nin uluslararası ilişkilerdeki kayıtsız şartsız siyasal ve ekonomik egemenliğinin çözülmesine bir göz atmak yeter. Buna benzer başka nedenler de sayılmıştır. Örneğin, Bottomore'a göre, sosyolojinin bunalıma girmesi, yüksek düzeyde yasalar/kuramlar üretmeyi başaramamasından değil, modellerin, genelleştirmelerin, tasvirlerin ve açıklamaların birçoğunun yeterli olmamasındandır. Yasalar ya yeni

buluşları destekleme kapasitelerini yitirmişlerdir, ya da uygulandıkları toplumsal gerçekler o denli değişmiştir ki, artık uygun görülmemektedir (Bottomore,1974:52). Aynı şekilde, Thernburn (1976:22) bunalımların bilimsel araştırmalardaki ilerlemeden değil, tersine toplumun kültürel yapısındaki değişmelerden ve yaşamın dışsal toplumsal durumundan başladığını belirtmiştir. Gouldner (1970:341) 1960'larda başlayan durumu "Batı sosyolojisinin yaklaşan bunalımı" olarak nitelemiştir. Fonksiyonalizmin egemenliğini yitirip "ana akım yaklaşımları arasında sadece bir tanesi" haline geldiğini belirttikten sonra, ne olabileceğini şöyle tahmin etmiştir: Bunalım içindeki sistem eski halinden farklı bir değişime uğrayabilir; bu geçici olabilir ve sistem yakında eski haline dönebilir; fakat bu tür, bunalımda olan bir sistemin farklı bir belirtisi değildir; aksine bunalım sistemde temel değişim üreten sürekli bir değişim olasılığını işaret eder.

Fonksiyonalistlerin çoğu, özellikle 1960'larda, bir organizmanın kendi kimyasal kompozisyonu ve fonksiyonlar dengesiyle sağladığı biyolojik denge durumu (homeostasis) modelini bir ülkeye veya geniş sisteme uygulamadan kaçınmaya çalıştılar. Pozitivist-deneyci kuramın temel taşlarından olan bu kavram, toplumdaki her oluşumun, bu oluşumun olduğu daha geniş sistemin sağ kalmasına katkıda bulunan bir sonuca sahip olduğunu ileri sürer. Örneğin, şu anda bir sistemde ne oluyorsa, bunlar o sistemin devamını sağlar. "Homeostasis" model, dengenin korunması ya da toplumsal kültürel düzen veya "neden her şey aynı kalır" sorusunu açıklamak için hazırlanmıştır. Açıklama tek bir öneriyle ile sonuçlanır: En iyi toplumsal değişim değişmemektir. Bu kavram biyolojiden ödünç alınmıştır: Toplum sistemleri biyolojik sistemler (yaşayan organizmalar) gibidir. Bu kıyas, var olan toplumsal durumun, servetin ve gücün haklı çıkarılması ve savunulması için binlerce yıldır kullanılmaktadır. Organizma ile yapılan bu kıyas, tcplumsal bağın organik hiyerarşi biçiminde olduğunu ve bunun değiştirilemeyeceğini iddia eder. Canlılarda hücreler ve organların hayat boyu değişmeyen rolleri vardır ve herhangi bir "grev" ya da "başkaldırı" tüm organizmayı mahkum eder. Kıyaslama sonucu, toplumdaki her türlü kımıldama, grev, protesto ve kurallara uymama, sapma veya hastalık olarak nitelenir. Bu kavramı kullanmaktan

kaçınarak, Merton'un iddia ettiği gibi, fonksiyonalizmin "ideolojik görünüşü ve imalarında tutuculuğa gereksinimi olmadığı" gösterilmeye çalışıldı (Gans, 1972:275). Bunu savunan liberal fonksiyonalistler, toplumda önceleri görmezlikten gelinen veya ideolojik nedenlerle önemli kabul edilmeyen veya işlevsel hale getirilemez (niceliksel analiz için ölçülebilir şekilde işlevsel tanımlaması yapılamaz) diye kenara bırakılan olayları ve konuları ele almaya başladılar. Hepsi de her liberalin karşılaştığı sonuçla yüz yüze geldi: Örneğin, Levin (1982:115) *"Ayırım gözetme ve önyargılar devam ediyor, çünkü bunlar çok önemli sistem koruyan veya toplumumuzun en güçlü bölümü için pozitif fonksiyonlara sahiptir"* sonucuna vardı. Aynı şekilde, Gans (1972:275) Mertoncu fonksiyonel analizin fakirliğin kalıcılığını açıklamak için kullanıldığını ve fakirliğin, fakir olmayan Amerikalılar için, özellikle zenginler için, gördüğü 15 fonksiyonu saptadığını ve açıkladığını belirtti: Bu 15 fonksiyonun yerini alacak ve fakirliği gereksiz kılacak "görevsel alternatifler" önerildi. Fakat bu alternatiflerin önemlileri, gelir ve gücün yeniden dağıtımını gerektirdiğinden, egemen yapı için fonksiyonel değildir.

Bunalımlar sonucu genel olarak daha "eleştirel" bir görünüm ortaya çıktı. Kuram çatışma öğesini kendine uydurdu ve önemli alanlara dikkatini çevirdi. Örneğin siyaset sosyolojisinde ilgi "değişmezlikten" siyasal "hareketlere, krizlere" kaydı. Fakat bu liberal yanıyla bile temel toplum anlayışı değişmemiştir. Kimileri, özellikle çatışma kuramının etkisinde kalanlar, bazı değişimin gerekliliğini savunmaktadır. Fakat çoğu, örneğin Lipset, Huntington, Aron, Galbrait ve Pye, kapitalist sistemin değişmeye gereksinimi olmadığını ve öteki ülkelerin seçeceği en doğru yolun kapitalizm olduğunu belirtmişlerdir.

SİSTEM ANLAYIŞI: YAPISAL GÖREVSELCİLİK

Yapısal görevselcilik toplumun ne olduğu, nasıl işlediği, kendini nasıl sürdürdüğü, neden kurumların ve adetlerin olduğu, yaşayan sistemin (toplumun) özelliklerinin ne olduğu, bu özelliklerin nasıl geliştiği ve tutulduğu sorularına cevap arar.

"Functionalism" kavramını Durkheim kullanıp yaygınlaşmasını sağlamıştır. Malinowski ve Radcliffe-Brown Durkheimle çağdaş

fonksiyonalizm arasında bir köprü kurmuştur. Gerçi Merton gibi fonksiyonalistler, bu iki antropolojik fonksiyonalistleri eleştirmişlerdir, ama güçlü etkileri hala devam etmektedir. Radcliffe-Brown'a göre, insanlar, canlı organizmalar gibi, bir bütün içinde, belli toplumsal ilişki setleriyle birbirine bağlıdır; kişiler toplumu terk edebilir veya yenileri gelebilir; toplum yapısının sürekliliği birimlerdeki değişikliklerle tahrip edilemez. Bu süreklilik toplumsal yaşam süreciyle sağlanır. Bu süreç, insanların birleştiği grupların ve kişilerin karşılıklı ilişki ve etkinliklerini içerir. Toplum yaşamı, toplumsal yapının fonksiyonudur. Bir cinayetin cezalandırılması veya cenaze töreni gibi yinelenen bir etkinliğin yaptığı iş toplumsal yaşamın tümünde yer alan bir parça ve dolayısıyla yapısal sürekliliğe yaptığı katkıdır. *"Fonksiyon, birimler arasındaki ilişki setlerinden ve yapının sürekliliği bu birimlerin etkinliğinden oluşur"* (Radcliffe-Brown, 1967:126, 127).

Toplumsal sistemin kendini koruması için sürekli olarak karşılaması gereken gereksinimleri vardır; görev (fonksiyon) bunları sağlamak için gerekli bir etkinliktir. "Fonksiyon" bir etkinliğin içinde bulunduğu toplam etkinliğe katkıdır. "Fonksiyon" kavramı, burada ve birçok durumda, "fayda" ile aynı anlamda kullanılmıştır. Gerçekte, tüm fonksiyonalistler, "fonksiyon" dediğinde, fayda ve görev veya faydalı görev demek isterler. Bu pozitivist-deneyci kuramın "faydacılık" temelindendir. Bunun anlamı, toplumsal sistem belli bir görev birliğine sahiptir. Bu birliği içsel tutarlılık olarak ya da yeterli derecede bir bağlılık ile çalışan sistemin parçalarının bir durumu olarak tanımlarız. Bu içsel tutarlılıkla çalışan sistem ne çözülemeyecek, ne de ayarlanamayacak kalıcı bir çatışma ortaya çıkarır. Örgütlenmiş ve düzenlenmiş muhalefet her toplumsal sistemin temel bir öğesidir (Radcliffe-Brown, 1967:126, 127).[19]

Toplum tarihin akışında, sürekliliği tehlikeye girmeden, yapısını değiştirebilir (Radcliffe-Brown, 1967:133). Aynı anlayışla çalışan Malinowski kültürleri incelemiş; sömürgeci güçlerle yerlilerin ilişkisini "kültürel temas" (Cultural contact) olarak nitelemiştir. Kültürel temas

---

[19] *Radcliffe-Brown'ın demek istediği muhalefet batı ülkelerindeki yerleşmiş siyasal partiler ve çıkar gruplarıdır.*

yaklaşımında alışveriş varsayımı vardır; ilişki tek yönlü değildir. Bu tür niteleme, İngiliz sömürgecilik ideolojisi ve idari yöntemleri ile antropolojik yapısal-görevselci yaklaşımın birbirine ne denli uygun düştüğünü gösterir (Erdoğan, 1997, 2002).

Çağdaş fonksiyonalistlerin başında Parsons gelir. Parsons'a göre sistem, en basit anlamıyla, birimler ve birimler arası kalıplaşmış ilişkilerden oluşur. En küçük birim ilişkiye katılan aktörün rolüdür. En küçük ilişki bir aktörün diğerleriyle olan iletişimindeki kalıplaşmış karşılıklı ilişkidir. Parsons'un "etkinlik sistemi" şu özelliklere sahiptir: Kişi/aktör belli amaçlar peşindedir (yani aktiftir). Bu amaçlara erişmek için etkinlikte bulunur. Etkinlik, aktörün amacına ulaşmak için kullanacağı olanaklar üzerine yaptığı öznel karardır. Amaçlar ve olanaklar biyolojik çevre, kalıtsal ve biyolojik yapı gibi çeşitli koşullar altındadır. Neyin amaç olduğu ve ne çeşit olanakların seçileceği, düşünceler, kurallar ve değerler tarafından yönetilir (Parsons,1937).

Bu "etkinlik sisteminde" aktörün girişimleri, bir boşlukta olmaz; aksine, kişinin bir konuma sahip olduğu (statüsü olduğu) ve kurallara göre belirlenmiş bir toplumsal durumda olur; statü ve roller çeşitli sistemlerde birbiriyle ilişkilidir ve birbirine bağlıdır; bu nedenle, birim etkinlikleri sistemlerin birbiriyle karşılıklı ilişkisi açısından görülmelidir; bu sistemler, statü sahibi aktörlerden oluşur; verildikleri rolleri kurallara uygun olarak oynayan bu aktörler toplumsal sistemi oluştururlar (Parsons, 1951).

Parsons'un "etkinlik sistemleri," dört "sağ kalma" sorununu çözmekle yükümlüdür:

Ayarlama: Çevreden yeterli olanakları almak ve sistem içinde dağıtmak;

Amaca ulaşma: Sistemin amaçları arasında öncelikleri saptayıp, kaynakları bu amaçların elde edilmesi için harekete geçirme.

Bütünleşme: Sistemin birimleri arasında mümkün olabilecek karşılıklı ilişkileri ayarlama ve koruma.

Kalıp (model) tutma (Latency): Gerilim yönetimini içerir. Model tutma birimlerin etkinliklerinde ve rollerinde uygun karakteristikler

göstermesini sağlamadır. Gerilim yönetimi, aktörlerin içsel gerilimleri ve zorlamaları ile uğraşmadır.[20]

Parsons, genel etkinlik sistemini kültürel, toplumsal, kişisel ve organik alt sistemler olarak ayırmış ve her sistemi ve alt sistemler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Parsons, bu sistemlerin ilişkisini "enformasyon kontrol hiyerarşisi" olarak belirler. "Sibernetik kontrol hiyerarşisi" diye adlandırdığı bu süreçte, kültür sistemi toplumsal sistemi, toplumsal sistem kişisel sistemi ve kişisel sistem organik sistemi enformasyon bakımından ayarlar. Bunun yanında, organik kişiliğe, kişilik toplumsala ve toplumsal kültür sistemine gerekli olan enerjiyi sağlar. Kısaca, sistemler enformasyon ve enerji iletişiminde bulunurlar. Parsons 1960'ların sonunda, bu sistemler içinde ve arasındaki ilişkileri genel "sembolik değiş tokuş (mübadele)" olarak nitelemiştir (Parsons, 1970).

Parsons'a göre toplum değişimi, organizmasal, kişisel, toplumsal ve kültürel sistemlerin artan biçimde birbirinden görevsel "farklılaşması;" bu sırada yükselen "yekpareleşme (bütünleşme)" sorunları ve yeni bütünleşmeyi sağlayan yapıların çıkışı, alt sistemlerin ve genel sistemin sağ kalma kapasitelerinin "yükseltilmesi" konularını içerir. Yani, toplumsal değişim, genel sistemin, sistemi oluşturan alt ve alt alt sistemlerin birbirinden fonksiyon bakımından farklılaşması ve ayarlanması genel sisteme bütünleşmesi ve kapasiteleri yükseltilerek büyümesi ve gelişmesi demektir.

Parsons'un toplumsal sistemi, klasiklerde olduğu gibi, içsel uyumluluğa dayanan sürekli bir denge içindedir. Toplumda sistemi

---

[20] *Parsons'da bu kavram kişinin toplumsallaşması süreciyle ilgilidir: Bu süreçte örnek tutma ve gerilim yönetimi toplumsallaşmayla, sağlık kurumlarıyla, ceza kurumlarıyla, eğitimle, din kurumlarıyla vb. sağlanır. Latent görev, fonksiyonalist sosyolojide, sosyal faaliyetin diğer sosyal kurumlar veya aktörler üzerinde amaçlanmayan ve tanınmayan sonuçlar çıkarmasıdır. Örneğin, Kızılderililerin "yağmur dansını" kavimi birleştirmede amaçlanmayan sonuç veya latent görev görür. "Kalıp tutma" kavramını "örnek olma" "model olma" olarak kullanabiliriz: Kalıp tutma ile iki şey denmek isteniyor: (1) Toplumun kalıplaşmış değer ve etkinlikleri var (2) Sistem üyelerin bu kalıplaşmış süreçlere göre değer kazanmasını ve etkinlikte bulunmasını sağlar*

ciddi bir şekilde rahatsız edecek, sürekli olarak sıkıntıya sokacak ve hatta radikal bir şekilde yapısını değiştirecek zorunlu hiçbir şey yoktur. Bu sistemin kişileri, uyumluluğu sağlayan süreçlerin gereksinmelerini daima isteyerek benimserler, dolayısıyla etkinlikleri sınırlanmamalıdır.

Berghe (1963) fonksiyonalizmin "en gelişmiş" şeklinin şu varsayımları içerdiğini belirtir:

(1) Toplumlar, birbiriyle bağlı parçalar sistemi olarak görülmelidir.

(2) Dolayısıyla, nedensellik bağları çoğul ve karşılıklıdır.

(3) Bütünleşme mükemmel değildir, fakat toplumsal sistemler temelde dinamik denge halindedir. Toplumsal denetim ve ayarlama mekanizmaları sistemin istikrarını ve süregelen durumunu korur.

(4) Kötü-işlevler, gerilimler ve sapmalar olur, fakat bunlar uzun sürmezler: Ya kendilerini çözmeye yönelirler ya da uzun sürede kurumsallaştırılırlar.[21]

(5) Değişim derece derece ayarlama şeklinde olur, ansızın "devrimci" şekilde olmaz. Şiddetli olan değişimler, gerçekte toplumsal "üstyapıyı" etkiler, toplumsal ve kültürel yapının temel öğeleri büyük ölçüde değişmeden kalır.

(6) Değişim temel olarak üç kaynaktan gelir: (a) sistemin dıştan gelen değişime ayarlanması; (b) yapısal ve görevsel farklılaşmadan geçerek olan "büyüme"; (c) toplumun içindeki grupların ya da üyelerin keşifleri, ya da yenilikleri.

(7) Toplumsal "bütünlüğü" yapan en temel ve önemli öğe "değer birliğidir." Değer sistemi sadece en derin ve en önemli "bütünleşme" kaynağı değil, aynı zamanda toplumsal kültürel sistemin en "istikrarlı" öğesidir.

Homans (1964) fonksiyonalizmin varsayımları ve araştırma konusunda üzerinde durdukları noktaları şöyle özetleyip eleştirir:

(1) Okul önce "kuralların" üzerine çalışmalara başladı. Kişilerin nasıl davranmaları gerektiğini ve gerçekte nasıl davrandıklarını gösteren kurallara eğildi. Analiz birimi kişi değil "rol" idi. Roller kurallar

---

[21] *Kurumsallaştırma sistemin bir parçası olmadır: Bir zamanlar öğrenci hareketlerinde solcu olanların 1990'larda medya'da büyük maaşla önemli yer almaları ve "sol görüşü" her fırsatta kötülemeleri.*

topluluğu olarak ve kurumlar da roller topluluğu olarak tanımlandı. Bu düzeyde sadece rollerin fonksiyonu ile ilgilendi. Fakat varolan kuralların nedenselliğine yaklaşmadı.

(2) Okul ikinci olarak deneysel bakımdan rollerin birbiriyle ve örgütlerin ilişkisiyle ilgilendi. Bu çalışmanın yapısal yanıydı. Sosyal antropologların yaptığını, ilkel toplumların kurumlarının birbirine nasıl uyduğunu, sosyologlar çağdaş topluma uyguladılar. Okul örgütlerin ilişkilerinin "ne" olduğuyla uğraştı ve "neden" öyle olduğu sorusuna değinmedi. Kuramı dengeye, yani değişmemeye dayanan bu okul, son zamanlarda dikkatini toplum değişimi çalışmasına çevirdi. Eğer bir kurum değişiyorsa, kimse neden bu yönde değişiyor sorusundan kaçamaz. Fonksiyonalizmin toplum değişimi kuramı olduğunu göstermek için 1950'lerden beri çeşitli girişimler olmuştur. (Örneğin, Merton'un orta yol fonksiyonalizmi, Coser'in çatışma fonksiyonalizmi).

(3) Okul üçüncü olarak "nedenler" yerine, toplumsal sistemin "sonuçları" ile ilgilendi. Bu sonuçlar kurumların fonksiyonlarıdır. Açıklamalarında bu kurumların, toplumdaki dengeyi tutmaya nasıl katkıda bulunduklarını gösterdiler. Bu "statü" sisteminin "fonksiyon" görmek için "neden" orada olduğu veya neden statü sisteminin varolduğu sorusuna değinmedi.

Kuramın eleştirisi

Yapısal görevselcilik tarihsizdir: Evrensel bir yapı sunar. Toplum değişimiyle ilgili geçerli bir kuramsal çerçeve sunmaz. Yöntemsel olarak gerçek toplumlar yerine soyut sosyal sistemle uğraşır. Karşılaştırmalı analize izin vermez. Parsons'un fonksiyonalizmi; tutucudur, soyuttur ve varsayımlarını oluşturan kavramlar araştırma için "işlevsel hale getirilemez" (değişkenlerin işlevsel tanımlanması yapılamaz; yani pozitivist-deneyciliğin temel kuralına uymaz).

Merton (1968) Fonksiyonalizmin bu sorunlarına çözüm olarak "orta yol fonksiyonalizmini" geliştirmiştir. Merton'a göre fonksiyonalizmin tutuculuğu antropolojik fonksiyonalizmin sosyolojik fonksiyonalizme olan etkisindendir. Bu etkiden kurtulmak için, üç temel varsayımı tartışarak değişiklikler getirmiştir.

Toplumun fonksiyonel (=yararlı etkinlik) birliği varsayımı: Merton, "Her kültür açısından standartlaştırılmış etkinliğin ve inancın, toplumun

tümü ve toplumda yaşayan kişiler için aynı şekilde işlediği (yararlı olduğu) yüksek derecede bir bütünleşmeye her toplum sahip değildir," diye bu varsayımı eleştirdi. Herhangi bir etkinlik, kişiler, alt gruplar, toplumsal yapı ve kültür için ayrı sonuçlar ortaya çıkarabilir. Bu sonuçlar bazıları için yararlı, bazıları için aksi olabilir.

Fonksiyonalizmin evrensel oluşu varsayımı: Her uygarlıkta, her gelenek görenekte, maddi nesne, düşünce ve inançlar aynı hayati görevi yerine getirirler. Malinowski'nin bu evrensellik varsayımını Merton şöyle yumuşattı: Kalıcı kültürel yapılar, doğrudan baskı veya dolaylı ikna yoluyla net bir görevsel sonuçlar dengesine sahiptir. Var olan kültür yapılarının görevini yapmayan (veya normal yapmayan) sonuçları da vardır.

Vazgeçilmezlik varsayımı: Her kültürde, her gelenek görenekte, maddi nesne, düşünce ve inançlar belli hayati görevler görürler, bu görevleri başarmak zorundadırlar ve çalışan bütünün "vazgeçilmez" parçalarını temsil ederler (Malinowski). Merton bu "vazgeçilemez" parçanın birim mi (örneğin maddi nesne, kurum), yoksa görev mi olduğunu tartıştıktan ve her ikisinin de vazgeçilemez olarak ele alındığını belirttikten sonra varsayımın kısıtlı olduğunu savunmuştur. Merton'a göre, aynı şey (item) çeşitli fonksiyonlar görebilir ve aynı "fonksiyon" alternatif şeylerle sağlanabilir. Dolayısıyla, fonksiyonel alternatifler, fonksiyonel eşitler ve fonksiyonel bedeller vardır.

Merton'a göre, bu üç temel varsayımı değiştirerek oluşan fonksiyonalizm, ne tutucu, ne de radikaldir; değer yargısız, politik ve ideolojik bakımdan tarafsızdır.

Merton'un (*dysfunctions)* "sistem yıkan sonuçlar" kavramı, özellikle "çatışma fonksiyonalizmini" çerçevenin dışına çıkmaya zorlar ya da sonuçta eskiye dönüşü zorunlu kılar. Örneğin fahişelik, gayri meşruluk (Davis, 1939:215-233), ekonomik düzensizlik (Davis ve More, 1945: 242-249) veya akla gelen her *dysfunction* gerçek anlamda *dysfunction* veya negatif değildir, çünkü her şey sistemin *sağ* kalışı ve korunmasına katkıda bulunur. Bize göre, "dysfunction" kavramının kullanılması, "fonksiyon" kavramının tek başına yaptığı ideolojik görevi daha iyi yapmasını sağlar; çünkü "Dysfunction" fonksiyonu yapmama, doğru yapmama, sapma, kötüye çalışma gibi anlamlarla yüklüdür ve

fonksiyonun istenen, aranan, doğru ve özellikle normal olduğunu anlatır. Dolayısıyla, örneğin, toplumun gemen değerleriyle uyuşmayan düşünce ve faaliyetler "dysfunction" (kötü-görev veya görevsizlik, görevini yanlış yapma) olarak nitelenir. Epey faydalı bir kavram. Kötü/yanlış fonksiyon (dysfunction) kavramının kullanılması "fonksiyon" kavramının yaptığı sistem tutma görevini daha güçle yapmasını sağlar. Çünkü "dysfunction" kavramının olumsuz yükleri (doğru yapmamak, sapma, kötüye çalışma), "function" kavramının doğru ve normalliğini meşrulaştırır.

Toplumun çeşitli birimleriyle uğraşan aydınlar aslında yapısal fonksiyonalizmin uygun yanlarını alıp, öteki yanlarını eleştirerek kendi görüşlerini tutucu kuramın çerçevesi içinde geliştirmişlerdir.

KİTLE İLETİŞİM SİSTEMİ: YAPI, İŞLEV VE DEĞİŞİM

Yapısal fonksiyonalizmin genel çerçevesi içinde çalışan pozitivist-deneyci kuram kitle iletişim araçları ile politik ve ekonomik "sistemler" ilişkisini görevsel farklılaşmanın getirdiği işbölümüyle oluşan "birimler" arası ilişki olarak görür. Birimlerin toplumdaki işlevleri yeterli derecede farklılaşınca, üreticinin (mal, yiyecek, fikir, kültürel ileti gibi) tüketiciye olan yakın yüz yüze ilişkisi olanaksızlaşır. Farklılaşma süreci, ürettiğini en sonunda satın alarak kullanan üreticinin (emeğin), aldığının kaynağı ile doğrudan ilişkisinden "yabancılaşmasını" ortaya çıkarır. Bu farklılaşma olmadan tüketici belli özgürlük derecesini elde edemez. Aynı zamanda farklılaşmanın olduğu sistemde, eğer sistem sabit dengeli olmalıysa, belli kontrol mekanizmaları zorunludur. Bu kontrol mekanizması "özgürlük derecesini" belirler. Bu kontroller örgütlenmiş yasal düzenleme kalıplarında toplanırlar. Parsons'a göre (1960) yüksek derecede farklılaşmış pazar sisteminde alıcılar dört çeşit özgürlük derecesine sahiptirler:

1.Çarşıda alışveriş için dolaşıp seçme yapabilme özgürlüğü;

2. Alışverişi ve seçmeyi istediği zaman yapabilme özgürlüğü;

3. Herhangi bir alışveriş koşuluna bağlı olmama ve fiyatlar üzerinde pazarlık yapma özgürlüğü;

4. Harcamalarını istediği zamana yayma özgürlüğü.

Endüstrileşmiş ekonomilerde pazar sistemi kusurlu çalışabilir ve alıcının özgürlük derecesine (=seçme özgürlüğüne) zorlamalar getirebilir: (a) Seçme özgürlüğünü tekelleşme kısıtlayabilir; (b) kitle üretimi sonucu kalite düşüklüğü çeşit üzerindeki seçme özgürlüğünü azaltabilir; (c) tekelleşme fiyat farklılığı ve pazarlık yapma üzerine olan seçme özgürlüğünü kaldırabilir; (ç) enflasyon nedeniyle harcamaları zaman içinde uzatmaya dayanan özgürlük anlamını yitirebilir.

Parsons kitle iletişim sisteminin, ekonomik ve siyasal sistemde olduğu gibi, farklılaşmış toplumsal sistem olduğunu belirtir. Bu sistem dört seçme özgürlüğü getirir: (a) Gazete, dergi, kitap, radyo ve televizyon istasyonları ve programlan arasında seçim yapma; (b) içerik şekilleri ve kalite çeşitleri arasında seçim yapma; (c) tercihinde harcadığı para ve (ç) izlemeyi zaman içinde saptayıp, ona göre izleyip izlememe, şimdi okuma ya da bir yana koyup sonra okuma.

Parsons bu sistemde sapmaların (yoldan çıkmaların) ve kusurlu fonksiyonların olabileceğini ve olduğunu, fakat Amerikan toplumunda buna karşı, geliştirici oluşumların egemenliğini belirtir. Olumlu yapısal değişimler olmakta ve bu sistemin genişlemesini, farklılaşmasını ve mükemmelleşmesini ortaya çıkarmaktadır. Genişleme belli bir üst düzen, kültür grubu yerine, sistemi geniş halk kitlelerine ulaştırmakla olmaktadır: Farklılaşma araç, içerik ve izleyici yönlerinden olmaktadır. Bu durum da artan farklılaşma ile gelen artan uzmanlaşmayı ortaya çıkarmaktadır. Genişleme, farklılaşma ve uzmanlaşma ile sistemin kapasitesi artmakta, dolayısıyla iletişim sistemi mükemmelleşmektedir.

Görevselcilik öğesini kitle iletişim araştırmalarında başından beri görürüz. "Etki" araştırmalarının temel ilgisi, iletişim sürecinin gönderici (kişi, grup, toplum), için yaptığı görevler ve bu görevlerin en etkili şekilde nasıl yerine getirileceği olmuştur. Görevselci çözümleme bireysel, alt gruplar, toplumsal ve kültürel sistemlerin bir toplumsal yapı içinde normal işlemesi, uyumu ve ayarlamasını etkileyen toplumsal olguların sonuçlarını inceleme ile büyük ölçüde ilgilidir. Bu çözümlemenin uygulandığı toplumsal "şeyler", toplumsal roller, örgütsel şekillerin düzeni, kültürle şekillenmiş duygular, toplumsal kurallar, grup örgütlenmesi, toplumsal süreçler, kültürel şekiller,

toplumsal yapı, toplumsal denetim mekanizmaları gibi standartlaşmış "parçalardır".

Schramm (1973:31) ve Lasswell (1948) görevleri ve görevler kategorisini siyasal, ekonomik ve genel toplumsal sisteme şöyle bağlar:

Çevreyi gözaltında tutma (haber ve enformasyonun toplanıp dağıtılması): Siyasal sistemde bilgi toplama; ekonomik sistemde kaynaklar ve alışverişte haber verme; genel toplumsal sistemde toplumsal kurallar, roller hakkında bilgi ve haber verme ve bunun kabulü ya da reddi. Bu gözetleme sonucu, fırtınaların, yağmurların, çeşitli tehlikelerin ve tehditlerin, askeri saldırıların önceden bilinmesi ve halkın harekete geçirilmesi sağlanır. Bunun yanında Örneğin hava durumu, hava trafiği, deniz trafiği ve borsa haberleri gibi gözetleme örgütlerinin ve kurumların günlük etkinliklerini yürütmede yararlıdır. Öte yandan sansürsüz gözetleme toplumun yapısını tehdit edebilir, panik yaratabilir (Orson Welles'in programı) ya da ilgisizlik ve uyuşturucu madde almış gibi hareketsizliğe itebilir (Lazarsfeld ve Merton, 1948:20; Lasswell, 1948; Wright, 1959:18, 19, 20). McQuail (1983:79, 80) bunu enformasyon görevi olarak niteler: Dünyada ve toplumdaki durumlar ve olaylar hakkında bilgi sağlamak; güç ilişkilerini göstermek (çıkar grupları ve örgütleri arası ilişkiler); yenilikleri, uyumu ve gelişmeyi kolaylaştırma.

Çevreye karşılık vermede toplumun parçalarının birbiriyle olan bağıntısını sağlama: Kitle iletişim araçları enformasyonu (bilgiyi) veren ve yayan geniş bir "bilgi endüstrisinin" parçasıdır. Bu araçların görevi enformasyonu hazır, hızlı ve geniş bir şekilde sağlamaktır. Bunu yaparken de toplumda varolan enformasyonlar arasından seçme yaparlar; seçtiklerini işler ve izleyiciye iletirler (Schramm,1973:138). Siyasal sistemde bilginin yorumu, politikanın yapımı, yayımı ve uygulanması; ekonomik sistemde ekonomi ile ilgili enformasyonun yorumu, ekonomik politikanın kararlaştırılması, pazarın denetimi; genel toplumsal sistemde halkın anlayış ve isteklerinin eşgüdümü, toplumsal denetim operasyonu işlevlerini görürler. McQuail (1983:79, 80) bu karşılıklı bağlılık sağlama görevini enformasyon ve olayların anlamı hakkında açıklama ve yorum yapma; yerleşmiş kurallar ve

egemenlik için destek sağlamak; toplumsallaşma; farklı, etkinlikleri ayarlama; fikir veya oybirliği sağlama; öncelikler sırasını saptama ve bağımlı toplumsal duruma işaret etme olarak betimler.

Toplumsal mirasın (değerlerin, kültürün) kuşaktan kuşağa aktarılması: Siyasal sistemde yasaların ve adetlerin aktarılması; ekonomik sistemde ekonomik davranışı açıklamak; genel toplumsal sistemde toplumsal normların ve rol kalıplarının toplumun yeni üyelerine aktarılması. Kısaca toplumsallaşma, sosyalleşme. McQuail (1983:79, 80) bunu devamlılık sağlama görevi olarak niteler: Egemen kültürü ifade etme ve alt kültürler ve yeni kültürel gelişmeleri tanıma; değerler ortaklığını işleme ve tutma.

Eğlence: Politik ve ekonomik sistemlerde "eğlence" yoktur; onun yerine genel toplumsal sistemde boş vakit geçirme, gerçek sorunlardan ve işten kurtarma, rastlantıyla öğrenim ve toplumsallaşma vardır. Bu bağlamda, kitle iletişiminin görevi hoş vakit geçirme günlük baskılardan uzak, dinlenme olanakları sağlamadır.

McQuail (1983:79, 80) buna beşinci bir görev olarak harekete geçirme (seferber etme) görevini eklemiştir: Siyasal, savaş, ekonomik kalkınma, iş ve bazen din alanında toplumsal amaçlar için kampanya yapma.

Wright'a göre görevselci çözümleme kendini sadece "yararlı sonuçları" incelemeyle sınırlamaz. Tersine görevselci kuramda belirlenen çeşitli sonuçlara eğilir. Örneğin, Merton etkinlik sonuçları ve güdüler arasında ayrım yapmıştır: Bir etkinlik, elde edilen "istenen" sonuçlar "belli" görev ve "istenmeyen" sonuçlar "gözükmeyen" görevler olarak nitelenir. Her sonuç oluştuğu toplumsal sistem, katılan gruplar ve kişiler için pozitif değere sahip değildir. Toplumun ve üyelerin refahı açısından istenmeyen etkiler "görevini yapmama" olarak nitelenir. Wright, sonuçlar tanımlamasını, yukarıdaki dört temel iletişim etkinliği ile birleştirerek şu görevselci formülü sunmuştur:

- Kültür sistemleri
- kişiler ve alt gruplar için
- kitle iletişimiyle iletilmiş
- eğlence,
- kültürel aktarma

- karşılıklı bağ (= yorum etkinliği)
- çevreyi gözetme etkinliklerinin
- gözüken ve gözükmeyen işlevler ve işlevsizlikleri nelerdir?

Kitle iletişiminin her etkisi görevsel çözümlemeye konu değildir; sadece incelenen bir sisteminin normal bir şekilde devamı için önemli ve ilgili olanlar üzerinde durulur. Çözümlemenin konusu sistemin yeterli, etkili veya uygun bir şekilde işleme düzeninin gereksinimlerini, ya da bazı gereksinimlerini sağlayan öğelerdir.

Anayolun tutucu aydınlarına göre, iletişim araçları, (a) ahlaksızlığı, düzenbazlığı, günahkarlığı teşhir eden, (b) ifade özgürlüğünün bekçisi olarak çalışan, (c) milyonlara kültür getiren, (ç) halka günlük zararsız eğlence sunan, (d) dünya olayları hakkında bizi aydınlatan, (e) ekonomik örgütlerimizin gelişmesi için ürünleri satın alma ve tüketimimizi bıkmadan ısrarla tekrarlayarak yaşama düzeyimizi daha da geliştiren sadık hizmetkarımız ve kurtarıcımızdır (De Fleur, 1970:5). Loevinger (1968:40) "Özgür bir *millet olarak kalabilmemiz gerçek bir ortak kültürün gelişmesine bağlıdır. Bu iletişim araçlarının en çok popüler programlar sunmasıyla sağlanabilir*" diye iletişim araçlarının rolünü belirtmektedir.

Görüldüğü gibi enformasyon araçlarının elde edilebilir olması kişinin çağdaş toplumda "normal olarak" işlemesinin, kısaca normalliğin bir koşulu olarak sunuluyor. Dolayısıyla, araçların örgütsel yapısı ve enformasyonun ideolojik içeriği bu normalliğin bir parçası olarak kabul ediliyor.

İLETİŞİM ALANINDA BUNALIM

Lazarsfeld grubunun en ünlülerinden B. Berelson, 1959'da geçmiş araştırmalara ve o zaman yapılanlara bakıp düş kırıklığına uğratıcı sonuca vardı ve alanı terk etti. Berelson'a göre, 1950'lerin sonuna gelindiğinde kitle iletişim alanında "yapılabilecek bütün" araştırmalar yapılmış ve bulunabilecek "bütün bulgular" bulunmuştu." iletişim alanındaki araştırmaya canlılık veren 20 yıl önceki olağanüstü fikirler büyük ölçüde eskidi; onların yerini alacak değerde ve ölçüde hiçbir yeni fikir çıkmadı; alanın genişlemesi kesinlikle yavaşladı ve muhtemelen durdu; yeni girişimlerde bulunanlar yıllarca önce

öncülerin yaptıklarını yineliyorlar ve şimdi düş kırıklığına uğradılar (1959:16). Berelson'un "öncüler" dediği kendisi ve Lazarsfeld grubu araştırmalarında kitle iletişiminin etkisinin güçlü olmadığını buldular. Bu bulgu, grubu kitle iletişiminin etkisinde yeni bir odak noktası diye adlandırdıkları kişisel etki konusuna yöneltti. Bilimsel bakımdan yolun sonuna gelindiği çıkmazı sırıtmaya başladı. Bundan sonra iletişim araştırmasından vazgeçtiler. Lazarsfeld matematiksel sosyolojiye ve Lasswell siyaset sosyolojisine (kendi temel alanlarına) döndüler.

Chaffee'ye göre (1983:19), eğer araştırmaya devam etselerdi bugün daha güçlü bir alana sahip olurduk. İletişim alanı o zaman, Chaffee, Schramm ve Rogers'ın da belirttiği gibi, gerçekte bir "alan" olma yerine, çeşitli disiplinlerdeki iletişimle ilgilenen aydınların toplanma yeriydi. Örneğin Parsons, Lasswell, Merton, Mills, Lewin ve Park gibi ünlüler için iletişim önemliydi; iletişimle yan uğraş olarak ilgilendiler; ilgileri bittiğinde kendi asıl alanlarında geri döndüler. Bu önderler kendi alanlarına çekilince iletişim alanında sarsıntılar başladı (Chaffee, 1983). Berelson, H. Himmelweith grubunun Londra'da, W. Schramm'ın Stanford'da, C. Osgood'un İllinois'de, C. Hovland grubunun Yale'de, Lerner'in MIT'te, R. D. Laing grubunun Londra'daki çalışmalarının elbette farkındaydı, fakat Berelson aynı şeylerin tekrarlandığını ve yeni bir şey ortaya çıkarılmadığını, dolayısıyla iletişim alanının çıkmazda olduğunu öne sürüyordu.

Gerçekte 1950'ler iletişimde sayısız araştırmalara tanık oldu ve bunlar sürdürüldü. Gerçek sarsıntı bu araştırmaların dayandığı kuramın ve modellerin sınırlılığı sonucu ortaya çıktı. Yani sayısız araştırmalar vardı, fakat gerçek sorun hepsinin de biyolojik süreçten esinlenen psikolojik denge dinamiğine (Homeostasis) dayamalarından kaynaklanmaktadır. Kitle iletişimi ile ilgili alan araştırmalarında bile kişiler dinamik birimler olarak alınmış ve toplumsal gerçeklerden soyutlanmışlardır. Bu tür yaklaşımın yarattığı düş kırıklığıyla (ve çıkar bağlamında faydalı olduğu için) "kişisel etkiye" yönelmişlerdir: Kişisel etki görüşü gerçekte atomlaştırılmış kitle düşüncesiyle hareket eden "kent sosyolojisi" ile gruplara ve grup ilişkilerine eğilen "kırsal sosyolojinin" "evlenmesi" olmasa bile, kent sosyolojisinin kırsal sosyoloji ile renklendirilmesidir. Öte yandan, laboratuar araştırmaları

tümüyle davranışçı psikolojiye dayanmıştır. Alan araştırmalarını "sosyoloji" olarak nitelerken bu araştırmaların büyük çoğunlukla sosyo-psikolojik araştırmalar olduğu çok açıktır. Alan araştırmalarında toplumsal yapıyla ilgili öğeler grup normları ve değerleri ötesine gitmemiştir.

Temeldeki sarsıntıların kuramsal yapıya sosyolojik eğilimin getirilmesiyle giderileceği sanıldı. Bu sanı sonucu Riley ve Riley (1959), Klapper (1960), Wright (1959), Halloran (1964) ve benzerleri sosyolojik yaklaşımı, daha doğrusu yapısal görevselciliği getirdiler. Gerçekte yapılmak istenen kapsamlı bir kuramla çeşitli yönlere gittiği söylenen alanı bir düzene sokmaktı. Bu çabalar 1960'larda başlayan yeni bir yönelim olarak nitelenir. Berelson bu yeni yönelim dönemini iletişim biliminin sonunu ilan ederek kapattı. Klapper bu dönemin kapsamlı bir muhasebesini yaparak, yeni bir dönemin açılması için, özellikle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını destekleyerek ve gelişmesi gereğini vurgulayarak girişim yaptı. İletişim alanı yok olmadı, aksine 60'lar 40 ve 50'lerde öğrenilenlerle kapitalist endüstriyel yapının bütünleşik bir parçası durumuna geldi. Bu yapı okullardaki bölümlerde ve bilimsel araştırmalarda yaygın bir şekilde yansımaya başladı.

GEÇMİŞE BAKIŞ: 40 VE 50'LERİN ÖĞRETTİKLERİ

Klapper (1960), Berelson ve benzerlerinin tutumunu kötümserlik olarak görür ve bunun "temellerini" şöyle açıklar: Kötümserlik hem meslekten olmayanlar, hem de araştırma kurumları içinde çok yaygındır. Belli bir kötümserlik ve hatta kuşkuculuk, sorularına yanıt vermede başarısızlığa uğradığımız meslekten olmayan kişilerden beklenebilir. Öğretmenler, din adamları, analar, babalar ve yasa koyucular kitle iletişim araçlarındaki şiddetin suç işlemeyi çoğaltıp çoğaltmadığı, kitle iletişimi ile "kaçışın" halkı gerçeklere karşı duyarsız yapıp yapmadığı ve kitle iletişim araçlarının halkın siyasal tutumunu nasıl etkilediği sorularını son on beş yıldan beri çoğu kez sormuşlardır: Bu sorulara kesin yanıtlar vermeyi başaramadığımız gibi, aynı zamanda daha kötü bir şey yaptık: Her görüşe kısmi destek sağladık. Deneysel sonuçlarla bir yandan kaçışçı materyalin izleyicisine kör ve

gerçeklerden uzak bir dünya görüşü verdiğini söylerken, diğer yandan yaşamın gerçek sorunlarını çözmede yardım ettiğini iddia ettik.[22]

Aynı şekilde, cinayet ve şiddet konusunda da "muhtemelen bir nedensellik ilişkisi var, fakat bu sadece yapma yönünde dürtü etkisi olabilir" sonucu çıktı. Yani kitle araçları normal kişiyi suç işlemeye itmiyor, zaten suç işlemeye hazır olan kişiyi itiyor olabiliyor. İkna etme konusunda, kitle iletişim araçlarının dinsel hoşgörüsüzlük, savaş harcamalarını destekleme, Amerikan yaşam biçimine inanç gibi çeşitli konularda etkili olduğu bulundu. Kesin yanıtlar yerine bazen yetersiz, bazen çelişkili bulgularla gelen bir araştırma geleneği ortaya çıktı. Bu geleneğe insanların kuşkuyla bakması hiç de tuhaf değildir.

Araştırma kurumları içinde de kötümserlik çıkmıştır. Belirsiz ve çelişkili bulgular önce daha ayrıntılı araştırmalara gereksinim olduğu düşüncesini yaratmıştır. "Yeni varsayımlar ve ek değişkenlerle kaos durumuna düzen getireceğimizden, yeterli bir şekilde teşhis ve önceden-tahmin etmede etki sürecini tanımlamayı başaracağımızdan kesinlikle emindik. Fakat değişkenler öylesine çoktu ki işin içinden çıkma olanağı pek azdı. "Kim kime ne söyler" formülünün görevselci durgun sularının evvelce "izleyici tutumları", "kendi için tercih" ve "tercihle ilgili algılama" tarafından bulandırıldığı görülmüştü. Laboratuar ve toplumsal araştırmalar diğer birçok değişkenlerin etkisini belgelerle daha yeni kanıtlamıştı. Durumsal örgütlenme,

---

[22] *Dikkat edersek gerçekte her iki söz birbirini tamamlayıcıdır: Birincisi 1960 öncesi alan araştırmacılarının ve sonrakilerinin bazılarının daha liberal yorumudur. İkincisi kullanımlar doyumlar görüşünü yansıtır. Tamamlayıcı bağ şu: Kaçış materyalleri yaşamın gerçek sorunlarından fantezi dünyasına kaçışla kişiye bu sorunları çözmede alternatif sunar. Kişi okuyarak, seyrederek, dinleyerek kendini bu sorunların baskısından uzaklaşır. Bu fonksiyonel kullanış ve kullanışla ortaya çıkan sonuç sonradan istenmeyen sonuçlar da verebilir. Buna fonksiyonalizm görevini "normal biçimde yapmama veya kötü yapma" (dysfunction) der ve bunlarla pek ilgilenmez. Aslında, kurama göre, bu "kötü görev yapan" parçalar, bütünün denge arayışı sonucu bütüne bütünleştirilir: Bu bütünleştirilme de, aslında, eğitim sisteminin okullarında sınavlar ve notlarla, adalet sisteminin polisi, işkencecileri, vurucu timleri, ordusu, hapishaneleriyle ve deliler hasta hanesindeki haplarla boyun eğmeyi sağlamayla yapılır.*

izleyicinin kaynak hakkındaki görüşü, vakit geçirme, grup yönelimi ve grup üyeliğine verdiği değer, durumun aracı kullanma sırasında ve kullandıktan sonraki toplumsal yanı, izleyicinin rol oynaması için zorlanmasının derecesi, izleyicinin kişilik özellikleri, toplumsal sınıfı ve engelleme düzeyi, kanaat önderinin etkinlikleri, serbest girişim sisteminde kitle iletişim araçlarının doğası, etkinlik dürtülerini yürütmek için toplumsal mekanizmaların varlığı gibi sorun listesi sonsuz olmasa bile çok büyüktür ve büyümeye devam etmektedir (Klapper, 1960:2,3).

Berelson'un 1948'deki "bazı koşullar altında bazı insanların dikkatine sunulan, bazı konulardaki bazı iletişim bazı etkilere sahiptir" sözünün 1960'da doğru olduğu ortaya çıkmıştır. Böyle olunca bazı araştırmacıların etkinin ne ve nasıl olduğunun sistematik anlatımının ve önceden tahmine dayanan uygulamaların gittikçe daha çok uzaklaşan amaçlar olduğunu hissetmeleri tuhaf değildir. [23] Klapper (1960:2,3,4) iletişim alanını bırakan Berelson ve aynı şeyi yapıp kendi temel alanına dönen Lasswell gibilerin aksine, gerçekte umut olduğunu ve bu umudun iki önemli olguya dayandığını belirtmiştir: Birincisi iletişimin etkisiyle ilgili yeni bir yönelim, ikincisi bu yeni yönelimden denemelere dayanan birkaç genellemenin çıkmasıdır.

Klapper geçmişteki araştırmaları inceleyerek bu yeni yaklaşım için beş genel sonuç çıkarmıştır. Klapper bu genellemelerin nihai değil, "açıklayıcı" olduğunu ve düzeltmelerin kaçınılmaz ve istenilir olduğunu belirtmiştir. Genelleştirmeler şunlardır:

(1) Kitle iletişimi genellikle izleyici üzerindeki etkilerin yeterli ve zorunlu bir nedeni olarak görev yapmaz; bunun yerine araya giren etki ve etkenlerin bağlarından geçerek ve bu bağlar arasında görev görür.

(2) Bu araya giren etkenler kitle iletişimini varolan koşulları destekleme sürecinde tek neden olarak değil, katkıda bulunan bir ajan olarak gösterir. (İzleyicilerin oy verme niyetleri, suç işlemeye giden veya suç işlemeden kaçan davranışları ve hayatın sorunlarına karşı olan genel yönelimleri gibi durumlar soruşturulsun ve aranan etki

---

[23] *Hangi koşullar, hangi insanlar, hangi konular, hangi iletişim ve hangi etkiler? Bu sorularla ilgili görevselci yanıtlar aradılar ve sonuçta Berelson'un 1948' deki sözüne ulaştılar. Şimdi gene dönüp aynı soruyu, eski şişeye yeni etiketler koyarak incelemektedirler.*

toplumsal ya da bireysel olsun fark etmez, kitle iletişim araçlarının değiştirmeden çok destekleyeceği olasılığı daha fazladır.)

(3) Kitle iletişiminin sosyal değişim yönünde görev yaptığı hallerde iki koşuldan biri var demektir : (a) Ya araya giren etkenler çalışmıyor (b) yada normal olarak destekleme lehinde olan araya giren etkenlerin kendileri değişimi tahrik edici.

(4) Belli bazı durumlarda kitle iletişimi doğrudan etki üretiyor ya da doğrudan belli psikolojik görevlere hizmet ediyor görünür.

(5) Hem etkiye katkıda bulunan, hem de doğrudan etki ajanı olarak, kitle iletişiminin yeteneği araçların ve iletişimlerin, ya da iletişim durumunun çeşitli yanları tarafından etkilenir. (Örneğin, kaynak ve aracın doğası, varolan kamuoyunun atmosferi.)

Benzer şekilde, İngiltere'de Halloran, Televizyon Araştırma Komitesinin ilk raporunda, Klapper gibi, "etki" araştırmalarının genel bir değerlendirmesini yapmıştır. Klapper'in bulgularını kanıtlayan Halloran "sosyolojik" yaklaşımın yeni yönelim olduğunu (ve olması gerektiğini) ortaya atmıştır. McQuail (1977) bu yeni dönemi etki sorusunun tekrar açılması olarak belirler. Bu dönemde, McQuail gibiler kitle iletişim araçlarının etkisi soruşturmasını sürdürürken, Klapper, Halloran ve benzerleri dikkatlerini kitle iletişim araçlarının toplumsal kurum ve kitle iletişiminin toplumsal süreç olarak incelendiği bir sosyolojik yaklaşımın gelişmesine çevirdi.

Bu genelleştirmelere açıklık kazandırmak için, dayandıkları araştırma ve bulguları Klapper'in görüş açısından her biri aşağıda sunuldu.

DESTEKLEME VE ARAYA GİREN ETKENLER

Klapper tercihle ilgili izleme, algılama ve hatırlama, grup ve grup kuralları, iletişim içeriğinin kişiler arası yolla yayılması, kişisel etki ve kanaat önderliği ve toplumda kitle iletişim araçlarının doğası ile ilgili laboratuar ve alan araştırmalarını incelemiş, ortak karakterlerine eğilmiş ve sonunda birinci ve ikinci genelleştirmesini çıkarmıştır. Klapper şu önemli sonuçları bulmuştur:

(1) İletişim araçlarıyla olan ikna edici kitle iletişimi genellikle izleyicilerin varolan fikirlerini değiştirmeden çok destekler. Önemi az

olan tutum değişimi "dönmeden" daha çok "etki" ve "destekten" daha az "etki" olarak görünür. Fakat bu belli koşullar altında yaygın dönmelerin olmayacağı demek değildir.[24]

(2) İkna edici iletişimin değiştirmeden çok destekleme ajanı olarak hizmet etmesi etkinin iletişim dışı etkenlerin ve koşulların araya girmesindendir. Bu etkenler:

(a) *Tutumlar ve seçimsel izleme, algılama ve hatırlama:* insanlar varolan görüşlerine uygun iletişimlere kendilerini verir ve hoşlanmadıkları iletişimlerden kaçınırlar. Eğer sempatik görmedikleri materyallerle karşılaşırlarsa, materyalin anlamını kendi görüşlerine uygun olacak şekilde pek saptırmazlar. Aynı zamanda, sempatik materyalleri sempatik olmayanlardan daha iyi hatırlarlar.

(b) *İzleyicinin dahil olduğu grup ve grup kuralları*: İzleyicilerin dahil oldukları grupların kurallarını yansıtan tutumlar değişime karşı dayanıklıdır. Gruplar diğer yollarla desteklemeyi kolaylaştırırlar, tercihle ilgili izlemeyi artırırlar ve sempatik iletişimin kişiler arası yolla yayılma alanını sağlarlar.

(c) *İletişim içeriğinin kişiler arası yayılması:* Bu yayılma uygun fikirleri paylaşan kişiler arasında daha çok olur. Bu yayılma iletişimin desteklenme potansiyelini artırır.

(d) *Kanaat önderleri:* Bu konudaki araştırmaların çoğunluğu önderin değişim üretmedeki rolüne eğilmiştir; önderler çoğu kez etkilerini destekleme ve sadakat lehinde kullanır.

(e) *Serbest girişim toplumunda ticari kitle iletişim araçlarının doğası*: Kitle iletişim araçları çoğunlukla toplumsal bakımdan destekleyici ajanlar olarak görev yaparlar ve kitle iletişim araçlarının ve toplumun ekonomik karakteri böyle bir durumun kaçınılmazlığını gösterir.

(3) Bu araya giren güçlerin rolleri bakımından, ikna edici iletişimin etkilerine ilişkin iki olgu vardır:

Tutumdaki önemsiz değişim çoğu kez ikna edici iletişimi izler. Bu tür değişmeler tercihle ilgili sürecin ve grup kuralları tarafından

---

[24] *Klapper istatistiksel olasılık dili kullanmıştır. Anlaşılmanın daha kolay olması için "olma olasılığı daha çoktur" yerine "olur" kullandık.*

düzenlenen hareket sahasının kusurlu olduğunu gösterir. Bazı önemli değişim durumları çatışan tutumların, grup kuralları ya da başka çapraz baskıların sonucu olabilir.

Kişinin benliğinin girdiği tutumlar, değişime karşı özellikle dayanıklıdır. Dolayısıyla, destekleyiciyi veya araya giren faktörler olağanüstü güçlü etkinliklere teşvik edebilirler (Klapper, 1964: 49, 52).

YENİ KONULARDA KANAAT YARATMA

Kitle iletişim araçlarının önceden herhangi bir eğilimi olmayanlar arasında kanaat yaratmada etkili olduğuna büyük ölçüde inanılır. Ancak kitle iletişiminin yeni konularda etkisi ile ilgili incelemeler azdır. Varolan laboratuar ve alan çalışmaları, izleyicilerin önceden bir kanaat yaratmada iletişimin büyük ölçüde etkili olduğuna işaret eder. Bu konuda iletişimlerin izleyicileri "aşılama" yeteneği olduğu ve sonraki iletişimlere karşı dayanıklı kıldığı ortaya konmuştur. Ayrıca, kitle iletişiminin "olayları izleyiciler için inşa ettikleri" görülmüştür.

Konunun yenilik derecesine göre, iletişimin sempatik olmayan tutumlara, grup normlarına ve kanaat önderlerine takılacağı olasılığı yoktur. Kısaca, normal olarak değişimi engelleyen araya giren etkenlerin çalışmadığı görülür. Bu etkenlerin ikna edici etkiye yardım etme olasılığı da azdır (Klapper, 1960:59-61).

TUTUMLARI DEĞİŞTİRME

Kitle iletişiminin tutumları destekleme etkisi, değiştirme etkisine oranla daha çoktur. Kitle iletişiminin katıldığı değiştirme süreçlerinde normal olarak desteklemenin oluşmasını sağlayan koşullar ve iletişim dışı etkenler az etkili görünürler ve bazen farklı görevler yerine getirirler:

(a) *Tercihle ilgili süreçler:* Normal olarak desteklemeye yardım eden tercihle ilgili izleme, algı ve hatırlama uygulanamaz. Ayrıca, kişi iletişim dışı koşullar tarafından değişmeye doğru yönlendirildiğinde, tercih süreçleri kişiyi değişme öneren iletişimlere karşı duyarlı kılabilir.

(b) *Gruplar ve grup kuralları:* Bu iletişim dışı etkenler, çoğu kez desteklemeye yardım ederler. Grup için çok önemli olmayan sorunlarda ve grup üyeliğine büyük önem vermeyen kişilerde etkileri

az olabilir. Bu noktalarda deneysel kanıtlar ikna edici değildir. Gruplar ve grup kuralları aynı zamanda herhangi bir etki yapmayabilir çünkü kurallar ödül vermez hale gelmiştir veya kişi referans grubunu değiştirmiştir. Grup tartışmaları grup kurallarını geri getirebilir ve böylece ayrılanları yeniden döndürebilir ve daha önemli kuralların korunması için grubun öteki kuralları değişebilir.

(c) *Kişisel etki:* Kitle iletişimi ve kişisel etkinin birlikte olduğu durumda, kişisel etki, kitle iletişiminden daha çok değişime etki yapar. Kişisel etki bir destekleme ajanı olarak görev yapar, fakat bu iki farklı görevin görece oranı açık değildir. Kitle iletişim araçları kanaat önderlerine ulaşmada en kullanışlı yoldur.

(ç) *İkna edilebilirlilik:* Özellikle laboratuar deneyleri bazı duyguların daha az ikna edilebilir olduğunu göstermiştir. İkna edilebilirlilik "yetersizlik" hisleri ile ilişkili ve "zeka" ile ilgisiz görünür. Başka kişilik etkenleriyle ilişkisi hakkında kanıtlar çelişkili ya da sınırlıdır. İkna edilebilirlilik ile kişilik etkenleri arasındaki nedensellik ilişkileri konusunda bir şey bilinmemektedir.

Belirtilen etkenlerin oynadığı roller bakımından kitle iletişiminin etkilerinin belirli yanları açıklığa kavuşturulması gerekir:

Çapraz baskı altındaki kişilerin değişime alışılmamış bir şekilde duyarlı oldukları, fikir bakımından dayanıksız ve bu nedenle yeniden dönmeye yatkın oldukları, bazen konuya ilgilerini tamamıyla yitirdikleri ortaya konmuştur. Bu, kişiyi konunun bir yanına duyarlı kılmak yerine, sürekli iki yönde duyarlı kılan aracı güçler yüzünden olabilir.

Önce kabul etmedikleri tartışmaları sürekli tekrarlamaları istenen kişiler, çoğu kez bu tartışmayı kabule yönelirler. Bu durumda, tercihle ilgili hatırlama desteklemeye karşı çalışır ve özgün iletişime açık olan izleyiciler referans grubu olarak görev yaparlar.

Çeşitli incelemeler, gerçeklerin üretmesi beklenen fikir değişikliğini üretmeksizin başarılı bir şekilde iletişildiğini göstermiştir. Tercihle ilgili algı soru altındaki tutuma uygun olarak gerçekleri görmeden izleyiciyi engelleyebilir. Gerçekler, böylece zararsız olarak alınıp kabul edilir, fakat tutum değişimi bunu izlemez.

İLETİŞİM VE İLETİŞİM DURUMU

İletişimin kendisinin çeşitli yönleri ve durumu kitle iletişiminin ikna edici etkileriyle ilişkilidir. Bunlar iletişimin o anki kaynağı, yapıldığı araç, iletişimin içeriği ve iletişimin izleyici tarafından alındığı toplumsal durumu içerir.

(1) İzleyicinin kaynak hakkındaki düşüncesi iletişimin yorumuna ve ikna ediciliğine etki eder. İnanılır, güvenilir ya da prestij bakımından yüksek olarak görülen kaynaklar ikna etmeye yardım eder ve olumsuz düşünce yaratan kaynaklar iknayı engeller: Farklı etki zamanla yok olmaya yönelir.

(2) Kitle iletişim araçlarının kendilerine hayranlıkla bakılır, taşıdıkları fikirlere ve kişilere statü kazandırır.

(3) Kitle iletişim araçları, ikna edici kanallar olarak farklı şekilde etkilidirler:

Laboratuar araştırmalarında, medya dışında bütün koşullar aynı kaldığında, kişisel ilişki radyodan, radyo da basından daha etkili bulunmuştur. Televizyon ve filmin kişisel ilişki ile radyo arasında bir yerde bulunduğu düşünülebilir.

Resmi olmayan kişisel iletişim, sürekli bir şekilde diğer kitle iletişim aracından daha etkili bulunmuştur. Fakat bu, yine de başarılı bir iknaya temel değildir. Yüz yüze ilişki ile tamamlanan çeşitli araç kullanmanın özellikle etkili olduğuna inanılır.

Her aracın ikna yeteneğine ilişkin çeşitli avantajlara sahip olduğuna inanılır. Örneğin, basının izleyiciye izleme düzeyini kontrole izin vermesi gibi.

Teknik yetenek derecesi aracın ikna edici kapasitesini etkileyebilir. Bu daha çok sunma tekniğiyle ilgilidir.

(4) Belli içerik nitelikleri ve kurguları kitle iletişiminin ikna etme yeteneğiyle ilgilidir.

Yüksek derecede eğitilmiş izleyicileri değiştirmek için bir araç olarak ve sonraki karşı propagandaya karşı koruyucu olarak, iki yanlı sunuş tek yanlıdan daha etkilidir. Tek yanlı sunuş az eğitilmiş kişileri değiştirmede ve genel destekleme aracı olarak kullanmada daha çok etkilidir ve aleyhe döndürme olanağı azdır.

Sonucu açıkça belirten ikna edici iletişimler izleyicilere kendi sonuçlarını çıkarmaya izin veren iletişimlerden daha etkilidir.

İzleyiciyi önleyici etkinliklere girmeye iknaya çalışan aşırı korku uyandıran iletişimler aşırı olmayanlardan daha az etkilidir.

Yineleme, özellikle çeşitli şekilde yapılan yineleme, ikna etmeyi kolaylaştırır. Propagandayı üst üste, artan bir şekilde izleme, bazı durumlarda çok etkilidir. Ancak bazı durumlarda bir tek izleme daha çok etkili olabilmektedir.

İzleyicilerin varolan gereksinimlerini giderme yollarını gösteren iletişim, yeni gereksinimler yaratmaya yönelen ve sonra bunlara doyum yolları gösteren iletişimlerden daha başarılı bir şekilde ikna edicidir.

Konuların ve tartışmaların sunuş sıraları, montajlar, kamera açıları gibi düzenleme ve sunuşla ilgili değişkenlerin etkileri yüzlerce inceleme tarafından araştırmıştır. İncelemeler o kadar sayısız, bulgular o denli değişik ve çoğu kez özel konulara eğilmiş durumdadır ki bunların genel bir özeti yıllarca çalışmayı gerektirir.

(5) Çoğunluğun düşüncesine uygun ya da izleyiciler tarafından böyle olduğuna inanılan ikna edici iletişimler, bu düşünceyi paylaşmayan azınlıklar arasında etkilidir. Eğer bu azınlık çok küçükse değişmeye direnişli kişilerden oluşmuş olması muhtemeldir. Bu kişilerin direnişi, diğer halkların ve hatta bir tek kişinin kendileri gibi düşündüğünün farkında oldukları zaman kuvvetlenir. Bu kişiler toplumun kurallarına uymayan, bunları hiçe sayan hırsızlar, yankesiciler ve toplumsal kuralları değiştirmeye çalışan düzene karşı herkes ve her gruptur. Bu kavram içine oy vermeyen, oy vermeyi reddedenleri de ekleyebiliriz. Klapper'in yukarıdaki bulgusunun ima ettiği kişilerle ilgili politikadan biri de direnmeyi kuvvetlendiren etkenleri ortadan kaldırmak ya da kalkmış gibi göstermektir: Örneğin, Amerikan (veya Rus) eğitimi görmüş işkenceciler ilk işkencelerden sonra daha çok kişiye her şeyin bittiğini inandırmaya çalışan psikolojik oyunlara başvururlar.[25] Fakat Klapper'in de bulgusundan anlaşılabileceği gibi,

[25] *F-tipi cezaevi izolasyon amaçlıysa, direnişi ve dayanışmayı kırmak için oldukça fonksiyoneldir.*

sunulan bir sigara, bir fısıltı, kendisi gibi bir kişinin daha olduğunu hissetmesi veya duyması, psikolojik ve fiziki bakımdan parça parça edilmiş olmasına rağmen, direnişi yeniler.

ARAÇLARIN CİNAYET VE ŞİDDETE ETKİSİ

Klapper'e göre, aileler, eğiticiler ve araştırmacılar kitle iletişim araçlarının cinayet ve şiddet olaylarına yer vermesinin muhtemel etkilerine büyük ilgi göstermişlerdir. Bu konudaki araştırmalardan şu sonuçlar çıkmıştır:

(1) Cinayet ve şiddet olayları yapılan araştırmalara göre bütün kitle iletişim araçlarında çokça yer almaktadır:

(2) Bu ayrıntılı araştırmalar ve raporlar en azından üç esas üzerinde eleştirilebilir:

(a) Bu araştırmaların bazıları kitle iletişim araçlarıyla dağıtılmayan özel gruplara seslenen materyallerden elde edilmiştir.

Bu araştırmaların hemen hepsi "kurgu öykülerdeki" şiddetle uğraşır ve gerçek şiddetin, örneğin televizyon haberlerindeki ve belgesel programlarındaki betimlemesini görmezlikten gelirler, bazı durumlarda göz yumarlar. Bu tür ayırım için geçerli bir temel yoktur. (Özel gruplara seslenen materyalleri de inceleme ve "gerçek" şiddeti gösteren haber veya belgesel programları göz önüne almama, kitle iletişim araçlarının cinayet ve şiddet hikayeleriyle dolu olmadığını ve önemsiz olduğunu göstermez. Klapper, haberlerde ve belgesellerde gerçeği gösterdikten sonra masallarda ve uydurma olaylarda niye gösterilmesin ki, demek istiyor. Bu, Klapper'in savunduğu kitle iletişim araçlarının "destekleme" görevleri ile uyum sağlamak için ileri sürülmesi gerekli olan her şeydir.)

Araştırmalar kitle iletişim araçlarında betimlenen şiddetten çıkan kötü etkilerin, şiddet betimlemelerinin fazlalığıyla güçlendiğini göstermektedir. Klapper'e göre bu tür uyaranların (şiddet betimlemelerinin) sayısı ve üretebileceği etkiler arasında bir ilişkinin varlığı bilinmemektedir.

(3) Kitle iletişim araçlarında cinayet ve şiddet olaylarının yer almasının şu etkileri olduğuna inanılır:

Belli olarak açıklanmayan bir yönde zararlı olması;

Doğrudan taklitçi davranış uyandırması;

Suç işlemede eğitim okulu olarak görev görmesi;

Gerginlik durumlarında insanlar arasında şiddete veya cinayete yönelen davranışı uyandırma gücü olması;

İzleyicilerin insan hayatına verdiği değeri azaltması;

Saldırganlık için bir seçenek olarak görev yapması ve böylece psikolojik ve toplumsal bakımdan saldırganlığı istenir yapması. (Medyanın görevlerinden birinin de izleyicilerin izleme yoluyla hayali cinayetlere ve şiddete hayali olarak katıldığı ve böylece kişiye kızgınlıklarını ve düşmanlıklarını boşaltıp atacak bir alternatif sağladığıdır. Eleştiriler bu "vekaleten" ilişkinin gerçekte saldırganlığı istenilir bir tercih yaptığını belirtmektedir.)

Klapper'e göre, yukarıdaki savlar belgelerle kanıtlanmamıştır, çok küçük sayıda belli bireysel olaylara dayanır.

(4) Değerlere, tutumlara ve davranışlara etkisi:

İzleme, suç işlemenin yeterli ve en önemli bir nedeni değildir.

Akran grubu üyesi olmayan çocuklar ya da herhangi bir şekilde sinir hastalığı olan, düş kırıklığına uğramış çocuklar "şiddet içeriğine" daha çok isteklidirler ve bu ilişkiyi toplumsal olmayan kaçışçı, düşmanca ve zaman zaman patolojik fantezi temeli olarak kullanırlar. (Yani kitle iletişim aracını suçlamaya gerek yok).

Klapper'e göre, bu bulgular araçlardaki cinayet ve şiddetin suç işleten asıl etken olmadığını, bunun yerine izleyicilerin varolan iyi ya da kötü davranışla ilgili yönelimlerini desteklediğini ima eder.

KAÇIŞÇI MATERYALİN ETKİSİ

Kaçış materyallerinin etkisi üzerinde gerçeklere uygun olmayan bir dünya ve hayat görünümü sunması nedeniyle durulmuştur. Bu konudaki araştırmalar içerik ve çoğunlukla da görevselci çözümlemelerdir. Bunlara konu olan materyaller televizyon aile komedileri, hafif kurgu öyküleri, günlük diziler ve ciddi dramalardır. Klapper'in araştırmalardan çıkardığı sonuçlar şöyle özetlenebilir:

(1) *Toplumsal gözlemciler*, kaçışçı materyallerin izleyicileri alışkanlık sahibi haline getirdiğini, olgunlaşmalarını engellediğini, hayatın gerçeklerine karşı zayıflattığını ve toplumsal ilgisizlik ürettiğini

öne sürerler. Aynı materyalin sağlıklı dinlenme sağladığı, olgunluğu artırdığı ve saldırgan dürtüleri yatıştırdığı belirtilir. Bu görüşte olanlar daha çok görevselci araştırmacılar, reklam şirketleri ve kitle iletişim araçlarını savunmak için araştırma yapan kişiler, televizyon profesyonelleri ve kitle iletişim endüstrisinin sözcüleridir.

(2) *İçerik çözümlemeleri:* Bu yöntemle "gerçekleştirilen araştırmalar birçok kitle iletişim materyallerinin çevremizde var olmayan bir dünya yarattığını ortaya koymuştur. Bu düş dünyasında zenginler daha çok, aşağı sınıflar ise daha az yer alır; toplumsal sorunlarla karşılaşılmaz; orta sınıfın ahlakı ve adalet anlayışı egemendir.[26]

(3) *Görevselci çözümleme:* Akademik çalışmalar görevselci yaklaşımı "bilinmeyen nedenlerle"[27] başından beri izlemiştir. Bu tür araştırmalar kaçış materyallerinin o anki doğrudan etkisini aramamış, bunun yerine bu materyali kullanan izleyicinin doğası ve materyallerin izleyiciler için yerine getirdiği görevler üzerinde durmuştur.

(4) Bu incelemeler kaçışçı materyaller tarafından yerine getirilen çeşitli "görevler bulmuşlardır : (a) Ussal ve psikofiziksel dinlenme sağlamak; (b) Hayal gücünü uyarmak; (c) Bir başkasının yerine ilişki olanağını (kaçmaya seçenek) sağlamak; (ç) Toplumsal ilişki için ortak bir temel sağlamak (konuşulacak konu vermek).

Görevselci etki araştırmalarına göre, kaçışçı materyallerle ilişki herhangi bir hayat tarzının önde gelen nedeni değildir, bunun yerine izleyicinin psikolojik gereksinimlerine hizmet eder ve varolan hayat tarzını destekler.

Kaçışçı iletişimin toplumsal kayıtsızlık ürettiği ileri sürülmüştür, fakat bu savı destekleyen ya da çürüten hiçbir araştırma kanıtı yoktur. İlgili bulgular kayıtsız olmayanlar arasında kayıtsızlık yaratmadığını, fakat muhtemelen zaten kayıtsız olanların kayıtsızlığını destekler.

---

[26] *Orta sınıfın ahlakı küçük burjuva ahlakı olarak sunulan Anglosakson, Protestan, beyaz ırkın ahlak anlayışıdır. Weber'in ideal tipine örnek olan ahlak.*

[27] *"Bilinmeyen neden", "neden ileri sürdüğünün" nedenidir.*

YETİŞKİN PROGRAMLARININ ÇOCUKLARA ETKİSİ

Çocuklar yetişkinler için yapılan programları çok seyrederler. Çoğunlukla çocukların izleme dürtüleri ve çocuklara etkileri üzerinde duran bu araştırmaların sonuçlarına göre:

Bu tür izlemenin nedenleri nesnel araştırma bulguları değil spekülasyonlardır. Çeşitli yazarlar bu tür televizyon programlarının çocukların erginler dünyasını bilme gereksinimi sağladığını, akşam programlarının gençlere çekici geldiğini, gece programlarının çocuklara erginler tarafından kısıtlandığını ve ailece izlemenin çocuklar tarafından "büyüklerin etkinliği" olarak kabul edildiğini ileri sürerler.

Bazı psikologlara göre, sürekli erginlerin materyallerini izleme, erginler çevresinin çocuk üzerindeki etkisini hızlandırabilir ve şaşkınlık, yaşlılara güvensizlik, yaşlı sorunlarına yüzeysel bir yaklaşım ve hatta büyük olmayı istememe gibi zamanından önce olgunluğa zorlayabilir.

Klapper'e göre, araştırmalar bu konuda ortaya atılan konulara toplumsal bakımdan anlamlı yanıtlar getirmez. Klapper'in bu savının aksine aile grupları adına yapılan araştırmalar anlamlı sonuçlar çıkartmıştır ve pozitivist-deneyci araştırmacılar televizyonu olumlu anlamda toplumsallaşma ajanı olarak sunmayı sürdürmektedir.

İZLEME VE İZLEYİCİ PASİFLİĞİ

Klapper bu alanda sınırlı olan araştırmalardan şu sonuçları çıkartmıştır:

Meslekten olmayan eleştirmenler, bazen de sosyal bilimlerle ilgilenen kişiler kitle iletişim araçlarını izlemenin pasif bir iş olduğunu, eleştirel kavrayışı ve yaratıcı yetenekleri kurutabileceğini öne sürmüşlerdir. Bu "korkuları" destekleyecek herhangi bir kanıt yoktur.

Bazı psikolog ve psikiyatrisiler izlemenin çocuklara bir başkası yerine oynama olanağı vereceğini belirtmişlerdir.

Deneysel araştırma televizyon izlemenin pasiflik yarattığını göstermez. Klapper'e göre, aynı zamanda, pasif kişilerde aktiflik de yaratmaz. İzleyiciler televizyonun verdiği sayısız şeyler arasında kendi seçimini yapar ve kendi aktif veya pasif yönelimlerine göre bu tercihlere karşılık verir.

BÖLÜM VIII

1960 VE 70'LER:
SOĞUK SAVAŞ VE POZİTİVİZMDE YENİ DÖNEM
YENİ YAKLAŞIMLAR
TÜRKİYE'YE YANSIMALAR

1960'a gelindiğinde, özellikle 1957'de Sovyetlerin Sputnik'i atması ve uzay yarışında öne geçmesiyle birlikte, Soğuk Savaş daha da kızıştı. Radyo propagandası artan yayın saatleriyle daha da arttı. Schramm, Pye, Pool, Rogers ve benzerleri ABD sisteminin uluslararası satıcılığına hem diğer ülkelerdeki hem de UNESCO'daki girişimleriyle hızlandırdılar (Mattelart, 1994, Erdoğan, 1995). Amerikan üniversiteleri fen bilimleri dalına zorlandılar. Soğuk savaş psikolojik propaganda yatırımlarının artmasına yol açtı. İletişim kuram ve araştırmaları kapitalist sistemin uluslararası düzeyde yayılmasına katkıda bulunmayı hızlandırdı.

1960'ların ortalarına gelindiğinde Amerikan sistemi içte ırkçılık ve direnme sorunlarıyla karşılaştı. Dışta ise yeni sömürgelerin emperyalizme karşı gerilla ve bağımsızlık mücadeleleriyle uğraşmak durumunda kaldı. 1960'ların ikinci yarısında karşı gerilla iletişimi ve savaşı önem kazandı. 1962'de Kennedy yönetimi Che Guevera ve gerilla savaşının iyice okunup incelenmesi gerektiğini öne sürmesine rağmen, bu ancak 60'ların sonunda, Vietnam savaşında yenilgi başladığında ele alındı. İletişim araştırmaları eski buluşlara ve Fransızların kullandığı "pasifikasyon" yönteminin geliştirilmesine gitti. Pasifikasyon iletişimiyle hem Vietnam köyleri boşaltıldı hem de Vietkong olarak nitelenenler fiziksel olarak yok edildi (Mattelart, 1994). İçteki sorun çözümüyle bağıntılı olarak, Lombroso'nun ve Lasswell'in psikopatoloji görüşleri tekrar önem kazanmaya başlandı. Bu görüşlerin çıktığı üniversiteler protestocuların "psikolojik hasta" olduğunu ortaya attılar. Tıp bilimi buna çok etkili ameliyatla tedavi biçimi geliştirdi: Lobodomi. Lobodomi yoluyla "topluma uyum sağlayamayıp başkaldıran psikolojik dengesizler" tedavi için aday olarak görüldü. Bu

tür tedaviler yapıldı ve büyük tepkilere yol açtı. Sadece lobodomi değil, içteki başkaldıranlar ve dıştaki gerillalarla psikolojik savaşta konuşturarak istihbarat almak için psikolojik maddeler geliştirilmeye başlandı. Örneğin LSD denen uyuşturucu madde önce ordu içinde bu amaçla deneylerde kullanıldı ve oradan Amerikan halkı arasında kullanıma başlandı. Konuşturma ve istihbarat almak için "sihirli konuşturma ve gerçeği söyleme şurubunu da yaratamadılar, onun yerine işkence aletlerini ve metotlarını geliştirerek işkence iletişimini uygulamayı dünyaya yaydılar (Erdoğan, 1994). Retorik ve etkili iletişimle uğraşanlar 1960'ların çalkantılı, sistem karşıtı gösterilerle dolu atmosferinde iyi hazırlanmış konuşmaların ve mantıklı mesaj kurgularının başkaldıran insanların üzerinde onları durdurmak için hiçbir etkisi olmadığı anlaşıldı. İletişimde retorikle ilgili olarak Zenci Gücü Retoriği, çatışma Retoriği ve benzeri çalışmalar başladı. Bundan 45 yıl kadar sonra, Türk başbakanı ABD ve AB güçleriyle "n'olur bizi kabul edin" yalvarışı ilişkileri müzakerelerine gitti. İletişim medyası ve iletişim uzmanları başbakan Erdoğan'ın vücut dilini nasıl kullandığı, vücut diliyle çok etkili olduğu ve başarıya imza attığı masalları okumaya başladılar: Hunhar çıkarların egemen olduğu uluslararası ilişkilerde her şey materyal ve materyali destekleyen düşünsel üstünlük sağlama çerçevesi içinde inşa edilir. Başbakanın uzun boyunun, gözünün ve elbisesinin renginin, kravatının ve çorabının uyumunun bu inşada yeri sadece cehaleti yeniden üreterek kitleleri uyutma politikaları içine düşer. Başbakan isterse "en etkili vücut dili iletişim stratejileri" kullansın, kendine İngiliz kraliçesini veya Klinton'un sevgilisini aşık etsin veya AB'nin ileri gelenlerinin modern ve çağdaşlığıyla başını döndürsün, hiç fark etmez; çünkü orası uluslararası ekonomik, kültürel, siyasal güç ve çıkarlarının yarıştığı bir yerdir; en iyi kıvıranların ve memesini göstererek kitle iletişiminde gündeme oturanların geçit ve moda salonu değil.

1960 ve 1970'ler aynı zamanda Yapısal Fonksiyonalizmin egemenliğindeki Amerikan sosyolojisinin krizlerle karşılaştığı zamanlar olmuştur. Merton ve neo-fonksiyonalistlerin çözüm arayışı, çözüm olarak marksist-olmayan çatışma kuramının önem kazanması, Kuhn'ın egemen paradigmayı yıkan görüşlerinin yaygınlaşmaya başladığı

zamanlar olmuştur. Kuhn'un kuramı bilim tarihçileri arasındaki tartışmanın çerçevesini değiştirdi: Bilimin pozitivist yorumunun bilimin temel anlayışı olduğu görüşünü yerinden etti. Bilim felsefesinin geçerli akademik girişim olduğu düşüncesini yıktı. Bilim tarihi çalışmalarına antropologların ve sosyologların çalışmalarını getirdi. Eleştirel metodolojilerin gelişmesine yol açtı. Kuhn normal bilim ile kriz (veya devrimci) bilim ikilemini sundu. Normal bilimi bir paradigmayı paylaşan bilim cemaatinin izlediği bilim olarak tanımladı. Bir paradigmaya bağlılık paradigmanın eleştirel testi sonucundan kaynaklanmaz. Paradigmaya bağlılık bu insanların eğitiminden ve değerlerinden ortaya çıkar. Bu da paradigmaya güçlü bir normallik kazandırır. Paradigmaya çelişkili düşen her şey bir kenara itilir.

1960'ların uluslararası iletişimde en önemli bir gelişmesi de Rostow'un eski klasik kalkınma kuramını beş kademeli gelişme kuramı biçiminde yeniden sunması ve iletişime önem verilmesi olmuştur. Uluslararası kalkınma ve gelişme iletişiminde kapitalist sistemin kullandığı en gözde bir meşrulaştırma ve kontrol mekanizması da "iletişim teknolojisinin" kalkınmayı ve gelişmeyi saptayıcılığı görüşüyle geldi. Bu da kalkınma için teknoloji transferi gerekliliğini getirdi. Teknoloji transferi sadece kapitalist sermayeyi (iç ve dış) kalkındırma işine yaradı, çünkü sorun yapısal olarak ele alınmadı (Murdock, 1977, Erdoğan, 1995). Teknolojik saptayıcılık, post-endüstriyel görüş ve McLuhan'cılar tarafından teknolojinin tarihin önüne geçirilmesiyle, 1960'larda ve 70'lerde ABD' de sistemi içte satmada kullanıldı.

1960'ın ortalarında Türkiye'nin ilk dört yıllık iletişim eğitim kurumu Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi bünyesinde Basın ve Yayın Yüksek Okulu adıyla kuruldu. BYYO kuruluşunda iki önemli etken vardır. Birincisi Türk gazetecilerinin bir eğitim kurumu açılması konusundaki girişimleridir. İkincisi ABD egemenliğindeki UNESCO'nun kalkınma politikalarıdır. İletişim bu politikaları desteklemek üzere yatırım yapılan bir alandır. BYYO kuruluşundan itibaren kıta Avrupası geleneğini sürdüren Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlandı ve uzun zaman SBF öğretim üyeleri için bir "ek ders" yapılan kurum olarak kaldı. SBF'nin güçlü bir sosyal bilim formasyonu kazandırma amacı kuşkusuz ilk kuşak iletişim eğitimi alan öğrencilerin de çok işine

yaradı. Ama bu birikim hiç bir zaman iletişim eğitiminin doğasına uygun olmadı: İletişim okulunda iletişim öğretilmeden eğitim yapıldı ve bu durum 2000 yılında çok daha kötü bir şekilde devam etmektedir: BYYO İletişim Fakültesi adını aldı, fakat asla iletişim fakültesi olamadığı gibi, kitle iletişimi ağırlıklı olmasına rağmen kitle iletişiminde bile akademik karakter ve seviyeye ulaşamadı. Çoğunlukla iletişim alanını bilmeyenler veya yetersiz veya yanlış bilenler iletişim dersleri vermektedir. İletişimle sosyal bilimler arasında bağ kurarak sözlü, yazılı ve görüntülü geleneği anlatabilmek, iletişimle siyaset bilimi, sosyoloji, sosyal psikoloji, hukuk arasında bağ kurarak iletişim fakültesinde ders anlatabilmek için ciddi bir iletişim eğitiminden geçmek gerekir. Eskiye dönersek: Tahir Çağatay, Nermin Abadan-Unat, İlhan Öztrak ve Feyyaz Gölcüklü gibi sınırlı sayıdaki akademisyen dışında iletişim alanındaki birikimin gelişimine katkıda bulunan öğretim üyesi olmadı. S.B.F. kendisine bağlı bir eğitim kurumundan yararlanırken onun gelişmesine katkıda bulunmadı. Kurum ne meslek okulu olarak ne de SBF bünyesi içinde bir sosyal bilim dalı olarak gelişebildi. Bu anlayış öğretim üyesi yetiştirilmesinde yavaş ve yanlış davranılmasıyla kendini somut olarak sonradan da gösterdi. SBF'nin iletişimin önemini kavrama ve gereğini yerine getirme konusundaki duyarsız anlayışı günümüzde de aynen sürmektedir. Daha kötüsü, "reklamın etkisi olmadığı" gibi kaba genelleştirmeleri veya "iletişim olması için iki kişinin olması gerektiği" gibi yanlış bilgileri öğrencilere sunan, imaj ile öz arasındaki bağı kuramayan, hala iletişim hakkında doğru ve yeterli bilgisi olmayan ve bu bilgiye gereksinim duymayan, çoğu iletişimden mezun ama siyaset bilimi eğilimli fakat siyaset bilimi eğitimli olmayan öğretim üyeleri günümüzde de hala iletişim fakültesinin gelişmesi önünde engel olarak durmaktadır. Buna sosyal bilimlerde egemen olan çalışmama ve üretmeme kültürünü ve bu kültürle gelen kalitesiz insan yetiştirme pratiklerini de eklediğimizde, durumun ne denli feci olduğunu görürüz. Bugün iletişim fakültelerinin en iyisi olarak geçineninde, örneğin halkla ilişkiler bölümünde araştırma görevlisi olanlar ve doktorluk unvanı alanların hemen hepsi halkla ilişkiler tarihinin en temel bilgilerini bilmeyen, halkla ilişkilerle ilgili akademik gelişmeleri takip etmeyen,

akademik faaliyet dışında örgütsel dedikodu ve tembellik kültürünün yeniden-üretilmesi dahil her türlü diğer işlerde çok faal olan insanlar egemenlik kurmuşlar. Araştırma görevlisi veya doktor olup "hocanın dersine giren," sadece kişisel çıkar ilişkisiyle imaj ve yakınlık ötesinde görevinin özüyle ilgili hiçbir şey yapmayanlar oldukça çok. Bu durumu endüstrilerin promosyonunu yapan sözde bilimsel sempozyumlar vb de desteklemektedir. İletişimle ilgili akademik dergilerdeki makalelerin büyük çoğunluğunun ya bilimsel bir değeri yok ya da araştırmayı geçersiz yapan ciddi metodolojik sorunları var.

1960'larda iletişim alanında retoriğin 1900'ün başlarından beri kurduğu egemenlik, kitle iletişimindeki pozitivist-ampirik yönelime kişiler arası iletişimde katılınca, hızla ortadan kalkmaya başladı. 1969'da SAA isim değiştirerek Speech Communication Association, oldu. Artık "speech" retoriğin ve retorik sanatının ötesinde iletişimdi ve iletişimcilere aitti, retorikçilere değil. Fakat "Speech" bölümleri o zamanlarda olduğu gibi 2000'lerde de gene doğal olarak klasik derslerini vermeye devam etmektedir. İletişim eğitimi, kuramları ve araştırmalarında değişen egemenlikle birlikte "public speaking" dersleri yerini zorunlu ders olarak kişiler arası iletişim ve kitle iletişimi aldı. Önde gelen profesörler "public speaking" derslerini bıraktı ve onun yerine kişiler arası iletişimle ilgili olarak sözsüz iletişim, çatışma çözümü, kendini açma, güven kurma gibi konulara eğilmeye başladı. Grup iletişimi ve örgüt iletişimi ilgi alanı oldu. İkna kavramı yeni katılımcı ve demokratik yönetim anlayışının gelmesiyle, iletişimde de, propaganda ve ideoloji gibi "kirli kelime" olmaya başladı. İletişim ettiğinde "gerçeği söylemek" yerine "iletişim ortağına sadakat" ilgi alanı oldu. "Ne söylendiği" (öz) "nasıl söylendiğinden (biçimden) ve etkiden" sonra gelmeye başladı. Bu 2000'ler Türkiye'sine gelindiğinde, imaj yapılandırma eğitimi ve pratiği (yani gerçekleri imajlardan geçerek gerekleri değiştirmeden gerçekler hakkındaki bilişleri değiştirme) olarak iletişim fakültelerine girdi. Özün (mesajın içeriğinin) üstüne biçim bindirildi. Böylece ilişki mesajın içeriğinden çok daha önemli oldu. Alakasız ilişkiyle içerik tanımlanarak sahtenin egemenliği kuruldu. Bunun sonucunda da, örneğin, doktora yeterlilik sınavında en basit sorulara bile cevap veremeyen araştırma görevlileri güçlü

birisinin asistanı olduğu, iyi ve uyumlu kişi olduğu, bir yerden torpili olduğu, iletişimde temel bilgilere bile sahip olmadığı halde "hoca'nın dersini verdiği" için başarılı olmakta, doktorluk unvanı almakta, profesörlüğe kadar yükselmektedir; hatta üst-kattakilere yalakalıkta ve sandalye tutmakta çok başarılıysa, daha da üste-çıkmaktadırlar.

1960'lar ve70'lerde, iletişim bağlamında pozitivist deneyci okulda çeşitli yaklaşımlar ortaya atıldı, fakat yaklaşımların hepsi de "etkinin" farklı biçimleri ve izleyicinin aktifliği üzerinde durdular. Amerikan iletişim araştırmaları tarihi ve değişen koşulları bilimsel anlamda hep görmezlikten geldiler. İletişim araştırmacıları sosyal ve ekonomik güç yapısıyla kendilerini bağdaştırdılar. Egemen gücün ideolojik pozisyonunu savundular ve teşvik ettiler (Hardt, 1992:109).

İDEOLOJİNİN SONU VE POST-ENDÜSTRİYALİZMİN İLANI

1960'lardan başlayarak, hemen her beş-on yılda bir entelektüel ve medya çevrelerinde "yenilenen" ve her yenilenişiyle birlikte geçerliliğini yitiren bir sistem satışı çabası da "ideolojinin sonu" tezleri olmaktadır.

Bazı bilim adamları, ABD'de İkinci Dünya Savaşından sonraki ekonomik gelişmenin sağladığı refaha bakarak, endüstriyel toplumun son bulduğu ve yerini hizmet sektörü ağırlıklı bolluk içindeki post-endüstriyel toplumun aldığı tezini sundular. Bu bağlamda örneğin Daniel Bell post-endüstriyel toplumun (1959) gelişi ve ideolojinin sonunu (1960) ilan etmiştir. Aynı paralelde, SSBF'de 1960'larda çevrilerek fikirleri bize sunulan S. M. Lipset sınıf mücadelesinin gerilediği ve "kızıl bayraksız" ve ideolojisiz mücadeleye dönüştüğü iddiasıyla gelmiştir. Bell'in homojen ve bütünleşik postendüstriyel toplum görüşü 60'ların ve yetmişlerin mücadeleleri, başkaldırıları, sosyal ve ekonomik krizlerle dolu gerçeğinde çöküntüye uğradı. Fakat küreselleşmeyle ve homojenlikten çok farklılıkların olduğu anlayışının güç kazanmasıyla birlikte, post endüstriyel görüş homojenlik fikrini terk edip Huntington ve benzerlerinin elinde "kırılmalar, çökmeler, kesintiler" fikrine dönüştü (Huntington ve diğerleri, 1975). 1980 ve 1990`lara gelindiğinde, eski kalkınma ve değişim fikirleri bu görüşle yeni-kılıflara büründürüldü; globallikle ideolojik ve sınıf mücadelesinin son bulduğu, evrensellik içinde "karşılıklı bağımlılık" geldiği belirtildi.

Aslında, karşılıklı bağımlılık güç dengesini, ortaklaşalığı ve birlikte gelişmeyi anlatır. Küresel ideolojinin "karşılıklı bağımlılığı" küresel pazarda sömürenlerle sömürülenler arasındaki "karşılıklı bağımlılıktır". Bu bağımlılıkta sömürenin sömürülene bağımlılığı, yaşamsal önem ve değer taşır. Sömürülenin sömürene bağımlılığı ise, yaşam koşulları elinden alınmış insanların bağımlılığıdır.

Pozitivist siyasal bilim ulusal ve uluslararası alanda "istikrar, halkoyu, demokratik denge, siyasal katılma, ulus kurma" gibi "demokrasinin" işlemesi, gereksinimleri ve gelişmesi sloganlarıyla azgelişmiş ülkelerde "demokrasinin kurulması ve korunması" ile uğraşmışlardır. Pozitivist siyasal bilimciler ideoloji sorununu dolaylı ve doğrudan bir şekilde ideolojinin sonunu ilan ederek halletmişlerdir. Bu aslında Marksizm sonunun ilanıdır. İdeolojinin sonu savını D. Bell sanayi sonrası toplum görüşüyle ayrıntılı biçimde savunmuştur. Bell'e göre (1973), 19. yüzyıldan beri süregelen değişimlerle ABD'de yeni bir toplum oluşmuştur. Batı ülkeleri bu düzeye ulaşma yolundadırlar. Bell bu toplumu sanayi sonrası (post-industrial) toplum olarak niteler: Bir toplumu bu tür topluma dönüştüren faktör "bilginin" birincil plana geçişidir. Bell'e göre bilginin elde edilmesi, örgütlenmesi, denetimi ve kullanımı sanayi sonrası toplumun temelini oluşturur. Böyle olunca sermaye birikimi, yatırım ve üretim geri plana düşer. Bu oluşumu Bell iki noktayla açıklar: (a) Hizmet sektörü büyüdüğünden beri, insan "şeyler" yerine daha çok sembol ya da başka insanlarla çalışmaya başlamıştır. Ayrıca sanayi sektöründe kaliteli işçi sayısı çoğalmıştır. Marksist anlamda yabancılaşma sanayi sektöründe bile ortadan kaybolmaktadır. (b) Beklentilerin yükselmesiyle bireysel istekler önceliğini yitirmiş, toplumda yapılacak hizmetlerde halkın isteği ön plana çıkmıştır. Böylece sanayi sonrası toplum toplumsalcılıkla belirginleşir. Pozitivizmin öncülüğünde sadece Bell değil, Lipset ve Huntington gibi tanınmış siyasal bilimciler de demokrasinin sonunu ilan ettiler: Sanayi toplumları istikrarlı demokrasi düzeyine ulaştılar. Bu tür sonuca pozitivist fonksiyonel yaklaşım biçiminin önderliğinde gelmek büyük gayret gerektirmez. İstikrarlı bir demokrasi, sistemin en iyi şekildeki dengesidir. Demokratik ilkelerin ve değerlerin çalışmasıyla el ele giden büyüme, farklılaşma, ayarlama, bütünleşme ve kalitesini

yükseltme süreçlerine sahip olan bir sistemde ideolojiden, özellikle sınıf mücadelesinden söz etmek, doğal olarak ilgisiz bir şeydir. Lipset bunu gururla şöyle açıklıyor: işçiler siyasi ve sınai vatandaşlığa ulaştılar; "sınıf mücadelesi küçüldü"; "demokratik toplumlardaki siyasal ideolojilerin değişimi tarihi, bu görüş açısından, toplum ve devletle bütünleşme açısından yazılabilir." Aynı yaklaşım, Huntington'un siyasi "istikrar ve düzen" ve "azgelişmiş ülkelerdeki siyasi değişim" fikirlerinde açıkça görülebilir: Gelişmiş ülkeler istikrarlı siyasal sistemlere sahiptir. Bu sistemlerde "oybirliği, meşruluk, örgüt, etkenlik ve istikrar" vardır. "Azgelişmiş ülkelerdeki" düzeni incelerken, Huntington konusuna bu özellikler açısından bakar.

Horowitz'e göre (1976:9, 221) ideolojinin sonu sadece bir Amerikan deneyi olarak değil, fakat uluslararası gerçek politika deneyi olarak ortaya çıkmıştır: Uluslararası alanda iki süper gücün ilişkilerinde ideoloji yerine ekonomik yanın artması, çokuluslu şirketlerin Sovyetlerde, Balkanlarda, Doğu Avrupa'da işler yapması ve sonuçta yumuşamanın uluslararası ticari yaşam biçimi olması. Horowitz bunu ideolojinin sonundan çok çatışmanın sistemler alanından çıkıp dünya imparatorluğu alanına girmesi ve ideolojik söylemlerin sonu olarak niteler.

İdeolojinin sonu teziyle aynı zamanda nesnel bilim ve teknoloji görüşü desteklendi. İdeoloji olmayınca doğal olarak nesnellik egemen olur. Bu nesnellik, ülkeler arası ilişkilerde, bağımlılığı reddeder ve karşılıklı bağımlılık görüşünü getirir.

İdeolojinin sonu medya profesyonelliğinin pratiklerini ve bu pratiklerin ideolojik yapısını da tarafsızlaştırır; nesnellik ve yansızlık iddialarını meşrulaştırır.

ÇATIŞMA FONKSİYONALİZMİNİN GELİŞİ

Chicago Okulundan Dewey, Park ve Mead, University of Michigan'dan Cooley, Avrupa'dan Simmel, Weber ve Marks'ın etkisindeki toplum, insan ve iletişim görüşleri çatışma fonksiyonalizmi yaklaşımının temellerini oluşturur.

20. yüzyılın başlarında geliştirilen Marksist olmayan, fakat Marksist izler taşıyan çatışma ve değişim görüşleri 1960'larda hızlanan bir

şekilde pozitivist kuramcıların belli bir bölümü tarafından yeniden keşfedilmeye başlandı. Önce, Simmel'in "toplumsal sürekliliği sağlayan çatışma" görüşü, sonra, Marksist diyalektik çatışma yaklaşım biçimi incelendi. Simmel'in görüşleri daha çok taraftar buldu. Diyalektik ve sınıf mücadelesi reddedilip "çatışma" kavramı değiştirilerek kabul edildi.

Fonksiyonalizmden ve Marksizm'den hoşnut olmayanlar, bu kuramların varsayımlarının tam bir toplum kuramı olmada sınırlılığını öne sürdüler ve kendilerince iki kuramın "işe yarar" parçalarını alarak ve değiştirerek bir birleşik kuram fikrini gerçekleştirmeye çalıştılar. Bu süreçte, önce iki kuramı eleştirdiler, sonra bir senteze vardılar (Coser, 1956; Fallding, 1961; Wiley, 1967; Berghe, 1963). Gouldner (1970), sosyolojinin ayrılan iki dalının (akademik ve Marksist) birleşmeye yöneldiğini tartıştı. Coser (1956:22, 23) Simmel'in çatışma görüşünden hareket ederek, önce fonksiyonalizmi, özellikle Parsons'ı, çatışma konusunu ihmal ettiği için, sonra Marksist eğilimli Dahrendorf"u toplumsal sistemi korumada çatışmanın pozitif fonksiyonlarına çok az önem verdiği için eleştirdikten sonra, çatışmanın birleştirici ve düzenlenebilir fonksiyonları üzerinde durdu.

Dahrendorf'a göre (1964):

1. Her toplumda her an değişim süreçleri olabilir.

2. Çatışma ve fikir birliği (consensus) birbirinin ön koşuludur. Daha önce bir tür fikir birliği olmaksızın çatışma olamaz. Çatışma fikir birliği ve entegrasyona götürebilir.

3. Güç ve otoriteden kaynaklanan "zorlanmış sınırla" toplum birlikte tutulur.

4. Otorite pozisyonda yatar ve yönetme ve boyunsunmayı ima eder. Belli bir pozisyonu tutanlar altta olanları kontrol etmeleri beklenir. Bu beklenti insan değil pozisyona bağlıdır; pozisyonla gelir. Kontrol altındakiler ve kontrolün izin verilen alanı toplumda belirlenir. Otorite meşrudur. Uymayanlara karşı sınırlar getirilebilir. Otorite durağan değildir. Çatışma işlevsel olabilir ve değişme ve kalkınmaya götürebilir. Çatışma yoğun olduğunda değişim de radikal olacaktır.

Dahrendorf"un çatışma teorisi Marksist kuramdan çok yapısal fonksiyonalizme yakındır.

Coser'e göre, çatışmanın nedenleri ödüllerin eşitsiz dağıtılmasında ve bu dağıtımla yoksun olmuşların doyumsuzluğunda yatar. Marksist yaklaşımın aksine, Coser'e göre, çatışan çıkarların bilincine varma çatışan partileri, çok pahalıya mal olacak şiddetli bir çatışmadan kaçınmak için uzlaşma aramaya yöneltir. Çatışmanın yapıcı fonksiyonu, grup sınırlarının desteklenmesine, karar vermenin merkezileşmesine, ideolojik dayanışmaya ve artan toplumsal denetime neden olabilir. Çatışma fonksiyonalizmi daha önce ihmal edilmiş birçok toplumsal konuya önem vermiştir. Bugün, çatışma çözümü ile ilgili yaygın araştırmalar, akademik dergiler ve konferanslar görürüz. Çatışma fonksiyonalizmi barış ve çatışma çözümü (çatışma yönetimi) anlayışının ve incelemelerinin gelişmesini getirdi. Böylece, siyasal ve ekonomik politikaların egemen güçler tarafından yürütülmesinde, üniversite ve özel olarak kurulan araştırma firmaları hem kendi ekonomik çıkarları hem de egemen düzenin çıkarlarının gerçekleşmesinde, çatışma fonksiyonalizmi, barış ve çatışma çözümü yaklaşımı yeni bir örgütlü faaliyet olarak geliştirildi.[28]

ULUS KURMA: KALKINMADA İLETİŞİMİN GÜCÜ

1960'lara gelindiğinde eski sömürgeler ulusal bağımsızlık mücadelelerini kazandılar. Bu yeni bir dönemin başlangıcı oldu. Bu dönemde sömürgecilik biçim değiştirdi, mücadele de bu yeni sömürgeciliğe karşı yapılmaya başlandı. Yeni-sömürgecilikte düşman da değişti. Ulusal bağımsızlık mücadelesi sonunda transfer edilen kapitalist sistem ve bu sistemle gelen ekonomik ve kültürel yapının çıkar güçleri (kapitalist sınıf) düşmana dönüştü. Böylece savaş hem bir siyasal birimde (ülkede) hem de dünyada kapitalist sınıfa karşı yürütülmeye başlandı. Bu nedenle 1960'ların ortalarında ve 1970'lerde bağımsızlık savaşları iç savaş ve gerilla savaşı biçimine dönüştü. Bu mücadeleye karşı, kapitalist ülkeler soğuk savaşa demokratik liderlik, modernleşme ve kalkınmanın ve demokrasinin yayıcısı ideolojisini ve bunların çalışmadığı yerlerde pasifikasyonu (=toplu yerinden etmeyi ve yok etmeyi) getirdiler. ABD'nin gözde üniversiteleri (ateşli komünist

---

[28] *Dahrendorf ve çatışma kuramının eleştirisi için bkn: Erdoğan (1999).*

düşmanı I. de Sola Pool'un ve Lucien Pye'nin çalıştığı Massachusetts Institute of Technology; American University; W. Schramm'ın Stanford Üniversitesi; John Hopkins) karşı gerilla araştırmalarına ve strateji geliştirme çabalarına girdiler. Huntington gibi siyasal bilimciler de aynı yöne girişimlerde bulundular. Buna kültürel alışverişle ülkelerin birbirlerini anlaması eklendi. 1960'lar ve 70'ler kalkınmada iletişimin rolü görüşleri ve yaklaşımları geliştirildi. İletişimin kalkınmadaki rolü kuramları kapitalist dünya görüşünü ve pazar sistemini satış çabasının iletişim yanıydı. İlk araştırma Daniel Lerner'in *Passing of the traditional society* adıyla yayınlanan Orta Doğu ülkelerinde yapılan araştırmadır. Bunu Lucien Pye ve grubunun *İletişim ve Siyasal Gelişme* (1963) kitabı izledi. Schramm, kitle iletişimi ve ulusal kalkınma ile katıldı (1964). Unesco yayınları ABD'nin propaganda etkinliklerinin aracı olarak çalışmaya başladı. Schramm, Pool ve Lerner üçlüsü uluslararası iletişimde hem Unesco'da hem de uluslararası iletişim faaliyetlerinde egemenlik kurdular. Rostow'un kalkınma modeli adapte edilmeye çalışıldı. 1965'lerde kırsal alanlardaki modernleşmede E. Rogers'ın *Yeniliklerin Yayılması* (Diffusion of innovation,1962) kuramıyla teknolojilerin ve ideolojilerinin yayılması yapıldı. Bu tür kuramlar kapitalist kültürü ve pratiklerini modern olarak tanımlarken, bu ülkelerdeki geleneksel kültürü gelişmeye engel olarak niteledi̇ler. Modernleşme böylece, kendi geleneklerini bırakıp kapitalist Batı'nın Protestan geleneklerini kabul etmeyle eşleştirildi. Teknoloji ve modernleşmede Batı'nın modernleşmenin doğasını saptamasının, ekonomik sömürüyle gelen geri bırakılma durumunu destekleyen bir karaktere sahip olduğu gizlendi. Bu saptayıcılık Türkiye gibi ülkelerde, hem siyasal hem de iletişim bilimleri alanında kısır yaklaşımlara neden oldu. Siyasal bilimlerde Lipset ve Huntington, iletişimde Lazarsfeld, Lasswell, Lerner ve Schramm okutuldu. Amerikan Barış Gönüllüleri de buna katıldılar. ABD liderliğinde her yerde demokratik çabaları ezme, yok etme, kralları ve diktatörleri destekleme ve bu ülkelerdeki orduyu ve ordu çıkarlarını kollama dönemi başladı (Erdoğan, 1998b).

1970'lerin sonunda modern merkezi ulus devlet fikri bırakıldı; onun yerini "küçük güzeldir" ideolojisiyle yerellik ve yerel kalkınma görüşün almaya başladı. 1990'lara gelindiğinde, yerellik ve yayılma

Postmodernizmin ve post-endüstriyalizmin içine yerleştirildi. Kısaca her başarı/başarısızlık ve her yeni teknolojik politika yeni revizyonlar getirdi. Yeniliklerin yayılması araştırmacıları modernleşmenin yerelliğe ve yerinden yönetime ağırlık vermesiyle, hem yerel kültürleri hem de kentlerdeki kültürel farklılıkları incelemeye başladılar.

Kalkınma kuramcıları temel görüşlerinden vazgeçmediler: Kitle iletişimi, uygun bir biçimde kullanılırsa, kalkınma ajanı olarak görev yapar, teknik bilgi ve deneyi yayar, kişisel değişim ve hareketliliği teşvik eder, demokratik süreci etkiler, tüketici taleplerini arttırır, okuma yazmaya, eğitime, sağlığa, doğum kontrolüne yardım eder. Dikkat edilirse, İletişimin gücü toplumsal iyi görevsellikle ilişkilendirildiğinde göklere çıkartılır; fakat toplumsal görevsizlikle veya kötü etkilerle ilişkilendirildiğinde, durum tersine döner: İletişimde medyanın gücü aktif izleyici teziyle ortadan kaldırılarak, sorumluluk izleyiciye yüklenir. Bu kuramsal tutumun siyasal politikalarda yansıyan bir sonucu şudur: Televizyonlardaki erotik ve şiddet içeriğinin üretilmesi durdurulmaz; onun yerine, şiddeti izleme veya izlememe "aktif izleyicinin" "demokratik seçeneğine" bırakılır. Çocukların aynı içeriği izlemeleri ise "ailelerin seçeneğine bırakılmıştır." Medya da kendine düşen sosyal sorumlulukla "bu programda şiddet içeriği vardır" diye uyarı koyar.

TARİH VE TEKNOLOJİK BELİRLEYİCİLİK

İletişim teknolojisinin belirleyiciliği görüşü 19. yüzyılda yeni iletişim teknolojilerinin, özellikle trenin kullanımının yaygınlaşmasıyla ön plana çıkmıştır. Sömürgelerdeki talanı ve denetimi perçinlemek için döşenen raylar gelişmenin, uygarlığın yayılmasının sembolü olarak sunulmuştur (Mattelart, 1994). 1950 ve 60'larda, bu belirleyicilik modernleşme kuramlarına eklemlendi: İletişim yapılarının, teknolojilerinin ve ürünlerinin yaygınlaşması dünyayı önce *global köy* ve sonra *global kent* yaptı. 1990'lar ve 2000'lerde teknoloji bu görevine sürdürülebilir kalkınma içinde devam etmektedir. Teknolojik belirleyicilik denince akla ilk McLuhan gelir. Gerçekte, teknolojinin belirleyiciliğiyle bağıntılı tarihsel materyalist incelemeyi Kanadalı bilim adamı Harold Innis yapmıştır.

INNIS

Güç yapılarının zamansal kalıcılığı ve mekansal yönetimi

Innis, Kanadalı bir iktisatçı ve aynı zamanda tarihçidir. İletişimde Toronto Okulu geleneğinin kurucusudur. İletişimde iki önemli yapıtıyla tanınır: *İletişimin Yanlılığı* ve *İmparatorluk ve İletişim.* İnnis'in çalışmalarında iki temel soru egemendir: Toplumsal örgütlenmenin değişiminin altında yatanlar nelerdir? Herhangi bir toplumda istikrarı sağlayan koşullar nelerdir? Innis, toplumsal değişimin kaynağına ilişkin birinci soruya yanıt olarak teknolojik yenilikleri verir. Innis bu bağlamda teknolojik saptayıcıdır. Innis'e göre, insan kendi teknolojisi ile birlikte vardır; toplumsal biçimlerdeki (aile, örgütler) ve kültürdeki değişiklikler iletişim teknolojisindeki değişimlerin bir fonksiyonudur. Teknolojik araçların çoğu insanın fiziksel yeteneklerini geliştirmek çabası içindir; iletişim teknolojisi düşüncenin, bilincin, insanın ender kavramsal yeteneklerinin uzantısıdır.

İnnis iletişim teknolojilerinin imparatorlukların yapıları ve değişimleri üzerinde ciddi değişimler yaptığını belirtir. Fakat İnnis Mcluhancılar ve iletişim teknolojilerinin şahane devrimler yarattığını savunanlar gibi bir teknolojik saptayıcı değildir. İnnis iletişim teknolojileriyle toplum yapısı arasındaki etki bağını bireyler üstü bağlamda ele alıp incelemiştir: İnnis'e göre, iletişim araçlarının maddi biçimi (örneğin kil tablet veya kağıt) sosyal biçimlerin (örneğin imparatorlukların) kendilerini belli coğrafik alanda yönetim ve ideoloji bazında yeniden-üretmesi becerisiyle güçlü bir şekilde bağlıdır. [29] Innis aynı zamanda iletişim araçlarının maddi biçimini imparatorlukların tarihsel dönüşümü ve yıkılışına bağlar.

Innis'e göre yeni iletişim araçlarını elde etmek için oluşan rekabet, toplumdaki rekabetçi uğraşın temel eksenidir. Varolan iletişim araçları toplumsal örgütlenme biçimini çok güçlü bir şekilde etkiler: Yeni teknolojik yapılar eski-düzenlerin ortadan kalkmasına neden olur. Bilinç toplumsal örgütlenmelerde oluşturulduğu için, iletişimin denetimi hem bilincin, hem de toplumsal örgütlenmenin denetimi demektir.

---

[29] *Yeniden üretim en genel anlamıyla bir toplumun kendini günlük faaliyetler ağıyla her an tekrar yaratmasıdır.*

İletişim aracı ve bu aracı denetleyen gruplar toplumda egemenliğe sahip oldukları için, rekabetin ana ekseni rakip iletişim araçlarının araştırılması olur. Yeni araçlar varolan güç merkezlerini baltalamak ve yeni örgütlenme kalıplarının yaratılmasını ve yeni bilgi şekillerinin anlatımını kolaylaştırmak için düzenlenir. Böylece toplum değişime uğrayarak dengesini bulur. Diğer bir deyimle, Innis'e göre egemenlik iletişim araçlarının denetimi ile oluşur ve yeni iletişim araçlarının bulunması ve bu araçların yeni örgütlenmeler ortaya çıkarması ile toplumsal değişim meydana gelir. Burada akla gelen soru şudur: Nasıl oluyor da belli grupların egemenlik sürdüğü bir toplumda yeni araçlar bu güç merkezlerini baltalayacak yeni örgütlenme kalıplarını yaratacak şekilde düzenlenebiliyor? Bunun olabilmesi için, yeni araçların egemen grupların denetimi dışında ve denetimine karşı olan egemen olmayan gruplar tarafından keşfedilip denetlenmesi gerekir. Bu da en azından siyasal ekonomi ve ekonomik ilişkiler konusunu gündeme getirir. Oysa Avrupa'da feodalitenin çöküşü, yeni bir iletişim aracının (=basın) çıkmasıyla değil, yeni bir sınıfın feodalite içinde gelişmesi ve iletişim araçlarını kendi çıkarlarına uygun bir şekilde kullanması ve/veya biçimlendirmesiyle olmuştur.

Innis'e göre, güç elde etmek için uğraşan toplumdaki mahrum gruplar yeni teknoloji biçimlerini aramada önderlik ederler. Innis'in söylemek istediği, burjuvazinin ekonomik gücünü kullanarak yeni teknoloji şekillerini, siyasal hakları ve gücü elde etmeye çalışmasıdır. Oysa emeğini satarak yaşayan insanların yeni teknolojileri aramaya önderlik etmesine, ekonomik ve siyasal açıdan olanak yoktur. Herhangi bir grubun kapitalist egemenlik altında keşfedeceği yeni bir teknolojinin üretim, dağıtım ve tüketimi, hem ekonomik, hem de yasal yollardan egemen güçler tarafından bastırılmaya ya da yutulmaya mahkumdur. Bugün kapitalist ülkelerde iletişimle ilgili dev firmalar sadece üretim, tüketim, dağıtımı değil aynı zamanda araştırma (ve durdurma) çabalarını da denetlerler. Bu denetleme, araştırma ve geliştirme laboratuarları açarak, bilim adamları ve araştırmacılarını yüksek maaşlarla kendilerine bağlayarak, üniversitelerdeki araştırmanın bağımlı olduğu kaynak, hammadde veya teknolojiyi koz olarak kullanarak sağlanır. Kısaca, toplumsal değişim için

mücadelenin biçimi ve oluşumunda iletişim teknolojisinin rolünü Innis çok fazla abartmıştır.

Innis hem kültür, hem de toplumsal örgütlenme üzerinde durur; kültür ve örgütlenmedeki değişimi iletişim teknolojisindeki değişime bağlar. Herhangi bir iletişim aracı, Innis'e göre, zaman ve uzay (yer) bakımından yanlıdır. Parşömen, çamur ve taş gibi dayanıklı ve taşınması güç olan araçlar "zaman yanlıdır" (time - biased). Kağıt ve papirüs gibi hafif ve daha az dayanıklı araçlar "uzay yanlıdır" (space - biased). Herhangi bir araç belli çıkarlar ve örgütlerin başkalarının zararına büyümesini sağlar ve bunlara bir örgütlenme biçimi kabul ettirir. Yer yanlısı araçlar imparatorluğun büyümesini teşvik eder ve kolaylaştırır; gelişme ve "şimdi" ile ilgilenir ve laik siyasal otoritenin egemenliğini destekler. Devletin, askerin, merkezi olmayan ve genişlemeci örgütlerin büyümesini teşvik eder. Zaman yanlısı araçlar tarih ve geleneğe olan ilgiyi besler, laik otoritenin genişlemesi için az kapasiteye sahiptir; dinin, hiyerarşili örgütün, gerici örgütlerin büyümesini destekler. Dinin ya da devletin egemenliği eğitim gibi ikincil örgütlerin üzerinde özel bir kalıp empoze eder ve aynı zamanda bu egemenliği baltalamak için alternatif, rakip iletişim biçimlerinin aranmasına önderlik eder. Dolayısıyla toplumsal değişimin dinamiği, Tanrının ya da insanın krallığını destekleyen alternatif iletişim şekillerini aramada yatar.

Kültürel anlamda, "zaman" kutsal, ahlaksal ve tarihsel demektir. "Uzay" şimdi ve gelecek, teknik ve laik anlamınadır. İletişim araçları belli örgütlerin büyümesini desteklerlerken, aynı zamanda bu örgütlerin kültürel özelliklerinin egemenliğini de sağlar. Egemen iletişim biçimi olarak "konuşma" sözlü geleneği geliştirmiştir. Bu geleneği Innis kültürel bakımdan anlamlı olarak tanımlanan ilişkili olaylar dizisini insan tarihinden seçme ve bir kuşaktan ötekine aktarma olarak açıklar. Bizdeki eski halk destanları ve öyküler böyledir. Bu destanlar dinleyicileri geçmişe bağlar ve şimdiki toplumsal birliği kutsar. Sözlü gelenekler ve zaman yanlısı araçlar kutsal bir geleneğe dayanan bir kültürün büyümesine izin verir. Bu kültür ortaklaşa kabul edilen tutumlar ve değerlerin paylaşılmasındaki oybirliğini sağlar, ahlak ve metafiziği uygarlığın merkezine koyar. Yazılı gelenek, insanı

genel olarak oldukça farklı kültürlere götürür. Uzay bağlı gelenekler siyasal otoritenin, laik kurumları ve bunlara uygun kültürün gelişmesini destekler. Akrabalar arasındaki geçici (zamansal) ilişki yerine, yazılı gelenek uzaysal ilişkilere eğilir; geçmiş yerine şimdi ve geleceğe, moral düzene dayanan bilgi yerine teknik düzene ve bilime, zaman içinde süreklilik yerine uzay üzerinde devamlılığa önem verir.

Innis'e göre sözlü ve yazılı gelenek arasında kaçınılmaz bir düşmanlık vardır. Yazının bulunması önce sözlü geleneğin kaybedilmesini sağlar, böylece onu dondurarak gelecek kuşaklar için bir antika yapar, sonra kendi yolunda gider. Bu iki gelenek arasındaki düşmanlık, Innis'e göre, bilgi tekelinin yaratılmasını sağlamıştır. Kısaca, benimsenen kurumun kültürü toplumsal yaşamın her yönüne girer ve en sonunda rakibi söküp atar, onları gayri meşru olarak tanımlar ya da değiştirir. Sadece egemen aracın çıkarlarına ve kültürel tutumlarına uyum sağlayan bilgi kalır. Yazılı gelenekte bilgi meşru olarak tanımlanma veya geçerli olmak için teknik laik ve gelecek yönelimli olmak zorundadır. Çağdaş Batı tarihi, iletişimin egemenliğinin ve basın üzerine kurulmuş bilgi tekelinin tarihidir. Basının gelişimi Ortaçağ kilisesinin zamansal tekeline saldırdı. Basın milliyetçiliğin ve imparatorlukların gelişimini sağladı; bütün kurumlara girdi, laik toplumun yaratılmasında en etkili güç oldu; sözlü geleneğin önde gelen ahlak, değer ve metafiziğini yeraltına itti; dini ortadan kaldırmadı, fakat ekonominin ve devletin gereksinimlerini karşılayacak şekilde değiştirdi; otoritenin kaynağını kiliseden devlete ve bilgiyi dinden bilime geçirdi. Innis'e göre her şeyi yapan iletişim teknolojisidir. Peki, insan neredediir? insan sadece bu teknolojinin edilgen öğesidir. Tarihi yapan o değil, teknolojidir.

McLuhan

Teknolojik belirleyicilik görüşü medya teknolojilerinin toplumda bireylerin nasıl düşüneceğini, hissedeceğini ve hareket edeceğini veya toplumun biçimini ve çalışmasını şekillendirdiğini belirtir. McLuhan iletişim teknolojisinin kişilerin duyularını dönüştürücü belirleyiciliği üzerinde durur. Teknolojinin toplum üzerindeki etkisini de, araç kullanımının niceliksel çokluğuna odaklanan bir yaklaşımla dünyayı "global köye" çevirdiğiyle açıklar.

MC Luhan'ın temel varsayımları:

Araç insanın uzantısıdır

McLuhan'a göre araç insanların uzantısıdır; bu uzantı akla gelen her şeyi kapsar: Konuşulan ve yazılı sözcük, giysi, ev, para, saat, basın, yol, araba, teker, bisiklet, uçak, fotoğraf, telgraf, daktilo, telefon, sinema, radyo, televizyon, silah... Giysiler derimizin uzantısıdır. Ev sığınak olarak, vücut açısından ısı kontrol mekanizmasıdır. Kentler vücut organlarının, geniş grupların gereksinmelerini sağlamada daha da ileri uzantılardır (1964:114,117). Finkelstein (1968:65) araçların (TV, radyo, bilgisayar) insanın uzantısı değil, toplumsal kurumlar olduğunu yazar. Bu araçlar bugünkü işleyiş biçimleriyle yaşamın gerçeği ve değişen dünyanın incelenmesi için hiç veya çok az bir kullanıma sahiptir.

Araç iletidir

Innis ve McLuhan'a göre sözcüğün yazıldığı şeyler sözcüklerden daha önemlidir. Yani, McLuhan'ın ünlü sözüyle "Araç iletidir." Culkin (1968:245) McLuhan'ın bu, sözünden birbirine bağlı dört anlam çıkarmıştır: (a) İçerik yerine biçime eğilmek gerek; iletişimin şekli sadece içeriği değiştirmez, aynı zamanda her şekil belli iletiler için tercihe sahiptir. (b) İçerik daima belli bir şekilde vardır ve dolayısıyla bu biçimin dinamiği tarafından bir dereceye kadar yönetilir. Eğer araç bilinmezse ileti de bilinmez; bu anlamda araç ortak iletidir. (c) Araç kullanan kişilerin algısal alışkanlıklarını değiştirir. Araç yansız değildir, izleyicilere etki eder: Duyularda pencereler açar ve kapar. Örneğin, televizyon kullanılmamış tembel duyulara mesaj yapar. (ç) Araç kişilere olduğu gibi topluma da mesaj yapar.

McLuhan'a göre, elektrik ışığı saf enformasyondur. İletisiz araçtır. Bu özelliği bir ad ya da reklamı heceleyinceye kadar sürer. Her aracın belirgin niteliği olan bu gerçek, herhangi bir aracın içeriğinin daima bir başka araç olması demektir. Yazının içeriği konuşma, basının içeriği yazılı sözcük, telgrafın içeriği basındır. Eğer, "Konuşmanın içeriği nedir?" diye sorulursa, "Bir düşüncenin gerçek sürecidir ve sözcüsüdür" demek zorunludur. Herhangi bir aracın veya teknolojinin iletisi insanların işlerine sunduğu kalıp gidiş hızı ya da ölçek

değişimidir. Demiryolu insan toplumuna hareketi ya da taşımayı getirmedi, önceki insan işlevlerinin ölçeğini büyüttü, hızlandırdı ve yeni kent, iş ve tatil biçimleri yarattı. Bu demiryolu aracının içeriği taşıdığı yükten bağımsızdır. Işığın beyin ameliyatı ya da gece oynanan beysbol karşılaşması için kullanılması ilgisiz bir konudur. Bu etkinlikler elektrik ışığı olmadan var olamayacakları için, elektrik ışığının içeriği oldukları tartışılabilir. Bu gerçek aracın ileti olduğunu kanıtlar, çünkü insan etkinliklerinin biçimini, ölçeğini belirleyen ve denetleyen araçtır. Aracın kullanılışı ve içeriği insan örgütlerini şekillendirmede etkisiz, ama çeşitlidir. Gerçekte, herhangi bir aracın içeriği, bizi aracın asıl niteliğine karşı ilgisiz kılar. Endüstriler yaptıkları çeşitli işlerin farkına yeni varmaktadırlar. IBM, büro araçları ve makineleri işinde olmadığını, fakat enformasyon işleme işinde olduğunu keşfettiği zaman, asıl yaptığının farkına vardı. General Electric Company gelirinin büyük kesimini elektrik lambalarından ve ışık sistemlerinden elde eder ve işinin enformasyonu hareket ettirmek olduğunu, ATT kadar, bilmez (McLuhan, 1964:23-26). Aslında ATT'nin hangi işlerde olduğunun farkında olmayan McLuhan'dır. Bu dev firmalar büyüme ve çıkar artırma amacıyla mümkün olan her alana el atmışlar ve işlerinin ne olduğunun ve ne yaptıklarının çok iyi farkındadırlar. Bu işlerden önemli biri de savaş endüstrisindeki geniş yatırımlardır. McLuhan bu ölüm tüccarlığını görmezlikten gelir: Ona göre, F-16'nın veya ICBM'in (Kıtalararası füzelerin) veya herhangi bir nükleer savaş aracının kendisi iletidir. Gerçekte doğru, fakat bu iletiyi insanlığın gelişmesine bağlamak ve övünç duymak, en azından bireysel terbiyesizliktir ve bilimsel bakımdan emperyalist "polisliği" desteklemektir. Bu silahlarla öldürülen, öldürülebilecek insanların önemi yoktur, önemli olan bu araçların getirdiği istenen değişimdir ki, bunu hiç kimse durduramaz. Örneğin, Vietnam Savaşı McLuhan'a göre hızlandırılmış sosyal değişimdir: Kimin sosyal değişimi ve kime karşı, kimin için? McLuhan aracın ileti oluşunda haklıdır; fakat "agent - orange" gibi kimyasal silahların araç olarak taşıdığı, ima ettiği, söylediği, anlattığı içerik bu "iletinin" ne olduğunu göz önüne serer. Türkiye'deki Amerikan üsleri, radarları, füzeleri bazıları için güven, dayanak, destek iletişir, ama başkaları için tam aksi anlamda bir iletidir. Bu iletilerin niteliği (üslerin,

radarların, füzelerin), toplumsal, siyasal, ekonomik çevre ve ilişkiler ve dünya düzeni ve bu düzendeki çatışmalar tarafından belirlenir.

McLuhan'a göre Amerika'nın (ya da Türkiye'nin) toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel bakımdan bugün bulunduğu durumun nedeni, özellikle televizyonun, Amerikalıların (ya da Türklerin) psikolojisine yaptıklarıdır. Araçlar içeriği ne olursa olsun, doğalarında varolan özellikleri nedeniyle etkilere sahiptir. İçerik önemsizdir.

McLuhan, içerik ve etki araştırmacılarına bir hakaret anlamında, "bizim araçlara alışıla gelen yanıtımız, yani araçların nasıl kullanıldığının önemli olduğu, teknolojik mankafanın uyuşuk tutumudur" demektedir. Çünkü bir aracın içeriği, hırsız tarafından bekçi köpeğinin dikkatini başka yöne çekmek için taşıdığı yağlı bir et parçasıdır. Aracın etkisi güçlü ve yoğundur. Çünkü bir başka araca içerik olarak verilir (yani, içerik diye alınan gerçekte bir başka araçtır). Sinemanın içeriği bir roman, oyun ya da operadır. Sinema biçiminin etkisi program içeriği ile ilişkili değildir. Yazının ya da basının içeriği konuşmadır, fakat okuyucu hemen hemen tümüyle hem basının, hem de konuşmanın farkında değildir (1964:32).

McLuhan'ın "araç iletidir ve içerik bir başka araçtır" savını daha anlaşılır yapalım: Bir kitapçıya girdiğimizde, çeşitli boyutta, renkte, kalınlıkta bir çok kitap görürüz. İletişim aracı olarak kitabın iletisinin ne olduğu hemen herkes tarafından bilinir; ileti kitabın başlığı, yazarı, konusu, konunun işleniş biçimi, kısaca içeriğidir. Kapalı bir televizyondan hiçbir ileti alınamaz. Kapalı televizyona kapalı gözle bakan McLuhan ile, televizyonu açıp herhangi bir programı seyreden birinin aldığı iletiler ve bilgi nicelik ve nitelik bakımından aynı değildir. Gazete, gazete olduğu için mi, yoksa okunmak için mi alınır? Eğer araç, ileti ve içerik önemli değilse, neden herkes aynı gazeteleri, kitapları, dergileri okumuyor? Doğru, akıllı hırsız ev soymaya giderken evi bekleyen bekçi köpeği için et taşır. McLuhan, hırsızın taşıdığı eti içerik olarak tanımlar. Et, hırsızla köpek arasındaki ilişkide içerik olarak nitelenebilir. Fakat hırsızın soygununda et, içerik değil, amaca ulaşmak için kullanılan yan araçlardan biridir. Amaç, soygun ve içerik de bu soygunla gelendir. Eğer hırsız reklam yapan reklamcıysa, reklamla sunulan şey (izleyicilerin seyrettiği) bekçi köpeğine verilen

ettir; çünkü reklamcının amacı belli bir malı satmak için genellikle sahte imajlar, sahte umutlar yaratmak ve bu imaj ve umutları reklamını yaptığı malın satın alınması ve kullanılmasına bağlamaktır: Temel amaç satmak, temel mesaj "malımı al"; bunun için kullanılan temel araç televizyon ve temel teknik psikolojik oyunlar ve sahte vaatlerle kandırmadır. McLuhan'ın araç diye taşıdığı şey, hırsızın elindeki eti yutmayanlara sunulan, bir başka tür ettir (bir diğer araçtır). Sadece mesaja bakarak her şeyi anlayamayız ve aynı şekilde sadece aracı her şey sanarak da kendimizi yanlış yola sevk edecek şekilde sınırlayamayız. Amaçlar, araçlar, içerikler, sonuçlar birbiriyle ilişkilidir ve bunlara insan öğesi katarak bunların yapısını, işleyişini ve karakterini incelemek, kişiyi zorunlu olarak toplum düzeninin incelenmesine götürür. McLuhan, bu tür bir yaklaşımla gelmeseydi, ne televizyonda, radyoda, gazetede, ne de büyük küçük firmaların konferanslarında yer alamaz ve meşhur olamazdı. Dolayısıyla, McLuhan'ı belli sınırlı çevreler dışında kimse bilmez; kimse duymaz ve bunu Ford, ABC, CBS, NBC, CBC ve benzerleri araç olarak kullanmazdı: Kullandılar, çünkü McLuhan araç olarak çıkarlarına uygun iletiler taşıyordu. Gerçek ileti araç, McLuhan'ın fiziksel varlığı değil, peygamber gibi söyledikleriydi. Kapitalizmde mallar (araçlar) çabuk eskitilir ve atılır: McLuhan da faydalı olduğu sürece kullanıldı, eskitildi ve atıldı.

Araç egemen değişim gücüdür

Innis ve McLuhan iletişim teknolojisinin toplumda odak noktası olduğuna inanırlar, fakat etki konusunda ayrılırlar. Innis'de teknoloji toplumsal örgütlenmeye ve kültüre etki eder, değiştirir ve biçimlendirir. McLuhan ana etkinin duyu organları ve düşünce üzerinde olduğunu savunur. McLuhan iletişim araçlarının etkisinin öncelikle duyular üzerinde olduğunu belirtir, dolayısıyla, tartışması tamamıyla algı psikolojisinin dar temellerine dayanır. McLuhan'a göre iletilerin üretimi ve alımı için koşut, biçimlerin biyolojik varoluşundan başlar: Bu biçimler (=görme, dokunma, tatma, duyma ve koku) birbirine bağlıdır. Dolayısıyla bir biçimin kapasitesinin değişimi duyular arası total ilişkileri değiştirir, sonuç olarak, kişinin deneyimlerini ve algılarını düzenleme yolları da değişir. Örneğin körlük koku, sağırlık görme

gücüne dayanmayı arttırır. Kapasite değişimi aynı zamanda duyular yanında deneyimleri de yeniden düzenler. İletişim araçları kişilere duyularla ilgili (duygularla değil) belli ilişkileri yerleştirir, sabitleştirir ve böylece toplumun dünya görüşünü belirlerler. Dolayısıyla, bilginin biçimini, algının yapısını ve gerçeği almaya ayarlanmış duyu araçları belirlenir.[30] Sonuç olarak, iletişim araçları bizi, sadece dünyaya yöneltmez, aynı zamanda kullandığımız duyu oranını değiştirerek karakterlerimizi değiştirir. İletişim teknolojisi kişilerin sadece ne düşüneceğini değil, nasıl düşüneceğini de belirler. Örneğin, konuşmaya dayanan kültürde kulak (=dinleme), basına dayananda göz (=görme) önem kazanır ve basına dayanan kültürde insanlar duyduklarına inanmakta ve konuşmayı hatırlamakta zorluk çekerler. Basın, gerçeği; tekdüze, uyumlu, nedenselliği olan ve farklı ilişkiler içinde düzenler. Her şeyin ötesinde basın, milliyetçiliğe götürür. Carey'e göre (1968:294), McLuhan görüşünü genel bir temelde belirtmiş, fakat duyularla sınırlanan dar bir temelde savunmuştur.

McLuhan, Gutenberg Galaksisi'nin (=basın teknolojisinin) getirdiği tarih görüşü ve olaylara "eskimiş çizgisel yaklaşım" biçimi yerine, elektrik teknolojisinin getirdiği "yeni tarihsel mozaik" biçimi üzerinde durur. Bu yaklaşımda elektronik araçlar ideolojiye veya toplumsal programlamaya konu edilir; kendileri toplumdan daha da güçlüdür; tek başlarına hareket eder, dünyayı ve bu dünyadaki insanları değiştirirler. McLuhan, tarihsel mozaik görüşüyle, insanlık tarihini yeniden yazarken, hem kronolojik tarih, hem de teknolojik bireycilik bakımından ciddi yanlışlar yapmıştır: McLuhan'a göre, Öklit uzayının (=Euclidean space) keşfi, Fenike abecesinin insan duyuları üzerindeki etkisinin doğrudan bir sonucudur (1964:107). Fenikeliler, Fenike abecesini MÖ 1000'lerde geliştirdi, Yunanlılar 8. yüzyılda Fenike abecesini aldılar ve Öklit MÖ 300'lerde yaşadı: Ayrıca, Fenike abecesinin geometriyi öğrenmeye doğrudan etkisi nasıl olur ki? McLuhan'a göre, papirüs, Roma İmparatorluğunu yaratti ve papirüsün

---

[30] *McLuhan burada teknolojinin saf kendisinden söz ediyor; teknoloji bağımsız aktif ajan ve insanlar pasif etkilenenler. Yani teknolojiyi kimin kullandığı, ürettiği, ne için üretildiği ve kimin kontrol ettiği McLuhan'a göre ilgisiz bir konudur.*

yetersizliği imparatorluğu çökertti, çünkü Müslümanlar papirüsün geldiği yolları kestiler (1964:100). McLuhan burada hem kronolojik olarak, hem de sağduyu ile yanlış yapıyor: Roma İmparatorluğu bölünüp kuzeyli komşuları tarafından darmadağın edildiğinde, Muhammed doğmamıştı bile. Ayrıca nasıl oluyor da papirüsü bulan Mısır veya hem abeceye, hem de papirüse sahip olan Yunanistan Roma İmparatorluğunu yaratamadılar ve bu imparatorluğa (özellikle Yunanistan'a) yenildiler. McLuhan'a göre basın, bireyciliği, milliyetçiliği, din savaşlarını ve o zamanki devrimleri yarattı (1964:34, 37, 306). Basın teknolojisinin 16. yüzyıldaki bu saptayıcılığı çocuk masalları kadar bile sağlam bir temele dayanmaz: Gazete, 17. yüzyıla kadar yoktu; olsa bile kitlesel dağıtımı 19. yüzyılın ortalarına kadar olmadı; gazeteler ve kitaplar sadece okuryazar elitle sınırlıysa, nasıl olur da büyük ölçüde sınırlı bu basın, milliyetçiliği, bireyciliği ve devrimi yaratır? Ayrıca (hareketli olan) basını Uygurlar ve Çinliler 10. ve 11. yüzyılda kullanıyorlardı: McLuhan'ın dediği değişmeler Asya'da neden başlamadı? Aslında, feodalitenin çöküşünü basın teknolojisinin belirleyici etkisine bağlamak temelsizdir. McLuhan iletişim teknolojisini aktif değişim gücü ve insanı ise pasif alıcı olarak sunar. İnsanları yarattıkları teknolojinin tutsağı olarak görür. İnsanların, gerçeği kandırma oyunundan ayırt edilebilecek yeteneğe sahip olduğunu hiç bir zaman kabul etmez. McLuhan gerçek hayattan, toplumdan söz etmez, bunun yerine "çevre" kavramını kullanır. Bu çevre insanların yarattığı ve yaptığı çevre değil, teknolojinin saptadığı, değiştirdiği ve eskiyi çöpe attığı bir çevredir. Zaman bizim bildiğimiz zaman değil, kimin yaptığı, nasıl ve neden ortaya çıktığı belirtilmeyen iletişim teknolojisinin kararlaştırdığı zamandır. Uzay (yer) da aynı şekilde teknolojiyle yaratılmış, biçimlendirilmiştir. McLuhan'da, Öklit uzayı keşfedene kadar insanların uzaysız yaşadığını görürüz. Öklit uzayı (=geometrik, doğrusal uzay) elektronik teknolojinin keşfiyle gelen Einstein veya "eğri" uzaya (Rieman geometrisine) kadar yaşandı. Şimdi Öklit öldü, yaşasın Einsteincı uzay! McLuhan'ın bu savı uzay bilimleriyle uğraşanlar için doğru olabilir. Fakat McLuhan ve uzay bilimcileri hala Öklitçi uzayda yaşıyor: Apartmanların, evlerin duvarları çizgisel, dik, düzeysel; tavan ve taban düz; yataklarımız yatay ve

yemek masalarımız yere paralel durmaktadır. Smythe'a (1981:51) göre, teknolojiye atfedilen mistisizm aracın temel olarak izleyiciyi tanımladığını varsaymıştır ki, bu yanlıştır. Aksine, izleyicilerin varoluşu ve etkinlikleri tek ve ortak tanımlayıcıdır: Tekelci kapitalizmde, reklamcılar, araçlar ve izleyiciler arasındaki çelişkileri toplumsal ilişkiler boyutuna koyarak incelediğimizde, izleyicilerin araçlara, araçlardan geçerek gelen ürünlere ve tekniğe bağlılığını getiren teknolojik tuzağın mistisizmini reddedebiliriz.

McLuhan'a göre (1964:30) her yeni teknoloji eskisini çöpe atar ve çöpe atılan teknolojilerle belli duyular da çöpe atılır. Dolayısıyla, duyular (ve teknolojiler) arasında rekabet vardır. Bir ölüm kalım mücadelesi. McLuhan'ın aksine, her anlatım biçimi veya aracı kendine özgü yapıya sahiptir, biri diğerini yok etmez. Yazı konuşmayı, televizyon dinlemeyi, sinema tiyatroyu, radyo kitabı ortadan kaldırmamıştır. Eğer aralarında bir çekişme varsa, McLuhan'ın savının tersine, bu çekişme/çatışma duyularda ya da araçlarda değil, ekonomik, siyasal ve kültürel çıkarlar yapısındadır. İnsanın beş duyusu sürekli olarak birbirleriyle ilişki halindedir, birbirini tamamlar ve düzeltirler. Ne göz kulağa, ne de el dile rakiptir. Bu rekabet ancak, bu duyuları temel alan teknolojilerin pazarında olabilir. Elektronik çağın gelmesiyle, McLuhan'ın savının aksine, "Gutenberg Galaxy" (basın teknolojisi) ölmemiştir; şimdi eskiye göre daha çok kitap, gazete ve dergi okunmaktadır. Her iletişim teknolojisi insan duyularının, fiziksel bakımdan değil, fakat anlamla ve dış dünyayla ilişki bakımından, doğru ya da yanlış, yeterli ya da yetersiz, bir uzantısı durumundadır; mülkiyet ilişkilerinin ve ideolojisinin önemli bir parçasıdır.

Konuşulan Sözcük: "Şeytanın gülü?"

Konuşulan sözcük dramatik bir şekilde bütün duyuları içerir. Bireyci özel hayat alışkanlığı için gerekli görüntü gücünün uzantısını ve yükseltilmesini oluşturmaz. Çeşitli dillerde uzantılanmış duyu kalıpları elbise sanat modelleri kadar çeşitlidir (Ama üç ayda bir değişmez). Her anadil, kullananlara dünyayı görme, hissetme ve dünyada etkinlik yapma yolunu öğretir. Duyularımızı ve sinirlerimizi geliştiren yeni elektronik teknolojiler, dünya çapında kolektif bir bilinç yaratır. Böyle bir kolektif bilinç durumu insanlığın söz öncesi (konuşmayı

öğrenmeden önceki) durumu olabilir. Bugün bilgisayarlar herhangi bir dili veya kodu bir başka dil veya koda anında çevirme olanağına sahiptir. Bunu izleyen mantıklı adım, dili tercüme değil, dili genel evrensel bilincin lehine ortadan kaldırmadır. Bu "konuşmasızlık" kolektif uyum ve barışın devamlılığını ihsan edebilir. McLuhan, modern teknolojilerin yarattığı "kelimesizlik durumunun" kolektif uyum ve barış getirilebileceğini söylüyor (McLuhan,1964:82, 83, 84). McLuhan hala her şeyi teknolojinin yaptığını öne sürüyor. Aslında, teknoloji dahil her şeyi yapan insandır. İnsanın örgütlü yaşamda yarattığı teknolojiler ve kullanımları yansız değildir; evrenleşen veya globalleşen, teknolojinin kendisi değil, teknolojileri mülkiyetinde tutan ve çıkarlarına kullanan insanların oluşturduğu örgütlü güç yapılarıdır. McLuhan'ın teknoloji ve teknolojinin gerçekleştirdikleri hakkındaki yorumları belli ilişkiler düzenini, özellikle günümüzdeki uluslararası şirketlerin yayılmasını, sadece meşrulaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda yüceltmektedir.

Yazılı Sözcük: "Bir Kulak İçin Bir Göz"

Yazılı ve basılı malzeme bugün her zamankinden daha çok vardır ve okunmaktadır; fakat aynı zamanda, fonetik alfabe üzerine kurulmuş bu ilk-çağların okur yazarlık teknolojisini tehdit eden yeni elektrik teknolojisi vardır. Bizim merkezi sinir sistemimizi uzatması nedeniyle, elektrik teknolojisi uzmanca yazılmış sözcük yerine, katkıcı ve katılmacı konuşulan sözcüğü tercih eder. Alfabe; güç, otorite ve askeri yapıların uzaktan denetimi demektir. Papirüsle birleştiğinde, alfabe kilise bürokrasisi ve bu bürokrasinin bilgi ve güç tekelciliğinin sonunu heceledi (McLuhan, 1964:85).

Babil, Maya ve Çin kültürlerinin kullandığı resimli ve hiyeroglif yazı, insanın deneyimini biriktirme ve yaşamını kolaylaştırma için görme duyusunun bir uzantısını temsil eder. Bu, fonetik alfabeden farklıdır. Fonetik alfabede, işaret ve sesler, mantık ve dramatik özelliklerinden ayrılır. Ses, tatma ve dokunma duyularının rolünü azaltır; rasyonel hayatı çizgisel nedensellik sıralaması şeklinde inşa eder. Bu çizgisellik ve nedensellik silsilesi psikolojik ve toplumsal örgütlenmeyi de biçimlendirir. McLuhan'a göre, "uygar adamı" tek başına yaratan aracın fonetik alfabe olduğu savunulabilir: Ayrı bireyler yazılı yasaların

önünde eşittir. Uygarlık okur-yazarlık üzerine kurulur, çünkü okur-yazarlık, yer ve zaman içinde görme duyusu tarafından "uzatılmış" (=geliştirilmiş) bir kültürün yeknesak/uniform bir sürecidir. Sözlü kültürler etkinlik ve karşı-etkinlikte aynı anda bulunurlar; Fonetik kültürler faaliyete girdiğinde insana, duygularını ve heyecanlarını bastırma olanaklarını bahşeder. (McLuhan, 1964:86, 88).

Basılı Sözcük: "Milliyetçilliğin Mimarı"

1970'lere kadar basılı kitapların yüzde elliden fazlası ilk ve ortaçağ hakkındaydı. Basılı kitap çağdaş dünyayı yarattı. Alfabe (ve uzantısı tipografi) bilginin gücünün yayılmasını mümkün kıldı ve kabile insanının kabile bağlarını darmadağın etti; kabileyi bireyler topluluğu haline getirdi. Elektrik yazı ve yazının hızı ile insan ailesi tekrar tek bir kabile olur (McLuhan, 1964:155, 156). Basılı kitap görme yeteneğinin bir uzantısıdır. Basılı kitap perspektif ve sabit görüşü artırdı; uzayın görüntüyle ilgili, tekdüze, kesintisiz ve sürekli olduğu hayalini sağladı. Toplumsal bakımdan, basın milliyetçiliği, sanayileşmeyi, kitle pazarını, evrensel okuryazarlığı ve öğretimi getirdi. Basın kişileri geleneksel gruplardan kopardı ve bireycilik modelini verdi. Bu yeni özel girişim ruhu insanı dev firmalar, askeri ve ekonomik örgütler yaratmaya götürdü. Muhtemelen, tipografinin en anlamlı armağanı "duygusal olarak katılmaksızın" tepkisiz eylem gücüdür. Bu katılmama ve tepkisizlik olmazsa, insan eyleminde engellenmiş ve tereddütlüdür. (McLuhan, 1964:161). Yeni bir araç hiç bir zaman eskiye bir ek değildir; ama eskiyi rahat bırakmaz. Eski araçları, bu araçlar için yeni şekiller ve pozisyonlar buluncaya kadar ezmekten çekinmez. Bugün milliyetçilik, imaj olarak, hala basına dayanır, fakat bütün elektrik araçlar milliyetçiliğe karşıdır (McLuhan, 1964:158,161). Kitap bir görüşü sağlayan "özel itirafla" ilgili bir biçimdir. Basın (gazete) toplum düzeyinde katılımı sağlayan bir "grup itiraf" biçimidir. Kitap biçimi toplumsal mozaik değildir, fakat özel bir "sestir". Kitap ve gazete, içeriği ne olursa olsun, sadece biçimleriyle "iç yüzü ortaya koyan hikaye" etkisi yaratırlar: Kitap yazarın ussal maceralarının iç yüzünün hikayesini; basın hareket ve ilişkide olan toplumun iç yüzünün hikayesini anlatır (McLuhan, 1964:163). Gazetenin sürekli toplumsal dokunun çirkin görünen "alt tarafını" rapor etmesinden şikayetçi olan

kitap yönelimli insan, günlük olayların gazetede tekrar tekrar sunulmasını düzeysiz olarak görür. Kitap ve gazete birbirleriyle iki aracın olabileceği kadar uyuşmazlık içindedir: Kitabın özel görüşü gazetenin büyük toplumsal gücüne doğal olarak düşmanlık duyar. Araçların sahipleri halka daima istediklerini vermek için uğraşırlar; çünkü araç sahipleri güçlerinin programda veya iletide değil, araçta olduğunu hissederler (McLuhan, 1964:189, 193).

McLuhan pek çok ülkede düşünen insanların (yasalar, mahkemeler, polis, gizli polis, asker ve çıkar grupları) tarafından baskı altına alınmasının; Amerika gibi ülkelerde düşünceden dolayı değil de düşüncelerle yapılanlardan dolayı kişilerin cezalandırılmasının "kulak dünyası" ile "göz dünyası" arasında teknolojinin saptadığı farklardan olduğunu iddia eder. Sesli-sözlü (oral) toplumda içsel ifade (=düşünce) önemli toplumsal bir etkinliktir. Bu nedenle Rusya'da gözle değil, dinlemeyle yapılır. McLuhan sözlü yanlılığın Rus tahsilli grupları arasında bile nasıl etkili olduğunu Inkeles'in (1950) "Rusya'da Halk Oyu" yapıtından bir örnekle şöyle açıklıyor: Amerika ve İngiltere'de ifade özgürlüğü hakkının kendisi soyut olarak değerlidir. Rusya'da özgürlüğün kendisi ikinci plandadır ve özgürlüğü kullanmanın sonuçları önde gelir. Bu nedenle, gerçi Amerika ve Rusya basın özgürlüğü olması konusunda hemfikirdirler. Fakat önerilerinde ayrılırlar. Amerika ifade özgürlüğünü söyleme veya söylememe hakkı olarak alır, bu hakkın Rusya'da olmadığını belirtir. Ruslar genellikle ifade araçlarını elde etme (kullanabilme olanağından) hakkı olarak alırlar ve bu hakkın Amerika'da olmadığından söz ederler. McLuhan'a göre, Ruslar iletişim araçlarının özel girişimler tarafından kullanılabileceğini düşünemezler. Bu tutumun Marks'la, Lenin'le veya komünizmle hiç bir ilişkisi yoktur; bu sözlü toplumun normal kabile tutumudur (McLuhan,1962:27-31).

Radyo: Kabileye Özgü Tamtam

Radyo kişiyi, kişiden kişiye dostça ilişki içinde etkiler. Konuşmacı ve dinleyici arasında bir konuşulmayan iletişim dünyası sunar. Radyo özel, bireysel bir tecrübedir. Radyo geleneği, tek sözcükle, total geçmişin "şimdi" duyulması gibi bir duygu uyandırır. Radyo "kabileye özgü boynuzlar ve antik tamtamların titreşim dalgalarıyla yüklüdür."

Radyo 1930'larda batı toplumlarını yeniden kabileleştirdi ve böylece totaliter kitle hareketlerini üretti. Hitler siyasal hayata gelişini doğrudan radyoya ve halka hitap sistemlerine borçludur. Bu radyonun Hitler'in düşüncelerini Alman halkına etkili bir şekilde ilettiği anlamına gelmez. Hitler'in düşünceleri çok az bir neticeye sahiptir. Radyonun kabile halka sağladığı, "içe doğru patlayan tecrübedir". Bütün yaşamı aile hayatının uzantısı olan kabile halklar için radyo, şiddetli saldırgan tecrübe olmaya devam eder. Öğrenim düzeyi yüksek toplumlar aile hayatını iş ve politikadaki bireyselliğe tabi kılmış ve radyonun içe doğru patlayışını devrimsiz olarak emmeyi başarmıştır (McLuhan, 1964:259-264). Kısaca, McLuhan'a göre, Almanya'da olan şeyin Amerika'da ya da İngiltere'de olmamasının nedeni eğitim düzeyidir. Bu düzey nedeniyle bu iki ülke radyoya bağışıklık kazanmıştır. Aslında, Almanya, Amerika kadar endüstrileşmişti ve muhtemelen Almanlar Amerikalılardan çok daha fazla eğitimliydi.

Lazarsfeld'in radyonun tekelci ve toplumsal etkisinin tahmin edilenden daha az önemi olduğu, Hitler'in radyo ile toplumda kontrol sağlamadığını, aksine radyoya rağmen sağladığını, çünkü radyonun Hitler'in düşmanları tarafından kontrol edildiğini ileri sürmesini McLuhan şöyle değerlendiriyor: "Profesör Lazarsfeld'in radyonun doğası ve etkileri hakkındaki zavallı bilinçsizliği kişisel bir kusur/eksiklik değildir, fakat evrensel olarak paylaşılan bir yeteneksizliktir" (McLuhan, 1964:260). Radyo bilgi iletimini hızlandırır; öteki araçlarda hızlanmaya yol açar; dünyayı köy hacmine küçültür ve köyün dedikodu, söylenti, haber ve kişisel kötülükler gibi zevklerini yaratır; fakat bu köyü homojenleştirmez (McLuhan, 1964:263).

Televizyon: Çekingen/Utangaç Dev

McLuhan'a göre basına dayanan uygarlık telgrafın gelişmesiyle gücünü kaybetti; radyo ile de egemenliğini yitirdi ve televizyonla öldü. McLuhan'a göre, televizyon, insanları katılma ile toplumun canlı üyeleri yapar. Rosnak bunu, Andrew Ure'nin 18. ve 19. yüzyıllarda "endüstrileşme" sırasında pamuk bezi dokuma fabrikalarında çocukların hunharca sömürülmeleri ve kullanılmalarının el beceriliklerini geliştirdiği, alışkanlıklarını düzene koyduğu ve genç beyinleri atikleştirdiği iddiasına benzetiyor: Teknoloji ilerledikçe,

savunma şekilleri de karmaşıklaşır (1968:267). McLuhan'a göre eğer televizyon Hitler'in egemenliği sırasında geniş çapta kullanılsaydı, Hitler hemen ortadan yok olurdu. Eğer televizyon önce gelseydi, Hitler olmazdı. Çünkü televizyon soğuk araçtır: Sıcak figürleri, sıcak meseleleri, sıcak olayları ve sıcak basının kişilerini reddeder (McLuhan,1964:261). McLuhan'a göre televizyonun soğuk araç olarak oynadığı rol, çok büyüktür; çünkü televizyon insanı katılmaya götürür. Rosnak'a göre (1968:266) televizyonun psikolojik etkisi, McLuhan'ın savının aksine, bu aracın içeriğinden gelir ve bu etki de duyguların ayrılıp dağılmasıdır. Örneğin, reklamlar düşüncenin devamlılığını engelleme ve hissetmenin derinliğini elekten geçirip atmak stratejisine dayanır. Reklamlar kişilerin kendilerinden, kendi vücutlarından, görünüşlerinden, giyimlerinden hoşnutsuzluk ve yetersizlik hissettirir ve bu yetersizliği belli malları (güzellik kremi, parfüm, takma kirpik, boya, araba, jean sabun, diş macunu vs.) kullanarak gidereceğini savunur. Her kullanış kişiyi "yeni" kullanışa, her yeni kullanış "yeni ve geliştirilmiş" kullanışa götürür. Reklamlar kendi kendilerinden hoşnut olmayan tüketiciler yaratır ve mutluluğun tüketimle olacağı bilincini getirir; her tüketim tekrar tüketimi gerektirir.

Carey'e göre (1968:290) şu an sıcak olan bir araç, başka zaman soğuk görünür. Derecenin aracın mutlak niteliği olup olmadığı, bir aracın soğukluğu veya sıcaklığının başka bir araca göre olup olmadığı söylenemez. Araçları bu ölçüte göre sınıflamak keyfidir.

Yabancılaşma ve Elektronik Teknoloji

McLuhan'a göre, basın, akıl çağını, bilimsel mantığı ve "insan özgürlüğünün insanın akılcılığının sonucu" olduğunu savunan liberal geleneği yükseltti. Akıl üzerinde çok durmak insanın kendinden ve doğadan yabancılaşmasıyla sonuçlandı. McLuhan'a göre televizyon sadece enformasyon yayan bir araç değil, aynı zamanda insanın deneyimini düzenlemede radikal bir yoldur: Televizyon görüntü ve sesi birleştirir ve duygusal dokunma hissi verir. Dolayısıyla, televizyonda, göz, kulak ve el oyuna girer. Televizyonla kişi ekrandadır ve ışık göndermeleriyle bombardıman edilir. Tv görüntüsü görmeyle ilgili enformasyon bakımından düşüktür. Televizyon imajı bir saniyede 3 milyon kadar nokta verir ve bunlardan izleyici her an sadece birkaç

düzinesini alarak usunda canlandırır: Televizyonun görüntüsü düz ve iki boyutlu mozaiktir. Üç boyutlu algılama algı alışkanlığından gelir. Televizyon bizim merkezi sinir sistemimize etki eder (McLuhan, 1964:272). McLuhan'a göre, 18. yüzyılda başlayan "basın kültürüne ve mekaniksel endüstriye, bu organik tümlüğe" karşı olan "romantik tepki" elektromanyetik dalgaların keşfini hızlandırmış, ya da hızlandırmamış olabilir. Fakat kesinlikle, elektromanyetik keşifler bütün insan işlerinde "şimdilik" sahasını yarattı. Böylece insan ailesi şimdi bir "global köyün" koşulları altında yaşıyor. Bu köy tamtamlarla titreşen tek bir daraltılmış (küçültülmüş, sıkıştırılmış) uzayda yaşamaktadır (McLuhan,1962:43). McLuhan "global köy" fikriyle çok uluslu şirketler denilen ve gerçekte birçok ülkeye yayılmış firmaların hayallerine ve amaçlarına bir umut katıyor: CBS, SKY, IBM, GE, SIEMENS'in "global köy" gerçeğini yaşadığını düşünün: Bu durum dünya emperyalizminin gerçekleşmesi demektir. Hem de çatışma ve çekişmeden uzak bir "global köy." Global köyün köylüleri ne elektromanyetik dalgalara sahip ne de dalgalar üzerinden yayın hakkına. Onların ne istediğini bilen özel ve "ne verilmesi gerektiğini bilen" kamu "hizmetleriyle," köylerinde köylerinden uzak "orda bir köy var uzakta" türküsü dinliyorlar.

Araç: Sıcak ve Soğuk

McLuhan, araçları sıcak ve soğuk olarak iki kategoriye ayırır. Sıcak aracı soğuktan ayıran temel ilke şudur: Eğer araç tek duyuyu uzatıyorsa ve izleyiciye tamamlaması için çok şey bırakmıyorsa bu sıcak araçtır (radyo, sinema, fotoğraf). Eğer az şey veriyor ve izleyici tarafından çok şey ekleniyorsa, bu soğuk araçtır (televizyon, telefon). Sıcak araç izleyicinin katılması bakımından düşüktür ve soğuk araç katılma ve izleyici tarafından tamamlanmada yüksektir. Televizyon soğuk araçtır. Çünkü enformasyon bakımından verdiği azdır, dolayısıyla iletiyi tamamlamak için izleyici tarafından aktif katılmayı gerektirir. Bu da televizyon ekranındaki noktaları ve çizgileri birleştirerek yapılır. Bu sıcak araçtan farklıdır, çünkü sıcak araç bir duyuya oldukça çok enformasyon verir (örneğin basın). McLuhan bu sıcak ve soğuk kavramını insanlara, kültürlere, dansa, giysiye, arabaya ve spora da uygular.

McLuhan'ın "katılması" düşünceli, insanca bir katılma değil, fiziksel bakımdan duyusal ve beyinsiz bir katılmadır. Başka insanlarla veya toplumla/çevreyle olan bir katılma değildir; fakat televizyon teknolojisindeki bağımsız ilişki yabancılaşmayı ortadan kaldıracaktır: başka bir deyişle McLuhan'a göre modern teknoloji yabancılaşmış kişileri kendi gerçek doğalarıyla ilişkiye sokacaktır. McLuhan'ın eleştirilere klasik yanıtı şöyledir: "Ben bir incelemeciyim, sondajlar yaparım; bir görüş noktasına sahip değilim; bir pozisyonda durmam. Kaşif tamamıyla kararsızdır. Hangi noktada şaşırtıcı bir keşif yapacağını asla bilmez. Tutarlılık bir kaşife uygulanan anlamsız bir terimdir. Ben açıklamam; incelerim/keşfederim" (McLuhan,1967:xii).[31] Aslında McLuhan'ın en önemli keşfi, insanlık tarihini, toplumsal oluşumu ve değişimi kapitalist dünyadaki egemen güçlerin hoşuna gidecek şekilde açıklama, sunma ve rahat geçimini bu yolla kazanma olmuştur. McLuhan'ın üzerinde durulması gereken en önemli görüşü iletişim teknolojisinin bilince etkisi ve değişimdeki saptayıcı rolüdür. Bu görüşünü sunarken, R. Williams, J. Carey, bize ve diğer birçoklarına göre, McLuhan teknolojiyi tarihsel koşullardan ve toplumun maddi, ekonomik-siyasal tabanından soyutlamıştır. Bilinci, yabancılaşmayı ve değişimi teknolojinin saptadığını belirtir; fakat bunun toplumsal yapı ve ilişkilerle bağıntılı olabileceği fikrinin yakınından bile geçmez. Elektronik teknolojinin, enformasyonun ve toplumsal gücün belli çevrelerde toplandığını görmezlikten gelir. Kısaca, McLuhan'ın kuramı teknolojik değişimden yapısal değişime kadar olan bütün açıklamalarında insanın örgütlü yaşamının yapısal bağından yoksundur. McLuhan'ın teknolojik belirleyiciliği yumuşatılarak pozitivist-deneyci okulun kültürel yaklaşımlarında kullanılmaktadır. McLuhan insana büyüleyici etkiler yapar. Bunun en önde gelen nedenlerinden biri konuları ve sorunları oldukça çarpıcı ve anlaşılmaz edebi kalıplar içinde sunmasındandır. Bu büyüleyiciliğin ardında teknolojinin nesnelliğini ve haklılığını savunan belirleyicilik yatar. Bu belirleyicilik de, İnnis'in tarihsel belirleyiciliğinden farklı olarak, tarihi

---

[31] *McLuhan açıkça "sallarım, tutarsa, tutar; tutmazsa da benim sorunum değil" diyor.*

ters çevirerek tarihten yoksullaştırılmış bir belirleyiciliktir. McLuhan'da insanın kaderini belirleyen insanın kendisi değil, uzantısı olan teknolojidir: Bu görüş var olan teknolojik düzenin sorgusuz savunuculuğunu yapmaktır. Teknolojik saptayıcılık Amerikan iletişim yaklaşımlarının hemen hepsinin belli oranlarda ortak özelliğidir. 1960'ların modernleşmecileri, kalkınmacıları ve "yeniliklerin yayılması" kuramcıları (Lerner; Rogers; Pye, Frey; Almond, Huntington) teknolojiyi "az gelişmiş ülkelerin kurtarıcısı" olarak sundular. Bu teknolojik saptayıcılıkları, kuramlarının çökmesine rağmen ortadan kalkmadı, 1980'lerde, "yumuşadı" ve 1990'lar ve 2000'lerde Postmodernizm ve post-endüstriyalizmle yeniden evrenselleştirildi.

Teknolojik belirleyiciliğin kardeşi olan "iletişim devrimi" ve "enformasyon toplumu" yaklaşımları da, 1990'larda, Postmodernizm veya post-endüstriyalizmin ana öğeleri olarak devam etmektedir.

Teknolojik saptayıcılık "medya ve teknolojinin" toplumdaki iyi oluşumlara ve gelişmelere bağlanmasında kullanılır. Olumsuz oluşumlara gelince, McLuhan'ın büyüleyici söylemleri, egemen yaklaşımın "içerik" ve "etki" ilişkileri içinde anlamını yitirir; teknoloji ve özellikle teknolojinin işlediği teknolojik yapı "serbest akım ve serbest rekabet, demokrasi" çerçevesi içine sokularak temize çıkartılır. Olumsuz oluşumların tartışmasında "kişisel seçim özgürlükleri" konusu öne sürülür. Kişisel seçim özgürlüğünün olması için "aktif izleyici" olması gerekir. İzleyici pasifse, o zaman izleyiciyi pasiflikle suçladıktan sonra, gözler, bu "pasifi sömüren ve kullanan" "aktife" döner. Örneğin, Frankfurt okulunun kitle kültürünü eleştirisinde, kitlelerin durumundan kültür endüstrisi sorumlu tutulur. O zaman tek yol, ana yolun tuttuğu "kendi balını ve zehrini kendi seçen aktif izleyici" tezine sarılmak ve bu tezi işlemektir. Aktif izleyici özgür izleyicidir. Dolayısıyla, baskı, egemenlik veya sömürü ilişkisinden bahsedemeyiz, çünkü özgürlük vardır.

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNDE KRİZE ÇÖZÜM

Sosyolojik yaklaşımın gerekliliğini sadece Amerikalılar değil, örneğin İngiltere'de James Halloran 1960'ın başlarında medya etki araştırmalarının muhasebesini yaparak ve yaklaşımdaki egemen yönelimi eleştirerek belirtilmiştir. Halloran'ın görüşü ABD'deki iletişim sosyolojisine yönelim gereğini öne sürenlerden temel olarak pek farklı değildir. Halloran (1964) sosyolojik yaklaşımın özelliklerini şöyle tanımlamıştır:

Gönderici ve izleyici genellikle birbirine bağlı karşılıklı ilişki içindedir. Bu nedenle, izleyiciler atomlaştırılmamalı, ileti toplumsal süreçlerden soyutlanmamalıdır.

İletişim pek ender olarak, sadece tek bir yanıt üreten tek bir iletişim sorusudur. İletişim zaman içinde uzanan iletişimler zincirinde bir bağ olarak kabul edilmelidir. Gönderici ve alıcı arasındaki ilişkinin çoğu dolaylıdır ve öteki grup üyelerinden geçerek üremeye yönelir.

İletişim sürecine katılanlar toplumsal yapıda bir konuma sahiptirler: Bu konunun toplumsal sistem içinde birbiriyle ilişkisi oldukça, kişi ya da gruptan akan iletişim rastlantısal ve ilişkisiz etkinlikler olarak değil, süreliden karşılıklı ilişki biçimi içindeki öğeler olarak görünür.

Halloran'a göre gönderici ve izleyici yapıları, gerçekte genel toplumsal sistem içindeki "alt sistemlerdir". Bu alt sistemlerde karşılıklı iletişim, ilişkiler ve rol oynamalar vardır. Bu iki alt sistem aynı toplumun birbirine bağlı yanlarıdır (Halloran, 1964:38).

Halloran (1977) sosyolojik yönelimin 1960'ların sonlarına doğru artan bir şekilde araştırmalara yansıdığını belirtir. Ancak, sosyoloji içindeki farklılıklar, en azından sosyoloji ile, sosyal psikoloji arasındaki farklılık kadar önemlidir. Fakat bu, o zaman (1960'larda) önde gelen bir konu değildi ve görevselci yönelimli olmasına rağmen, sosyolojik yaklaşım daha eleştirel yaklaşıma yol açtı (Halloran, 1977:24).

Halloran tek bir sosyoloji olmadığını da söyler. ABD'de benzer ayırımlar sık sık yapılır. Burada önemli bir soru ortaya çıkar: "Burjuva sosyolojisi" ve "Marksist sosyoloji" ya da daha açık bir deyişle, sosyoloji ile tarihsel maddecilik tek bir sosyolojinin birbirini tamamlayan mı, yoksa birbirine zıt ve rakip parçaları mıdır? Bu soruya herkes tarafından kabul edilecek bir yanıt vermek mümkün

değildir:1950'lerin sonunda ve 1960'larda, yapısal görevselcilik ile tarihsel maddeciliği birleştirip bileşik bir kuram oluşturma çabaları düş kırıklığıyla sonuçlandı. Fakat sonuçta, 1970'lerde, Halloran, Merton ve benzerlerinin yolunu takip edenlerin, pozitivist-deneyci okulun liberal kanadını oluşturmalarını sağladı. Bunun kuşkusuz en büyük nedeni Amerikan imparatorluğunun 1960'larda duraklayıp 1970'lerde gerileme dönemine girmesi; Sovyetler Birliği'nin, Yugoslavya, Çekoslovakya, Almanya gibi sosyalist ülkelerle bilimsel alışverişinin artması, bittiği ilan edilen soğuk savaşın yeni özellikler kazanması, kısaca 1945'te kurulan yeni dünya düzeninin ve bu düzenin egemen güçlerinin değişen dünya koşullarının baskısı altında ve bu koşullardaki oluşumların etkileri ve sonuçlarıdır.

İletişim sosyolojisini ciddi eleştiriler 1970'in başlarına kadar ortaya çıkmadı. Murdock ve Golding'e göre (1977:12) kitle iletişiminin sosyolojik incelemesi kendi kendine yeten profesyonel uzmanlaşma ve çok disiplinli bir yaklaşımda bir öğe olarak değil, sosyolojik çözümlemenin kalbini işgal eden genel kültürel ve toplumsal incelemenin bir parçası olarak görülmelidir. Bunun anlamı, ileri kapitalist ülkelerde kitle iletişimi sosyolojisi sınıf tabakalaşması doğası ve kalıcılığı üzerinde süren tartışmadan çıkarılmalı ve bu tartışmaya sokulmalıdır. Kapitalist toplumlarda sınıf eşitsizliklerinin merkezi ve yapısal ekseni olarak kaldığını gösteren sayısız kanıtlar vardır. Aynı zamanda, varolan kanıtlar bu toplumlardaki halkın çoğu toplumun yapısı hakkındaki enformasyonu kitle iletişiminden aldıklarını, bu çok önemli toplumsal betimleme akışı üzerindeki denetimin genellikle sınıf yapısının üst katındaki grupların ellerinde toplandığını gösterir. Böyle bir durumda, kitle iletişimi ile sınıf tabakalaşması arasındaki ilişkiler araştırma için apaçık ve merkezi bir konu olarak ortaya çıkar. Bununla birlikte, ne kitle iletişimi sosyologları ne de sosyal tabakalaşma (stratification) sosyologları bu yönde bir girişimde bulunmuşlardır. Hem kitle iletişim araştırmalarında sınıfsal katmanlaşma soruları çoğunlukla ele alınmaz, hem de sınıf ve meşrulaştırma incelemelerinin çoğu kitle iletişimini rolünü somut bir şekilde incelemez. İletişim alanındaki deneysel incelemelerin kuramdan önde gitmesine (=pozitivist-deneyci okulun kuramsız birçok araştırma yapmasına) ve

alanın parçalanmışlığına çare olarak disiplinler arası bir yaklaşımın ve dolayısıyla genel bir iletişim kuramının getirilmesi öne sürülmüştür. Murdock ve Golding'e göre, disiplinler arası diyalogun kurulması boş bir çözümdür; çünkü disiplinler arası bölünmeler basitçe örgütlenme elverişliliği ya da akademik imparatorluk kurma çabasının bir ürünü değildir; fakat entelektüel yaklaşımlardaki temel ve gerçek farklılıkların ürünüdür. Sosyologların çoğu iletişim biçiminin ne tür bir topluma sahip olacağımızı saptayacağı konusunda aynı görüşte değildir. Tam aksine, sosyolojik çözümleme iletişim ve kültürel ifade biçimlerinin toplumsal ilişkilerin yapısı tarafından saptandığı önerisinden başlamalıdır. Bu temel önerinin nasıl ayrıntılı bir şekilde işlendiği, öncelikle toplumsal yapının nasıl düşünüldüğüne bağlıdır ve bu noktada sosyologlar kamplara bölünmeye başlarlar. Bazıları için, kitle iletişiminin yapıları ve faaliyetlerinin yeterli bir sosyolojik çözümlemesi, aileden ekonomiye kadar her düzeydeki toplumsal kurumlarla bağlarını izleyerek genel toplumsal koşullar içine yerleştirmeyi gerektirir. Bu yaklaşımın altında yatan görüş, toplumsal yapının ayrı, fakat birbirine bağlı, hiçbirinin zorunlu olarak öteki üzerinde öncelik almadığıdır. Dolayısıyla, sınıf sistemi toplumsal yapının esas ekseni olarak değil, fakat birçokları arasında bir tanesi olarak görülür. Bu çoğulcu toplumsal yapı modeli (Halloran, Tunstall, Gurevitch gibi pozitivist okulun liberal kanadının sosyoloji modeli) işçi sınıfı, elit değerleri ve kitle iletişim araçları gibi konularda süregelen boşluğu doldurmak gerekliliğini savunur; fakat sorunu daha genel bir sosyal katmanlaşma ve meşrulaştırma kuramı ile bütünleştirmeyi sonunda görmezlikten gelir. Kitle iletişiminin bütünleşmiş bir çözümlemesi yerine, kitle iletişim araçları ve çocuklar, kitle iletişim araçları ve kadınlar gibi araştırmalara ek olarak kitle iletişim araçları ve sınıf incelemesi teşvik edilir. Akademik sosyoloji içindeki bu "boşlukla" yüz yüze gelen ve sınıf ve iletişim arasındaki ilişkilerle ilgilenme artan bir şekilde bu ilişkilerin sistematik bir biçimde incelendiği öteki yaklaşımlar ve çözümleme biçimlerini kapsar.

KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI

İletişim sosyolojisindeki krize cevap olarak kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı geliştirildi. Böylece bazı sosyologların gözünde çıkmaza girmiş gibi görünen *gönderici - ileti - alıcı* sürecine dayanan iletişim kuram ve araştırması egemen modeli, 1960'larda bazı revizyonlarla yeniden canlılık kazandı. Lazarsfeld, Katz ve Klapper gibiler sonuçta çözümü izleyicinin arabanın önüne konmasında buldu. Katz 1959'da iletişim araçlarının halka ne yaptığından çok, halkın bu araçlarla ne yaptığına dikkat edilmesi gerektiğini söylüyordu: Aynı yıl, Wright (1959) fonksiyonalist kuramı kitle iletişiminde kullanmanın gerekliliğini belirten kitabını yazdı. Bunu izleyen birkaç yıl içinde bu kuramın uygulanması için entelektüel çevrede kampanyalar devam etti. Örneğin, Klapper (1963) kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının geliştirilmesini şöyle belirtti: İletişim araştırmasının "Kitle iletişimi halka ne yapar?" sorusuna yöneldiğini övünerek söylerdik, şimdi kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı daha anlamlı bir soru soruyor: "Halk kitle iletişimi ile ne yapıyor?" Eğer bu ikinci yaklaşım büyük ve gerçek fonksiyonalist çözümleme olursa, bu iki sorunun birbirinden ayrı olmadığını görürüz. Halkın iletişim araçları ile ne yaptığı ve ne yaptırabileceği, iletişim araçlarının halka ne yaptığı ve ne yaptırabileceğini büyük ölçüde belirleyebilir (Klapper, 1963:573). Klapper'in bu sözünden de anlaşılacağı gibi *gönderici - ileti - alıcı* (G İ A) modelindeki göndericinin egemenliği bitiyor, alıcının egemenliği başlıyor. Araştırmalar gönderici ve ileti merkezi olmadan alıcı/izleyici merkezli olmaya dönüşüyor. Böylece 1960'ların ortalarında, Amerikan, İngiliz ve Kuzey Avrupa iletişimcileri yeni yaklaşım olarak "kullanımlar ve doyumlar/tatminler" kuramını getirdiler. Kuram kısa zamanda egemenlik kazandı. Kurama göre insanlar gereksinimlerini gidermeye çalışırlar. Doyum için kullandıkları araçlardan bazıları da kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar ve araçların ürünleri arasında gereksinimleri karşılamak için seçme yaparlar. Bu maksatlı etkinlikler sonucu gereksinimler giderilir ve gerginlikler azaltılır.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı izleyicilerin gereksinimlerine göre iletişim araçlarını ve içeriklerini seçtiklerini ve kendi etkilerini kendileri aradığı görüşünü, kısaca "aktif izleyici" savını getirmiştir.

Buna göre, insanlar basit bir şekilde davranma yerine, çevrelerine etki yapan aktif ajanlar olarak kabul edilir. Bu ajanlar etkinlikleri seçme yolları arasından amaçlarına uygun tercihler yapma gücüne sahiptirler. İletişim alanında, kişi kendi enformasyonunun yaratıcısıdır. Burada "enformasyon" kişinin zaman ve yer içinde hareket ederken yaşamdan çıkardığı anlam olarak nitelenir. Kitle iletişim araçları bu anlaşmada dünyanın seyredildiği "mercekler" olarak görülebilir. Bu merceklerle (iletişim araçlarıyla) kişi dünyanın kendisine özgü bir anlamını oluşturur. Bu perspektif siyasal toplumsallaşmayı, örneğin, çocukluktan gençliğe ve oradan olgunluğa doğru gelişen kişinin gereksinimleri ve kapasiteleri açısından ifade eder (Atwood ve Darvin, 1981). Aktif izleyici görüşüne göre, iletişim sürecinin merkezi, herhangi bir durumu anlamaya çalışan kişilerin ya da grupların etkinliklerindedir. İletişim ancak bir kaynaktan enformasyon seçildiği zaman olur, çünkü alıcı/izleyici belli bir enformasyonun zaman ve yer durumuna uygunluğunu algılar ve enformasyonu kendi anlam yapısına birleştirir. Bu tür yaklaşım, serbest seçmeyi ve kişisel sorumluluğu merkez olarak gösteren ideolojinin egemen olduğu bir toplumsal yapı için görevseldir.

Katz, Blumler ve Gurevitch (1974:21,15) "kullanımlar ve doyumları" tek bir kurama bağlama gibi ortak bir yönelimin olmadığını belirtmişlerdir. Yaklaşımın özel, kendini sınırlayan ve tek bir konu üzerinde ileri derecede uzmanlaşmış bir iletişim yöntemi olma yerine, öteki bilim dallarındaki çeşitli kuramsal gelişmeleri içerdiğini öne sürmüşlerdir. Buna örnek olarak, Wright'in (1960, 1974) bu yaklaşımı sosyolojideki fonksiyonalist kurama, McGuire'in (1974) psikolojideki güdüsel kurama, Kleine, Miller ve Morrison'un (1974) kişilik kuramına ve Cazeneuve'nin (1974) antropoloji ve felsefeye bağladığını vermişlerdir. Bütün bu "birçok kuram" savlarına rağmen, eğer kullanımlar ve doyumlar araştırmalarına yakından bakarsak fonksiyonalist yaklaşımın çeşitli düzeylerdeki yansımalarını görürüz. Örneğin, Wright (1960, 1974), Klapper (1963), Halloran (1964); McQuail (1969), DeFleur (1970), Rosengren, ve Windahl (1972) ve Katz ve Haas (1973) kullanımlar ve doyumlar ile ilgili tartışma ve araştırmalarında fonksiyonalist kurama dayanırlar. Aynı şekilde,

Heideger'in denge (1946), Newcomb'in ABX (1953), Osgood ve Tannenbaum'un "uyum" (1955) ve Festinger'in "bilişsel çelişki" (1957) "kuramlarına" dayanan kullanma ve doyum araştırmaları kuramsal bakımından gerçekte ne birbirinden, ne de bundan önceki cümlede söz ettiğimiz yaklaşımlardan ayrılırlar. Hepsi de fonksiyonalizmin "denge" görüşüne dayanırlar. Hepsi de kişilerin, örgütlerin, grupların ve her türlü ilişkilerin belli sistemleri oluşturduğunu ve bu sistemlerin denge sağlayıcı ve denge arayıcı yönde etkinlik gösterdiğini kabul ederler. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı "egemen model" (egemen paradigma) kapsamı içine girer. Bu model iletişim araçlarının kullanışını gereksinim doyumu ve gerilim süreci olarak görür ve izleyicileri aktif, akılcı, etkiye karşı direnen ve isteklerine göre seçim yapan bireyler olarak kabul eder.

Dikkat edilirse, kuramın epistemolojik varsayımı gerçeğin çoğul olduğudur, çünkü insanlar medyayı farklı nedenler ve farklı gereksinim ve doyumlar için kullanırlar. Dolayısıyla, kuram ontolojik bağlamda insanların büyük çoğunlukla özgür iradelerine göre davrandıkları varsayımından hareket etmektedir. Aksiyolojik anlamda kuram bireysel değer yargılarının etken olduğu varsayımla gelmektedir.

Gereksinimler

Yaklaşıma göre, kişilerin toplumsal ve bireysel gereksinimleri vardır. Bunlar çeşitli davranışlarla karşılanabilir. Gereksinimleri karşılamakta kullanılan kişisel ve çevre ile ilgili olanaklar olmadığı ya da yetersiz olduğu zaman, kişiler bu gereksinimlerini diğer görevsel seçeneklerle gidermeye çalışırlar. Bu seçeneklere bağımlılık kişinin bireysel ve çevresel olanaklarına bağlıdır. Gereksinimlerle ilişkide olan toplumsal ve kişisel yapılar farklılaşmış, bireysel sorunlar bileşimini ortaya çıkarırlar. Bu farklılık doyum aramada farklı güdüleri oluşturur. Sonuç olarak; bu farklılaşmalar iletişim araçlarını farklı şekilde ve farklı nedenlerle kullanma ile sonuçlanır. Bu kullanımlar ve doyumlar bireysel ve toplumsal yapıları etkileyebilir (Rosengren,1974: 270).

Kitle iletişim araçları diğer gereksinim giderme kaynaklarıyla rekabet eder; doyuma ulaştırdığı gereksinimler insan gereksinimlerinin sadece belli bir parçasını kapsar (McGuire, 1974).

Kitle iletişimi sürecinde gereksinimlerin karşılanması ve araç seçiminde başlatıcı izleyicidir. Bu, kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışlara doğrudan etkisi görüşüne büyük sınırlama getirir: "Etki" kavramı yanlış yöne sürükleyicidir, çünkü televizyonun çocuklara "bir şey yaptığını" ortaya atar. Kullanımlar ve doyumlara göre, tv'nin çocukları kullanması yerine, çocuklar tv'yi kullanırlar (Schramm, Lyle ve Parker, 1961; Lyle, 1971) ya da Katz, Gurevitch ve Haas'ın (1973) deyimiyle, halk kitle iletişim araçlarını kendi gereksinimlerine göre şekillendirir. Kısaca, Lundberg ve Hulten'in (1968) belirttiği gibi, iletişim sürecinin olup olmayacağına öncelikle karar veren izleyicidir.

Kullanımlar

Kitle iletişim aracını kullanmanın "nedenleri" sorun olarak denenen toplumsal ve psikolojik koşullarda yatar. "Deney" kavramının önemli bir anlamı var: Bu kavramla sorunlar ve koşullar bireyleştirilir, sonuç olarak toplum yapısının sorumluluğu söz konusu olmaz.

Doyumlar

Kişilerin iletişim araçlarını belli gereksinimlerini gidermek için kullanmaları belli doyumlar aradıklarını gösterir. Araçları kullandıktan sonra belli bir şeyler elde ederler. Aranan doyumlar gereksinim ya da güdüden çıkar ve araç kullanma davranışından önce gelir. Elde edilen doyumlar bu kullanma sonu kazanılandır.

Kişiler iletişim araçlarında "dinlenme, yalnızlığı giderme, eğlence, heyecan, sorunları unutma" gibi çeşitli doyumlar arar ve elde ederler (Greenberg, 1974). McQuail, Blumler ve Brown (1972) elde edilen doyumları dört gruba ayırmışlardır: (1) Vakit geçirme: Günlük sorunlardan, baskılardan ve sıkıntılardan kaçma. (2) Kişisel ilişki: Arkadaşlık, toplumsal yarar. (3) Kişisel özdeşlik: Toplumla ilgili olaylar hakkında bilgi alma, değerleri destekleme ve gerçekleri arama. (4) Gözetme: Çevreyi bilip tanıma, olaylar ve ürünlerle ilgili bilgi edinme.

Doyumlar araçların içeriğinden, kullanmalarından ve farklı araçların kullanma durumunu belli eden toplumsal koşullardan çıkartılabilir. Dinlenme ve zaman öldürme televizyon seyretme ile sağlanabilir; aile ve arkadaşlarla vakit geçirme isteği, evde oturup birlikte televizyon seyretme, müzik dinleme, sinemaya gitme ile sağlanabilir.

Fonksiyon

İletişim araçlarının belli fonksiyonlara sahip olması demek, bu araçların belli amaçlara hizmet etmesi demektir. Araçların fonksiyonlarını anlamak için, bu araçların gereksinimleri ne dereceye kadar giderdiği ve ne çeşit doyumlar sağladığını bulmak gerekir (Cazaneuve, 1974: 213).

Araştırmalar iletişim araçları arasında fonksiyon bakımından benzerlikler olduğu kadar farklar olduğuna da işaret etmişlerdir (Elliot, 1976; Katz, Gurevitch ve Haas 1973; Katz ve Peled, 1974).

İletişim Araçlarının İçeriği

Araştırmalarda en çok kullanılan içerik sınıflaması gerçeğe ve fanteziye dayanan içerik ayrımıdır (Schramm, Lyle ve Parker, 1961; Lyle ve Hoffman, 1971; Pietila, 1969; Furu, 1971).

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına dayanan araştırmalar kitle iletişimi araştırmalarının başlangıcına kadar gider. Bu ilk araştırmalar 1940, 1944 ve 1949 da basılan Lazarsfeld Stanton çalışmalarıyla belgelenmiştir. Cantril (1942), Suchman (1942), Herzog (1942), Warner ve Henry (1948), Berelson (1949) ve Wolfe ve Fiske (1949) bu tür araştırmaya öncülük ettiler. Bu öncüler niteliksel yöntemle "doyumları" sınıfladılar; nicelikle ilgili dağılıma eğilmediler; öteki araştırmalarla karşılaştırmayı zorlaştıran "açık uçlu" (=seçmeli değil de, cevabı kişinin kendi anlatımına bırakan) sorular kullandılar; iletişim araçlarının çeşitli fonksiyonları arasındaki ilişkilere önem vermediler; iletişimle gereksinim giderimini bunların toplumsal ve psikolojik kaynağına bağlamayı ihmal ettiler.

İlk araştırmalardan sonra kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı 1950'lerde bırakıldı ve 1960'larda yeniden kendini göstermeye başladı. 1970'leri bu yaklaşımın doruğuna ulaşması ve 1980'leri duraklayıp gerilemeye başlaması dönemleri olarak niteleyebiliriz.

Teorik olarak kitle iletişim araçlarını herkesin kullanmaya hakkı vardır. Fakat kapitalist ülkelerde özgürlük mülkiyet demek olduğu için, mülkiyeti olmayanlar yani halk, kitle iletişim araçlarını kullanamaz. Bunu gerçekleştirmek için bazı bölgelerde, kasabalarda bazı aktif kişiler, üniversite hocaları, öğrenciler tarafından halk çıkar grupları

kurulmuştur. Bunlar kendilerini ilgilendiren bir konu olduğu zaman yanıt verme hakkı ararlar. Araçların özgürlükçü hakkı kimsenin bu araçları sansür etmeye hakkı olmamasıdır. Gerçekte, bu hak günlük hayatta mülkiyet hakkı olarak kendini gösterir. Bu gelecek bölümde daha da açıkça tartışılacaktır. Kapitalist anlayışa göre halkın "bilmeye" hakkı vardır ve kitle iletişim araçları bu "hakkı" gerçekleştirme rolü oynarlar. Halkın ne, nasıl ve ne kadar bileceği halkın dışında, halkın üstünde, belli çıkar grupları tarafından belirlenir.

"Denge" görüşüne dayanan Heider, Festinger, Osgood ve Tannenbaum ve Newcomb modellerine göre yapılan laboratuar deneyleri izleyicilerin "aktif" olduklarını, kendi inanç ve tutumlarını güçlendirip desteklemek için ya da herhangi bir uyumsuzluğu (Festinger) ve bağdaşmazlığı (Osgood ve Tannenbaum) gidermek, dengeyi (Heider) ve simetriği (Newcomb) devam ettirmek için enformasyon aradıklarını sürekli olarak ortaya koymuştur. Bu psikolojik veya sosyo-psikolojik modellere göre kişiler enformasyonu aynı zamanda savunma için ararlar. Aktif izleyici görüşünü savunan Bauer (1964:195) izleyicinin tamamen özgür bir "ajan" olmadığını belirtir. Bauer'e göre, izleyici, sunulanlar arasından seçer, fakat bu durumda bile izleyici etkilidir; çünkü iletişimler kabul edileceği düşünülenler arasından seçilip sunulur, dolayısıyla, her iki taraf da almak amacıyla verir; etki tek yönlü değil aynı zamanda geriye doğrudur; bu ilişkide gerçi tam bir eşitlik beklenemez, fakat uzun dönemdeki yaklaşık denge toplumdaki kişilerin karşılıklı ilişki ve etkilere devamı için yeterlidir. Bauer bu modele uymayanları "yabancılaşmış" ve "aciz" olarak niteliyor.

Yaklaşımın eleştirisi

Yaklaşıma çeşitli eleştiriler sunulmuştur: Yaklaşım kişilerin kitle iletişim araçlarını öteki olanaklara tercih edip kullanmasının toplumsal sonuçlarını açıklamaz. Toplumsal öğeleri içermeyen yaklaşım ciddi şekilde sınırlı ve basittir. Kitle iletişiminde toplumsal yan bir kenara itilemez.

İzleyiciler aktif bir şekilde iletişim araçlarından doyum ararlar, dolayısıyla, kendi etkilerini kendileri meydana getirir. Aşık Veysel'in "kendim ettim kendim buldum" sözü bu görüşü daha iyi açıklayabilir.

İzleyicinin ne dereceye kadar aktif olduğu ve iletişim sürecindeki öteki öğelerin (iletişim örgütleri, gönderenler) önemi belirtilmez.

Aktif izleyici savına göre izleyici kendi etkisini kendi seçtiği zaman, bu seçimin sonuçlarından kendisi sorumludur. Dolayısıyla kitle iletişimi örgütleri ve profesyonelleri "etki neden" konusuna ilişkin hiçbir şeyden sorumlu tutulamaz. Başka bir deyişle kitle iletişimcilerinin gönderdiklerinin içeriği ve etkisi nedenleriyle eleştirmek haksızlıktır; çünkü izleyici izlememek, başka kanalı ya da kaynağı seçmek özgürlüğüne sahiptir.

Ayrıca, izleyici aktif olduğu için eğer bulduklarından doyuma ulaşmazsa gereksinimlerini ve çıkarlarını karşılamak için isteklerde bulunur. White (1983) bu isteklere örnek olarak kitle iletişim kanallarının halk tarafından kullanılması için yerel "erişme gruplarının" (yerel sivil toplum örgütlerinin) çalışmalarını, halkın iletişim araçlarının "özgürlükçü hakları" ile halkın "bilme hakkı" arasında bir denge kurulmasına ısrarını vermiştir. White, bunu kısaca "katılmacı iletişim" yönünde artmış olan bir ilişki olarak belirliyor. Bu durumda, "aktif izleyici" savının bu iki iması, kitle iletişim örgütleri ve profesyonellerinin "uysallaştırmaya" çalışan izleyici gruplarından daha çok, kitle iletişim araçlarını denetleyen ve yürütenlerin çıkarına hizmet etmiştir.

Gereksinim, güdüler, amaçlar ve doyumlar kuramsal ve yöntemsel bakımdan yeterince açıklanamamıştır. Kuramsal nedenselliğe göre, gereksinimleri doyuma ulaştıran her şeyin bir fonksiyonu vardır. İletişim araçları kişiler için fonksiyonu olan bu şeylerden biridir. Konuya böyle yaklaştığımızda, doğal olarak, sistemin "kötü fonksiyonundan" ya da görevini yapmamasından söz edemeyiz, çünkü sistem kişilere sayısız olanaklar (çeşitli programlar, kitaplar, gazeteler, dergiler, her kalitede ürünler) arasından seçme olanağı verir. Eğer kişi bal yeme yerine zehir içmeyi seçerse, bunun için zehri üreten ve satanları suçlayamayız. Yaklaşım toplumda "normal" fonksiyon üstlenmeyen ya da kötü fonksiyon yapan kişisel sistemler üzerinde durur. Kısaca, yaklaşım iletişim sistemi ve bireysel sistem arasındaki çıkar ve güç farkları görmezlikten gelir.

Kişilerin doyumuna dayanan bir modelin "değer yargısız" olduğu ileri sürülemez: Bu model kaçınılmaz olarak statükoyu koruma

yönünde çalışır, çünkü kişiler boşlukta gelişmez, fakat varolan toplumsal yapı içinde şekillenir ve kitle iletişim araçları tarafından etkilenmemiş olamazlar (Nordenstreng,1970:131).

Özellikle Amerikan ve İngiliz kitle iletişim örgütleri kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını iletişim politikasında odak noktası olarak alırlar. Bu politika "halka istediğini verme" olarak özetlenebilir. Nordenstreng (1970:131); buna karşı Finlandiya'nın yayın politikasını veriyor: *"Biz Finlandiya'da yayının amaçlarını enformasyon ve bilişi odak noktasına ve gereksinimlerin doyumunu yan pozisyona koyacak şekilde ayarladık. Programların asıl amacı izleyicilerin dünya görüşlerini veya kavrama çerçevesini genişletmektir. Bu ölçüte göre, nükleer savaşla ya da nüfus artışıyla ilgili bir programın faydası çok yüksek, fakat gereksinim doyum (kullanımlar ve tatminler) ölçütüne göre bu tür bir program sadece sadistler ve mazoşistler için yararlıdır".*

Bu yaklaşımda enformasyonla doyumun amacı arasında çelişki vardır: Kişi önceden bilmediği bir şey ile nasıl doyuma ulaşabilir? Halkın isteğini kitle iletişiminin esas amacı olarak alan bu yaklaşım eski ideolojiyi yeni elbiselerle satmadan başka bir şey değildir (Nordenstreng, 1970).

Yaklaşımın yarar ve davranışa dayanan yöntemiyle insanların elde ettiklerini neden sevdiğinin psikolojik, toplumsal, siyasal ve kültürel nedenleri "insanlar sevdikleri şeyleri alır" görüşünü desteklemeye dönüştürülür. Bu da yeniliğe ve değişime karşıdır. Davranışlar ve doyumlar yaklaşımı manipleciliği alıcıyı aktif yapan şekilde değiştirir, fakat "kullanma" faydacı bir şekilde yorumlanır: Enformasyon veya eğlence toplumsal sistemi veya kullanıcının bireysel sistemini korumada nasıl hizmet görür?

Yaklaşım kitle iletişimini önemli toplumsal etkenlerden soyutlanmış olarak inceler. Bu incelemelerin eğildiği (gereksinimler, araç kullanımı ve doyumlar süreci gibi) bireysel psikolojik süreçler sadece insanlar kategorisine (televizyon kullananlar gibi) genelleştirebilir. Bu iletişim kapsamını büyük derecede sınırlamaktadır: Kitle iletişimini toplumsal yapıdan soyutlayarak incelemek, toplumsal yapıyı görmezlikten gelmek, bilimsel gelişmeyi ciddi şekilde köstekler.

GÖREVSEL BAĞIMLILIK KURAMI

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı 1970'lerin Ortalarında özellikle Avrupa'da çeşitli eleştirilere uğradı. DeFleur ve Ball-Rokeach'ın, medya bağımlılığı kuramı olarak nitelenen bu modeli kullanımlar ve doyumlar kuramını geliştirme çabasını gösterir. Bu yaklaşıma göre, sanayileşmiş toplumlarda, izleyiciler, kitle iletişim araçlarına enformasyon kaynağı olarak yüksek derecede bağlıdırlar. İzleyicilerin araçlarla enformasyona bağlılık derecesi araç iletilerinin izleyicinin inanç, duygu ve davranışlarını ne zaman ve neden değiştirdiğini anlamada anahtar olan değişkendir. Çağdaş toplumda araç enformasyonuna bağımlılık her yerde aynı anda olan bir durumdur. Bu durum "süpermarkette" en iyi alışverişi yapma gereksiniminden yakın çevre dışındaki toplumsal dünya ile aşinalık kurmaya yardım edecek enformasyonu elde etme gibi daha kalıcı ve genel gereksinimlere kadar olan geniş alanı kapsar. Bağımlılığın çeşitli türlerinden söz edilebilir. Bir tür kişinin toplumsal dünyasını anlama gereksinimine dayanır. Başka bir tür bu dünyada etkili ve anlamlı bir şekilde davranma gereksiniminden doğar. Üçüncü bir tür günlük sorunlar ve gerginliklerden kaçma gereksinimine dayanır. Sonuçta bu tür şeylere bağımlılık güçlendikçe, verilen enformasyonun izleyicinin algı, duygu ve davranış biçimlerini değiştirme olasılığı vardır. [32]

Kitle iletişim araçlarının etkilerini DeFleur ve Ball Rokeach üç kategoride inceler: Algısal, duygusal ve davranışsal.

Algısal Etkiler

Algısal etkiler belirsiz tutumlar, inançlar ve değerler ile ilgilidir. Belirsizlik yetersiz ya da çatışan enformasyonunun olmasındandır. Bu belirsizlik daha fazla enformasyon sağlamakla ortadan kaldırılabilir. Hızlı değişim dünyasında yaşayan kişiler kaçınılmaz olarak gerginlik yaratan belirsizliklerle karşılaşırlar. Kitle iletişimi, kişinin kurduğu "durumun tanımını" ya da yorumların kesin içeriğini belirleyemez. Ama hangi enformasyonun gönderileceği ve nasıl sunulacağını kontrol ederek izleyicilerin yorumlar alanını sınırlamada rol oynayabilir.

---

[32] *Dikkat bu kuram kesinlikle eleştirel bağımlılık kuramı değildir.*

Diğer bir algısal etki, tutum şekillenmesinde görülür. Buna örnek olarak trafik hız sınırı, çevresel sorunlar, enerji bunalımı, belli savaşlar ve siyasal rüşvet; yeni siyasetçiler, sporcular, bilim adamları ve artistler hakkında tutumların şekillendirilmesi verilebilir. Buna evle ilgili araçlar, elbise, doğum kontrolü aletleri, araba güvenlik mekanizmaları gibi çeşitli nesneler de eklenebilir. DeFleur ve Ball Rokeach kişi için sadece yan önemi olan şeyler hakkında fikir edinmeyi veya alışkanlık kazanmayı "tutum" olarak sunuyorlar. Bunların tutumlarda kapladığı yerin önemi -ya da önemsizliği- tartışılabilir. Bunların yanında, bunları da içeren, kişinin bebeklik, çocukluk, gençlik ve olgunluk devrelerinde kitle iletişim araçlarının egemen kültür, politika ve ekonomik anlayış biçimini enformasyon, eğlence ve spor biçimlerinde vermesi ile meydana gelen tutum biçimlenmesi ve korunması ile ilgili örnekler daha da anlamlıdır.

Başka bir algısal etki halkın inançlar sisteminde olur. Halk kitle iletişim araçlarından diğer halklar, yerler ve şeyler hakkında enformasyon aldıkça, bilgi ve inanç sistemlerini yeni kategoriler ekleyerek ve kategorilerdeki inançlara yenilerini katarak genişletir. DeFleur ve Rokeach burada birbiriyle uyum içinde olan din, siyaset ve aile gibi kategorilerin ve bu kategorilerdeki inançların nicelik bakımından artışını "derinleme" ve "genişleme" olarak niteliyor. DeFleur ve Ball Rokeach kitle iletişim araçlarını mümkün olan en faydalı şeyleri seçerek halka ileten organlar olarak sunmaktadır. Aslında birey için işlevsel olarak sunulan fayda toplumsal yapıyı korumak ve geliştirmek amaçlıdır.

Bir başka algısal etki kitle iletişim araçlarının değerlere etkisidir. Kitle iletişim araçları "değer açıklaması" için koşullar yaratabilir. DeFleur ve Ball Rokeach "değer" ve "hak" kavramlarını yer değiştirerek kullanıyor. Doğru oldukları nokta şu: Mal ve mülk sahibi sanayici için temel değer "mülkiyet hakkıdır" ve bu hak insan haklarının temelidir. New York'un sokaklarında aç, susuz, işsiz dolaşan, parklarda yatan, sokakta kışın donup ölen insanların sığınağa, yiyeceğe, giyeceğe ve işe hakkı "mülkiyet hakkı" makinesinin çalışması sonucu olarak ortadan kalkmıştır. Yani durum sistemin işlemesinin normal sonucudur. DeFleur ve Ball-Rokeach'ın

yanlış oldukları nokta: "Değerler" ne "mülkiyetin" ne de herhangi bir "hakkın" kendisidir; fakat mülkiyet ilişkilerinin ifadesinin bir biçimidir. Dolayısıyla, "ekonomik" değerlerin "estetik değerlerle" çatışmaya girmesi diye (ister bir kişinin kendi kafasında, isterse kişiler, gruplar arası olsun), bir yaklaşım tarzı konuyu gerçek temellerinden alıp soyutlaştırarak fikirler ve değerler çatışması olarak sunmaktır. Çatışmada gerçek konu değerler ya da fikirler değil, bu değer ve fikirlerin böyle olmasını sağlayan materyal gerçekler ve ilişkilerdir. Değerlerin açıklanması ne materyal gerçekleri, ne de bu gerçeklere dayanan ilişkileri değiştirir. Büyük ihtimalle, çatışmayı daha da keskinleştirir, belirler ve yeni stratejiler aramaya yöneltir.

DeFleur ve Ball Rokeach'a göre halkın çoğu konuları değer çatışması olarak görecek gerekli ilgi, eğilim ya da enformasyona sahip değildir. Kitle iletişim araçları ile gönderilen enformasyon genellikle altta yatan değer çatışmalarının belirtilmesini de içerir. Bir kez bu hareketlerin doğasında varolan değer çatışmaları, kitle iletişim araçları tarafından ortaya atıldıktan ve açıklandıktan sonra, izleyiciler kendi değer pozisyonlarını açıkça ifade etmeye yöneltilir. Fleur ve Ball Rokeach'ın bu fikrindeki uyumsuzluk şurada: Eğer kişi konularda değer çatışması olarak göreceği gerekli ilgi, eğilim veya enformasyona sahip değilse, bunun anlamı bu konulara karşı değere de sahip değil demektir. Bilinmeyen bir şeye karşı nasıl değere sahip olunabilir? Ayrıca, konuları bilmek ve değer çatışmasını görmemek de, özellikle bu iki aydının verdiği konularda görmemek ve bilip görüp de bir değer yargısına sahip olmamak olasılığı çok azdır. Ya bilirsin ve dolayısıyla bir fikre/değer yargısına sahip olursun, ya da bilmezsin, hiçbir fikre sahip olmazsın. Bilmeyip hiçbir fikre sahip olmadığında, birbirine zıt değer çatışmalarıyla (gerçekte maddi çıkar çatışmalarıdır) kitle iletişimi yoluyla yüz yüze geldiğinde bir bilgiye sahip olursun ve "değerler" sistemine bunları eklersin. Bunu yapmakla zıt değerler arasında zaten tercihini yapmış olursun. İkisi de değer sisteminde olumlu ve olumsuz özellikler verilerek yatar. Kitle iletişimi yoluyla çocuk aldırma lehinde ve aleyhinde bir sürü çatışan enformasyon verilmektedir. Geçim derdi ve aile kurma veya yürütme sorunları yanında, gebe olup da aldırmayı düşünen için "değer" konusu en son akla gelendir. Eğer çocuk aldırma

ile ilgili dini değerler en önde gelen faktör olsaydı, her halde dünyanın bugünkü nüfusu bugün birkaç misli fazla olurdu.

Duygusal Etkiler

Duygusal süreçler hoşlanma, hoşlanmama, korku, sevgi, nefret gibi duyguları içerir. Bu süreçlerle ilgili enformasyonu kitle/iletişim araçları gönderildiğinde izleyicide duygusal değişim beklenir. Fakat bu yönde yeterli araştırma yapılmamıştır.

Davranışsal Etkiler

Görünen etkinlik, kuşkusuz birçok kişinin ilgilendiği "etkidir". Örneğin, bir kadınlar grubunun protestosu, izleyicileri bu protestoya katılmaya itebilir. Aynı zamanda bu karşı olan kişileri karşı protesto için harekete geçirebilir. Buna kitle iletişimin oy vermede ve reklam yoluyla tüketimde izleyicileri harekete geçirmesini de ekleyebiliriz.

DeFleur ve Ball Rokeach, bu bağımlılık modelini bireysel farklılıklar, toplumsal kategoriler ve toplumsal ilişkiler diye niteledikleri "kuramlarla" bir araya getirerek birleşik bir model ortaya atmışlardır. Bireysel farklılıklar diye niteledikleri kuram psikolojideki uyaran ve tepki görüşüne, tek yönlü nedensellik ilişkisine dayanan modeldir. Kişisel tercihle ilgili algılamaya yönelik araştırmalar bu tür içine girer. Toplumsal kategorilerde sosyolojik grup öğesi, psikolojik dürtüler ve özellikler yerine yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi, yaşanan çevre, dinsel üyelik gibi kategoriler temel öğeler olarak ele alınır. Toplumsal ilişkiler perspektifi hem psikolojik, hem de toplumsal kategorileri içine alır. İki kademeli akış, kanaat önderliği ve iletişimle ilgili alan araştırmalarının 1940 ve 1950'lerde yapılanların hemen hepsi bu perspektife girer.

KÜLTÜREL GÖSTERGELER VE EKME MODELİ

George Gerbner, Pennsylvania Üniversitesi'nde (Annenberg School of Communication) 1967 yılında "Şiddetin nedenleri ve önlenmesi" konusunda kurulan Ulusal Komisyon için bir araştırma projesi başlattı. Bu projeye "kültürel göstergeler" adı verildi.

Kültürel göstergeler projesi birbirini tamamlayan ileti sistemi ve ekme çözümlemeleri olmak üzere iki araştırmadan oluşur.

İleti sistem çözümlemesi için televizyon programlarının örnekleri kaydedilir ve içerik çözümlemesine tabi tutulur. Bu içerik çözümlemeleriyle televizyon dünyasının özellikleri belirlenir. Bu özellikler televizyon dünyasının izleyicilere verdiği potansiyel dersler olarak kabul edilir. Bu dersler alan araştırmasında sorulacak "televizyon yanıtı" olarak nitelenen soruların kaynağı olarak kullanılır. "Televizyon yanıtı"[33] olmayan soruların kaynağı olarak da resmi istatistikler kullanılır. Televizyon izleme az, orta, çok olarak sınıflanmıştır. Demografik değişkenler cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir ve çevre (kent ve kent olmayan) olarak kullanılmıştır. Toplumsal sınıf sosyoekonomik statü ile tanımlanmış ve işçi sınıfı, orta sınıf ve üst sınıf olarak ayrılmıştır. Ekme çözümlemesinde televizyonu az ve çok izleyenlerin sorulara verdikleri yanıtları incelenir. Amaç, çok izleyenlerin sorulara televizyon dünyasının potansiyel derslerini yansıtacak şekilde yanıt vermelerinin (televizyon yanıtı) benzer demografik özelliklere sahip, fakat az televizyon izleyenlerden daha fazla olup olmadığını bulmaktır. "Ekme" kavramı, izleyicilerin düşüncelerine televizyonun katkılarını açıklar. "Ekme" farklılığı iki izleyici grup arasındaki "televizyon yanıtındaki" yüzde farkıdır (Gerbner ve ötekiler, 1982:103).

Gerbner'in görüşleri ve önemli bulguları şöyle özetlenebilir:

Çağdaş toplumda halk artan bir şekilde, gerçek sosyal ilişkiler yerine televizyonla ilişkiye girip doyum sağlamak anlamına gelen "vekaletsel"[34] deneyim kaynaklarına dayanmaktadır. Kişileri birbirine bağlayan ve ortak bilinci kuran popüler kültürün dokusu, şimdi kitle iletişiminden çıkan işlenmiş üründür (Gerbner, 1972:37).

Televizyon toplumun bütün sektörlerine girer, tekrarlanan ve yaygın kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşünü ortaya atar; bu kalıplar organik bir şekilde birbiriyle ilişkili ve içsel olarak uyumludur. Gerbner grubu televizyon seyretmenin farklı grupların yaşam koşullarıyla ve dünya görüşleriyle farklı fakat uygun bir şekilde ilgili olduğunu

---

[33] *Televizyon yanıtı televizyonun sunduğu dünyayı yansıtan yanıtlardır.*

[34] *Vekaletsel deney: Gerçek ilişkiler yerine televizyonla ilişkiye girip doyum sağlamak.*

bulmuşlardır. Bu uygun kalıpların en genel olanları "ana akım" olarak isimlendirilmiştir. Ana akım (anayol, orta yol) televizyonun ekmeye çalıştığı genel dünya görüşü ve değerleri olarak tanımlanabilir.

Simgesel çevreyi yaratma sıkı sıkıya denetlenen bir süreçtir. Ticari televizyon halkın elinden etkili bir şekilde soyutlanmıştır. Halkın yönetiminden korunmuş, özel şirketlerin yönetimine bağlanmıştır. Doğrudan tüketici, pazaryeri, sinema gişesi ve oy sandığı yollarıyla halkın katılmasından uzaklaştırılmıştır. Bu yönetimi sağlayan mekanizma reklamdır. Reklam yapan firmalar televizyona müşteri çektiği, teslim ettiği, haber ve eğlence yoluyla öteki hizmetleri gördüğü için para öder.

Televizyon olası en geniş izleyici sayısını en az maliyetle elde etmek için rekabet eder. Bunun anlamı en geniş ve alışılmış yaklaşımlar (nüfusun çoğunun hoşuna gidecekleri verme), keskin çatışmaların bulandırılması, rekabet eden görüşleri birbirine katma ve dengeleme, farklı ya da sapan görüntülerden çekinme, korkulan ya da bastırılmış olarak sunmadır. Bir görüş gerçekte ne kadar merkezden öte veya kaydırılmış olursa olsun, daha aşırı görüntülerle dengelenir. Bu dengeleme sunuşun nesnel, ılımlı veya kitle pazarlaması için yatkın sunuş olarak görünmesi içindir.

Bu örgütsel baskılar ve görevler, ılımlı ya da orta yol sunuşların ve yönelimlerin yetiştirilmesini/ekilmesini gösterir (Gerbner ve ötekiler, 1982:105).

Gerçi televizyon seyretme olayı tutucuları, ılımlıları ve liberalleri bir araya getirir, ama liberal tutum çok izleyenler arasında en zayıf olandır. Televizyon seyretme geleneksel farklılıkları bulanıklaştırır; daha homojen bir ana akım içinde kaynaştırır, ana akımı azınlıklar ve kişisel haklar konusunda "sert tutum" konumuna doğru büker.

Televizyon merkezileşmiş bir öykü anlatma sistemidir. Draması, reklamları, haberleri ve öteki programlarıyla her eve bir ortak imajlar ve iletiler dünyası getirir. Halk televizyonun simgesel çevresi içinde doğar ve televizyonun tekrarlanan dersleri ile yaşar. Televizyon gelecekteki tercihleri ve kullanımları etkileyen tutumları eker (yetiştirir). Okuryazarlığın ve hareketliliğin tarihsel engellerinin ötesine geçen televizyon nüfusun günlük kültürünün öncel ortak kaynağı olmuştur.

Televizyon muhtemelen sanayi öncesi dinden beri ilk defa güçlü bir kültürel bağ sağlar. Gerbner, 1982). Gerbner televizyonu oldukça "görevsel" olarak sunuyor. Gerçekte de, televizyon modern cehaletin ekicisi ve teşvikçisi olarak oldukça görevsel bir araçtır. Televizyon, Amerika'da ve diğer ülkelerdeki resmi okullar gibi, kapitalist sistem için fonksiyonel açıdan "dinleyen, seyreden, ezberleyip-öğrenen ve taklit ederek" tüketen çok-bilmiş-cahiller üretir. Televizyonla, halka neye gereksinmeleri olduğu ve nasıl tüketeceği öğretilir; fakat bu halk, tüketimlerinin doğası ile ilgili en küçük bir gerçeğin farkında olmasına olanak verilmeyecek kadar cahilleştirilir. Modern dünyanın "tüketim bilgiçleri" yaratılır ve bu bilgiçler kitlesi Marlboro, Levi's, Coca Cola, MTV, Punk ve Junk müziği, fast-food, tv dizileri, çocuk filmleri ve yan ürünleri kültürünün eğitilmişleridir. Bu tüketim, kullanım, gösteri ve teşhir kültürü bilgiçleri üretim ilişkileri konusunda kendilerini özgür ve değerli sanırlar. Elbette, televizyon seyretmek için okuryazar olmaya gerek yoktur, çünkü televizyon bu engeli görüntü ve söz yoluyla aşar. Sonra televizyonla olan ilişkinin niteliği, yapısı ve biçimi gelir; Sorulması gereken temel sorulardan biri şudur: Televizyon deneyimi insan düşüncesinin demokratlaştırılmasını mı, yoksa düşünceler ve davranışlar üzerinde ekonomik, kültürel ve siyasal egemenliğin işlenmesini mi getirir? Üst sınıflar ve halk arasındaki, bu okulun söz ettiği ortak bağ, kültürel anlamda, birinin (üst sınıflarının) kendi gerçeğini yaşaması ve ötekilerin (halkın) bu gerçeklerin hayalleri ve görüntüleriyle kendini avutmasından, kendi kendini suçlamasından, depresyonlara girmesinden, kendine ve benzerlerine düşman kesilmesinden, kölece egemenliğe boyun sunmasından başka ne olabilir ki? Ortak deney birinin gerçeğinin ötekinin hayali ve umudu olması değil midir? Bu ortak deney günlük gerçek ilişkilerde kendini ezenle ezilen, işverenle işçi, işten kovanla kovulan, toprak sahipleriyle topraksızlar rüşvet alanla rüşvet vermek zorunda kalan arasındaki ilişki olarak gösterir. İnsanlar simgelerle değil, bu simgelerin çıktığı ilişkilerle yaşamlarını sürdürürler, köle veya efendi, aç veya tok, izleyici veya izletici olurlar.

İzleyiciler televizyon dünyasının kültürel dokusunda yatan anlamları emmeye eğilimlidirler; çünkü televizyonu genellikle tercihe

bağlı olmayan bir şekilde ve programa göre değil, saate göre kullanırlar (Gerbner, 1979:180). Bu dünyada, ulusal gelirin hemen hemen yarısı nüfusun üstteki yüzde yirmisine gittiği gerçeğine rağmen, saf Amerika olarak sunulan "orta sınıf" efsanesi televizyon dünyasına egemendir. Amerikan televizyonunda hemen hemen on televizyon nitelemesinden yedi tanesi orta sınıfta görünür. Çoğu uzmanlar ve yöneticilerdir. İşçi sınıfı ve hizmetler Amerikalıların yüzde 67'sini oluşturur, fakat televizyonda temsil edilenlerin sadece yüzde onu işçidir. Gerbner'in kuramsal olarak savunduğu şudur: Demokrasi temsili bir sistemdir. Televizyon demokratik bir sistemin parçasıdır. Televizyon Amerikan toplumunu yansıtırken oranlı şekilde, demografik nitelikleri temsil etmesi gerekir ki, bu yapılmamaktadır. Bu eleştirinin sonucu, çare olarak, grupların oranlı temsili aranır.

Televizyonda erkekler kadınlardan üç kat daha çok yer alır. Kadınların çoğu televizyonda erkeğe hizmet eder, genç erkeklerle tanışır ve hızla yaşlanırlar.

Televizyon dünyasındaki düşük oranlı temsil, izleyicilerin sınırlı yaşam koşullarını, sınırlı etkinlikler alanını ve katı bir şekilde ön yargılanmış imajlarını yetiştirmeyi/ekmeyi ima eder (Gerbner, 1982:106).

Televizyon dünyasında hemen herkes ortalama bir gelirle rahat bir yaşam sürüyor görünür.

Televizyonun toplumsal düzeni anlatımında "şiddet" önemli bir rol oynar. Örneğin akşam programlarında gösterilen cinayet, gerçek hayatta olandan on kat daha fazladır. Fiziksel tecavüzü pek ender acil ve tıbbi yardım izler. Simgesel tecavüz gücü gösterir, sadece saldırıyı değil, kurban etmeyi, tedaviyi değil, incitmeyi, kime karşı kimin neyle savuşabileceğini gösterir. Verilen ders: Yakalanmadığın sürece, usulüne uygun, yapılan çalma, hırsızlık değildir, fakat özel girişimdir, beceridir. Bu "savuşabilme" oyununun iyi oynanmasına bağlıdır.

Televizyonda bu "savuşabilme" oyununda, yaşamlarının en verimli döneminde olan egemen beyaz erkekler güvenlik bakımından en iyi durumdadırlar. Kurban olma yerine, kurban edendir. Bunun aksine yaşlı, genç, azınlık ırkın kadınları ve gençleri vahşi çatışmalarda kurban olanlardır (Gerbner, 1982:107).

Ekme incelemeleri, seyretmenin tehlike algısını yükselttiğini ve abartılmış bir güvensizlik duygusu verdiğini göstermiştir. Televizyonun kötü ve tehlikeli dünyayı, baskıcı tutumları ve basit, belalı ve sert görünüşleri ve çözümleri işleyeceği umulabilir. Çok izleyenlerde büyük tehlikeler ve güvensizliklerin olduğu, "kötü dünyada" yaşadıkları duygusunun az izleyenlerden daha keskin olduğu bulunmuştur.

Televizyon ana akımı Amerikan halkının 20. yüzyıldaki gerçek "kaynaşma kazanı" (melting pot) olabilir. Televizyonun yarattığı karışım popüler kendi kendini yönetme pratiği olarak ve kuram için önemlidir. ("Melting pot") ideolojisine göre, Amerika bir kazan, kazanın içinde sayısız farklı ırk ve ulustan gelen insanlar vardır ve bu insanlar bu kazanda birleşip kaynaşarak muhteşem Amerikalı ve Amerika'yı oluştururlar. Ama bu Amerika herhangi bir ülke ile savaşa girdiğinde veya ilişkilerini sertleştirdiğinde bu ülkeden gelip Amerika'ya yerleşen Amerikalılar kazan içinden çıkarılır, esir kamplarına konur, malları talan edilir. Bunun en güzel örneği 2. Dünya Savaşı sırasında Japon asıllı Amerikalılara yapılanlardır. Hepsi (120 bin) askeri kamplara konulmuş, ellerinden toprakları dükkanları alınmış, esir muamelesine tabi tutulmuş sonra da gençleri savaşta (özellikle İtalya'da) ön saflarda savaştırılmıştır. İkinci bir örnek, İran Humeyni rejiminin Amerikalıları rehin almasından sonra yaşanmıştır. İran asıllı Amerikalılara okulda kazandıkları ödüller, "Onlar bizim adamlarımızı kaçırıyor, biz bu düşmanın çocuklarına ödül veriyoruz" düşüncesiyle verilmemiş, İran asıllılar sokaklarda ve evlerde dövülmüştür. "Melting pot," gerçekte ideolojik propagandadan öte bir şey değildir (Erdoğan, 1995).

"Eğer ana akım çizelgemiz geçerliyse, siyasal yönelimler, kitle iletişim araçları ve demokratik süreçler hakkındaki temel varsayımlar gözden geçirilmeye ve değiştirilmeye muhtaçtır" (Gerbner,1989:126). Görünüşe göre, Annenberg Okulu varolanı tanımladıktan sonra bu varolanın oluşumuyla ilgili parçaları çelişkili olsa veya uymuyor görünse bile, değişikliğe uğratmanın varolanı değiştirebilecek sonuçlar doğurabileceğini düşünmemektedir. Bu okula göre, eğer her şey "televizyon çağının" belgesine göre değişikliğe uğratılırsa, televizyon ana akımının sağladığı popüler kendi kendini yönetme sistemi ideal biçimine kavuşacaktır. Aslında televizyon ana akımı varolanı

toplumsal koşulların işlemesinin bir sonucudur ve bu koşullardaki bir değişiklik önem derecesine göre, ana akımda da değişikliklere yol açma olasılığı yüksektir. Bu değişikliklerin ana akımın istediği yönde olacağını hiç kimse garanti edemez. Gerçek dünyada laboratuar dünyasında yapıldığı gibi belli değişkenleri sabit tutup, ötekilerini ekleyerek istenen sonucu elde etme olanağı çok sınırlıdır.

Annenberg Okulunun yaklaşımına pozitivist-deneyci kuram içinde çeşitli tepkiler olmuştur. Bu eleştiriler şu konular etrafında toplanabilir:

Okulun kültürel göstergeler araştırma modeli, televizyonun rolünü kültürün gelişmesini etkileyen ana yapısal etkenleri açıklayan daha geniş bir kuramsal çerçeve içinde incelemez. Bunun yerine, gönderici alıcı modeli gibi, iletinin içeriği ve bireysel algılanması bu içeriğe ve algılara etki eden tarihsel, siyasal ve ekonomik koşullardan soyutlanarak incelenmiştir.

Okulun toplumsal denetim modeli çeşitli izleyici gruplarının farklı yaşam koşullarına göre televizyonun içeriğini nasıl "çözdüğünü" ve içeriğin anlamının farklı alt kültürlerin inanç sistemlerine girdiğinde nasıl değiştirildiğini incelemek için bir çerçeve getirmez. Televizyon iletileri "uyum" için çalışabilir, uyumu sağlayabilir fakat bu iletilerin reddiyle gelişen kültürel ayrılık ve değişim nasıl açıklanabilir?

Toplumsal denetim ajanı olarak sadece televizyona dayanmak, kültürel gelişmede rol oynayan öteki kültür üreten araçların rolünü ihmal eder. Okulun modeli başlangıç noktası olarak televizyonun içeriğini alır ve böylece televizyonun simgesel kültürüyle ulusal kültürü eşleştirerek kendini sınırlar. Televizyon çeşitli alt kültürler ve referans grupları arasında kültürel bir bağ olabilir, fakat çözümleme, bu alt kültürlerin belli bir duruma karşılık olarak nasıl geliştiklerinin ve enformasyonun bu durumu anlamak için çeşitli kaynaklar ve iletişim araçlarından nasıl alındığının çözümlemesiyle başlamadıkça televizyonun alt kültürlerin ve ulusal kültürün gelişmesine olan göreli katkısını saptamak zordur.

Bir tutumun veya değerin organik anlam kalıbı içindeki önemi ve öznel anlamı anlaşılmadan, belli bir durumda kişinin, ya da grubun nasıl davranacağı, ne yapacağı önceden saptanamaz.

Okulun bulguları izleyicilerin algılarının televizyon dünyasının verdiği ile aynı olduğunu göstermiştir. Fakat bunun böyle olmasında televizyonun ilk neden olup olmadığını söylemek zordur (White, 1983: 287-290).

Simgesel yapılar, izleyici davranışları ve görüşleri arasındaki ilişkilerin karmaşıklığıyla ikna edici bir şekilde uğraşmak hemen hemen olanaksızdır. Bunu araya giren, güçlü toplumsal geçmiş etkenlerinin çok olması daha da zorlaştırır (McQuail,1983:204)

Okula göre televizyon kurulmuş bir sanayi düzeninin kültürel koludur; süregelen inançları ve davranışları değiştirme, tehdit etme veya zayıflatma yerine öncelikle tutma, istikrar sağlama ve destekleme yönünden hizmet eder. McQuail'e göre, bu tür yorum yetiştirme/ekme savını Frankfurt Okulunun eleştirel görüşüne yakın ve son Marksist çözümlemelerden uzak olmayan bir yere getirir (1983:205). McQuail, Klapper'in destekleme savındaki amacı unutmuşa benziyor: Televizyonun destekleyici olduğunu belirten pozitivist-deneyci modellerde, destekleme makro anlamda olumlu olarak görülmektedir. Nicelik ve oranla ilgili olan ve grupların yeterince temsilini isteyen eleştirilerin amacı, bu desteği gereği gibi daha etkin olarak yapması isteğini taşır. Bunu Frankfurt Okulunun beyinsiz tüketici kitleler yarattığı kötümserliği ile karşılaştıramayız. Desteklemeyi düzenin bir gerçeği olarak kabul etmek ve sorunu bireysel şiddete indirgemekle, düzenin işçi sınıf üzerinde ekonomik, ideolojik egemenliğini sürdürebilmesinin bir gereği demek arasında büyük fark vardır.

Blumler ve Gurewitch'e göre çok televizyon izleyenler bu basit ve ihtiyatlı dünya görüşünü televizyon programlarından alma yerine kendileri televizyon deneylerine getirebilirler (1982:260).

Gerbner 1998'de kuramını gözden geçirdiğinde, "ekmenin" televizyondan izleyiciye doğru tek-yönlü bir etki akışı olmadığını belirtti: Ekme mesajlar ve bağlamlar arasında süregiden dinamik bir etkileşim sürecidir. Kişisel etkileşimlerin ekme etkilerini etkilediği görülmüştür. Bazı incelemeler bazı gruplarda ekme etkisi bulmuşlar, fakat bazılarında bulmamışlardır (1998:182).

GÜNDEM BELİRLEME TEZİ

Kitle iletişim araçlarının günlük gündem belirleme görevi yaptığını savunan bu görüş, B. Cohen'in (1963) çalışmasından çıkarılmış ve McCombe, Shaw (1973) ve diğerleri tarafından geliştirilmiştir. Bu görüşe göre, kitle iletişim araçları halka "ne düşüneceklerini söylemede" çoğu kez başarılı olmayabilir; fakat izleyicilerine "ne hakkında düşüneceklerini" anlatmada çok başarılıdır (Cohen, 1963:38). Başka bir deyişle, kitle iletişim araçları dünyayı bizim için inşa etme yeteneğine sahiptir ve bu yönde çalışırlar. Bunu yaparken de belli bir fikrin alacağı yönü belirlemeksizin kamuoyu için gündem hazırlarlar.

Bu tezin savunucularına göre, önceki kitle iletişim araştırmaları "bilme ve farkında olma" yerine, "tutum değişimi" üzerinde durmuşlardır. Günden hazırlama görüşünde, kitle iletişim araçları konular hakkında tutumlar yerine, "farkında olmayı" yaratır. Böylece, dikkat, görüşlerin biçimlenmesinden kitle iletişim araçlarının halkın nüfuz sahasında olan konular hakkında belli "idrakinin" gelişmesindeki rolünün özelliklerine çevrilmiştir (Becker ve diğerleri,1975:38). [35]

Gündem belirleme tezi, kitle iletişim araçlarının siyasal enformasyon için kullanılışı ile araçların üzerinde durduğu konuların grup içindeki önemi (ya da görünümü) arasında pozitif bir ilişki olduğunu ve kişinin siyasal konulara yönelme düzeyinin kitle iletişim aracının siyasal enformasyon için kullanılmasıyla pozitif olarak ilişkili olduğunu öne sürer.

Kitle iletişiminin gündem hazırlama/belirleme düşüncesinin temelinde, bu konular hakkında halkın görüşlerinin kitle iletişiminin verdikleriyle anlamlı bir şekilde etkilendiği varsayımı bulunur. Daha açık bir deyişle, kitle iletişim araçlarının konulara verdiği öncelikler, izleyiciler tarafından "öğrenilir." Gündem hazırlama zaman içinde uzanan bir "öğrenme" sürecidir. Bazı konular kitle iletişim araçlarının gündeminden halkın gündemine geçebilir fakat geçişte zaman aralığı

---

[35] *"Bilme ve farkında olma" reklam tekniğinde kullanılan ilk ve en önemli adımdır. Siyasal iletişime, özellikle seçim kampanyalarına eğilen bu yaklaşımın reklamlarla ilgili bulguları yansıtması doğaldır.*

iki ile dört ay kadardır. Bu basit anlamda "farkında olmadan" ötedir: Kitle iletişim araçlarının öncelikleri halkın öncelikleri olur.

Her televizyon, gazete ve derginin gündemi her birinin izleyicilerine sunmak için seçtikleri enformasyondan oluşur. Her araç konuya verdiği öneme göre kendi önceliklerini belirler (=araç gündemi). En önemli konular ilk sayfaları, başlıkları, yorumları, tartışmaları; makaleleri, mülâkatları kaplar. Konular öneme göre sıralanır ve ön sayfadan arka sayfaya; büyük başlıktan küçük başlığa, otuz tümceden üç tümceye, otuz dakikadan otuz saniyeye, ya da hiç yer verilmemeye doğru azalan bir şekilde yer alır, önemine göre de sonra tekrarlanır, ya da tekrarlànmaz. Gündem belirleme araştırmalarında televizyon ve gazete egemen enformasyon kanalları olduğu için en sık kullanılan araçlardır. İlk gündem belirleme incelemelerinde gazete ile televizyonun rolü ve etkisi birlikte sonraki çalışmalarda ayrı ayrı ele alınmıştır. Farklı şekilde çalışan gazete ve televizyon farklı zamanlarda etkide bulunur ve gündem belirlemede birbiriyle rekabet etme ya da birbirini destekleme yerine ayrı roller oynarlar.

Halk gündemini göz önüne alma ve ölçmede çeşitli yollar vardır:

(1) Birincisi kişinin ne tür konularla ilgilendiği soruşturulur. Kamuoyu araştırmalarının yaptığı budur. Bu incelemelerde, kamuoyu bireysel inanç ve görüşlerin toplamı olarak tanımlanır. Bu Gallup ve öteki kamuoyu anketlerinin tuttuğu geleneksel yoldur.

(2) İkinci yol arkadaşlar ve tanıdıklar arasında hangi konuların tartışıldığının incelenmesidir. Kişilerin önemli gördükleri konular öteki kişilerle konuştuklarıyla ilişkilidir, fakat özdeş değildir. Bazı bulgulara göre, konuşma gündemi her hafta hızla değişir ve kamu konularının gündemi zaman içinde daha istikrarlı kalır.

(3) Üçüncü yol kişilerin kamuoyunu algılamasıyla uğraşır.

Sinne ve Borre (1975) Danimarka genel seçimlerinde muhabirlerin neyi izleyecekleri konusundaki enformasyonu siyasetçilerden aldıklarını buldular; yani izleyicilerin kitle iletişimi gündeminin belirlenmesinde hemen hemen hiçbir etkisi yoktur. McCombe'a göre (1980), izleyici gündemi hangi soruların ve kimin görüşü açısından sorulduğuna bağlıdır: Bu kişilerin kendi kendilerini algılaması, arkadaşlarını algılaması ya da genel görüşleri olabilir. Dolayısıyla bir

tek değil birçok kamuoyu vardır. Schiller (1971:74) kamuoyu anketlerinin popüler katılma hülyasını beslemek için kullanıldığını ve bilinçli bir manipülasyon ve beyin yönetimi olduğunu belirtmiştir.

Kitle iletişim Araçlarının gündem belirlediği düşüncesi iletişim ile ilgilinen öncü kişilerin yazılarında görülür. Örneğin Lippmann (1922) kitle iletişim araçlarının kamu işlerinde görüşlerimizi ve yakın çevremiz ötesindeki geniş dünya hakkındaki düşüncelerimizi şekillendirmede oynadığı rolü üzerinde durmuştur. Başlangıçta, özellikle 1950'lerin başında, gündem belirleme araştırması kitle iletişim aracındaki konuların ortaya konulması, seçimi ve izleyicilerin bilişleri arasındaki ilişkiyle uğraştılar. Bu araç davranışını üreten araç çevresine çok az önem verdiler. 1960'lardaki araştırmalarda halkın ilgilendikleriyle gazetelerin kapladığı konular arasında önemli bir pozitif ilişki bulundu. Fakat gazete içeriği gerçek hayat verileriyle karşılaştırıldığında, bu ilişkinin zayıf olduğu görüldü: Bütün bunlardan anlaşılacağı gibi, kitle iletişim araçları gündem belirleme ile enformasyonu denetler. Aslında gündem belirleme kavramı kapı tutucu kavramıyla yapılan görev bakımından aynıdır. Gündem belirlemede, haber ve enformasyon izleyicinin/okuyucunu kullandığı araca verilmeden (basılmadan, yayınlanmadan) önce çeşitli kapı tutuculardan geçer. Yerel gazetenin, televizyonun editörü haber kanallarını gözleyen, hangi konuların geçeceğine, hangilerinin kesileceğine ve hangilerinin çöpe atılacağına karar veren kapı tutucular dizisinde en son halkadır. Örneğin, haber servisi (AP, Reuters) özellikle önemi olan bir gündem belirleyici ya da kapı tutucudur. Haber servisleri tarafından üzerinde durulan haberler yerel iletişim araçları tarafından benimsenen haberler olmaya yönelir. Kapı tutucuların seçme, şekillendirme, ortaya koyma, zamanlama, kısıtlama, vermeme ve tekrarlayıp tekrarlamama ile ilgili kararları enformasyon denetiminin önemli parçasını oluşturur.

Kitle iletişim kapı tutucularının gündem belirlemede oynadığı rollerle ilgili bulguların önemli olanlarını şöyle özetleyebiliriz:

Kapı tutucular enformasyonlar arasında seçim kararı verirken izleyıcileri düşünmezler. Kapı tutucuların kararları izleyicinin ilgilendiğinin ne olduğundan çok basımcının veya yayımcının ne düşündüğüne bağlıdır (Donohew, 1967).

Haber servisleri yazı işleri sorumlularını etkiler. McCombe ve Shaw (1974) ilk kapı tutucu verilerini analizlerinde aynı sonuca varmışlardır.

Cohen (1963) dış olaylarla ilgili haberlerin öteki muhabirlerin yazdıklarına göre belirlendiğini bulmuştur. Benzer sonuç Grouse (1972) tarafından, ABD'de 1972 Başkanlık seçim kampanyasını izleyen muhabirleri incelemesinde de elde edilmiştir. Burada söylenmek istenen şudur: Dış haberlerde ve siyasal haberlerde kapı tutucular aynı konular üzerinde durur ve aynı haberleri verirler. Birinin verip ötekinin vermediği dış ve seçim haberi pek azdır.

Kapı tutucuların haber kaynağının çoğu resmidir. Basın konferansları, demeçler, seremoniler ve basın bildirileri gibi haberler muhabirlerin kendi girişimlerinden (mülâkat ve araştırma), yarı resmi olan kaynaklardan (gizli, hükümet dışı öteki örgütler ve kurumlar) başka haber organlarının haberlerinden de elde edilir (Sigalin,1973).

Gündem belirleme araştırmaları için en popüler sahne seçim kampanyaları olmuştur. İncelemeler çoğu kez kamuoyu anketlerini kullanmışlardır. Sonuçlar genellikle seçim sırasında kitle iletişim araçlarında öncelik verilen konuların oy verenler tarafından önemli olarak görülenler olduğu savını desteklemiştir.

Gündem hazırlama araştırmaları dünyada sürekli yapılmaktadır. Örneğin Deutchman ve Ellison (1999) gazetecileri haber seçimlerinin siyasal gündemleri nasıl yeniden biçimlendirdiği ve sürdürdüğünü göstermişlerdir. Simon'un 1997'deki incelemesi deprem hakkında artan haberlerin insanların yardımlarını artırdığını buldu.

GÜNDEM BELİRLEME VE SİYASAL İLETİŞİM

Etki araştırmaları birbirine koşut iki alanda gelişti: Bunlar tutum, inanç, fikir değişimi araştırmaları (kültürel göstergeler yaklaşımı dahil) ve siyasal iletişim (çoğunlukla seçim kampanyası) araştırmalarıdır. Seçim kampanyası araştırmaları öteki araştırmalar gibi kısa dönemdeki oy verme ve halkın tutumları üzerinde uzun dönemde oluşan etkilerini ihmal ettiler. Ayrıca, sadece siyasal iletiler (örneğin seçim konuşması) üzerinde durup ve kitle iletişim araçları içeriğinin diğer şekillerinin (örneğin aile komedileri, macera dizileri, reklamlar) dağınık fakat muhtemelen daha kapsamlı ideolojik anlamlarını

görmezlikten geldiler. Bu kısa dönem seçim kampanya araştırmaları da kitle iletişim araçlarının siyasal tutumları ve fikirleri değiştirmede etkisinin az olduğu sonucuna vardı. Bu durum 1960'larda değişmeye başladı ve 1970'li yılların ortalarına gelindiğinde Amerika, İngiltere ve Avrupa'daki araştırmalar yeni öğeleri dikkate almaya başladılar: Hükümete güven, siyasal adayların sorunlarla ilgili görüşlerinin seçmenler tarafından nasıl algılandığı, konuların önemi, oy vermeye gitmedeki tutumlar, öteki parti adaylarının tutumları gibi. Bunun yanında kültürel göstergeler (Gerbner) ve gündem belirleme gibi yeni modellerle siyasal tutumların değişimine eğilen dar çerçeveden çıkıp siyasal iletişimi daha kapsamlı bir şekilde tanımlamaya ve buna göre incelemeler yapılmaya başlandı. Fakat gündem belirleme, kullanımlar-doyumlar ve kitle iletişim araçları bağımlılığıyla gelen bu yeni tanımlamalar da aynı kısa dönem konulara eğilmeye devam ettiler.

Kitle iletişimi ve siyasal sistem ilişkisinde kitle iletişim araçlarına yönetimin (özellikle hükümetin) karışmasından, özgürlük ve yasayla düzenleme konuları ele alınır ve bu çerçevede araştırma yapılır. Rivers, Miller ve Gandy (1975: 218-19) bu ilişkiyle ve kitle iletişim araçlarının haber/enformasyon etkinlikleri ile ilgili olarak üç yüzden çok araştırma üzerindeki çalışmalarında, araştırmaları dört temel ve birçok alt kategorilere ayırmışlardır:

(1) *Yönetimin kitle iletişim araçlarına etkisiyle ilgili incelemeler: Bu incelemeler* yasalar, kurallar ve mahkeme etkinlikleri, yasa koyucu organlar, enformasyon teknikleri ve baskıları gibi denetim mekanizmaları; denetimin uygulanması ve denetimin etkisine eğilirler.

(2) *Yönetim enformasyon sistemleri bağıyla ilgili incelemeler:* Bu incelemeler her tür enformasyonun ve sisteme katılanların doğasının araştırılması; hükümet enformasyon personelinin karakteri; bu personelin ve diğer yetkililerin enformasyonu yayma veya saklamadaki tutumları; bu kişilerin işlerini nasıl yaptıkları; hükümetin kitle iletişim araçlarına enformasyon vererek veya vermeyerek kitlenin dikkati için kitle iletişim araçlarıyla rekabet etmesi gibi konular üzerinde dururlar.

(3) *Kitle iletişim araçlarının yönetime etkisi:* Bu tür incelemeler hükümet/devlet yetkililerinin haber araçlarını kullanışı ve araçlara karşı tutumları; okuma ve izleme alışkanlıkları; haber araçlarını işlerinde

kullanmaları; haber araçlarının hükümet/devlet yetkilileri üzerindeki etkisi gibi konulara ağırlık verir.

(4) *Haber araçlarının doğası:* Bu incelemeler araçların çalıştıkları ortam; toplumsal sistemde parça olması; haber örgütlerinin içsel yapısı; örgüt kuralları; sahiplik; toplumsal ortamın ve izleyicilerin doğası; ekonomik ve teknolojik etkenler; profesyonel standartlar ve formüller; kaynakların özellikleri ve doğası; haber araçlarının çalışması; araçlar tarafından kullanılan kaynaklar; enformasyonun nasıl elde edildiği; gazetecilerin karakterleri; habercilerin demografik özellikleri; gazetecilik felsefesi; gazetecilerin işleri hakkındaki tutumları; tutumlar ve performans arasındaki çatışma; yöneticilerin ve editörlerin özellikleri ve düşünceleri; haber içeriğinin doğası (içeriğin miktarı; kitle iletişim araçları arasındaki benzerlik; içeriğin konuya ve zamana göre nasıl çeşitlendiği) üzerine eğilirler. Bireysel tutumlar ve özellikler üzerinde çok fazla durulur, mülâkatlar ve anketlerle elde edilen verilere dayanılır.

1960'lardan sonra araştırma alanları daha da geliştirildi, fakat egemen yaklaşımlar basın/iletişim özgürlüğünü hükümetten (devletten) bağımsızlık olarak sunmaya devam etti. Örneğin devletin yasalarla, ekonomik kontrolle, sansürle ve kurallarla kitle iletişim araçlarına yaptığı etki; yönetimin/devletin enformasyon sistemi (kanalları ve personeli); kitle iletişim araçlarının yönetime etkisi (örneğin, kitle iletişim araçlarının devlet memurlarının ve yetkililerinin davranışına etkisi, yetkililerin kitle iletişim araçlarını kullanması); haber araçları örgütlerinin çalışması, haber içeriği, toplumsal yapı gibi içerik analizleri ve haber odası sosyologlarının çalışmaları incelendi. Tekrar edelim, siyasal iletişim kitle iletişim araçlarıyla sınırlanmıştır ve hala "etki" üzerinde durulur.

Eleştirel okula karşı pozitivist-deneyci okulu ateşli bir şekilde savunanların en ileri gelenlerinden Blumler ve Gurevitch (1975) iletişimin siyasetle ilişkisine daha incelikli bir şekilde yaklaşmıştır. Siyasal iletişimin önde gelenlerinden olan bu ikiliye göre, eğer siyaset güç hakkındaysa, o zaman bu gücü tutanlar tarafından taşınmalıdır. Eğer siyaset katılma hakkındaysa, o zaman yurttaşlar önderlerle iletişime girmelidir. Eğer siyaset meşruluk hakkındaysa, o zaman

rejimin kuralları simgesel bir şekilde ifade edilmelidir. Eğer siyaset seçim hakkındaysa, o zaman politika tercihleri sunulmalıdır, yani tek bir politika öne sürülmemelidir.

Siyasal iletişim konusundaki yaklaşımlar çeşitlidir. Meadow'un yaptığı gibi (1980) bunlar altı grup altında gözden geçirilebilir:

(1) ***Sistem yaklaşımı:*** Bu yaklaşımda iletişim toplumsal denetime bağlanır. K. Deutsch (1963) ve J. Easton (1965) bu yaklaşımın kurucularındandır. Gerçekte bu yaklaşım yapısal görevselciliğin makro düzeydeki yaklaşımını yansıtır. Sistem kuramı toplumsal olguyu sadece betimler fakat nedensellik bağlarıyla açıklamaz. Toplumsallaşma güçlük gibi temel siyasal kavramları ve siyası amaçların elde edildiği süreçleri aydınlatmaz. Dolayısıyla, var olan yapıyı soruşturmadan evrensel bir gerçekmiş gibi ele alır ve işleyişinin karakterini inceler.

Sistem yaklaşımlarıyla birlikte iletişim ve siyasal kalkınma konuları gündeme geldi. Bu yönde öncülüğü Lerner, Almond, Huntington, Coleman ve Fagen gibiler yaptılar.

(2) ***Dilbilim yaklaşımı:*** Bu yaklaşım da toplumsal denetim ile ilgilenir. Dil biliminden hareket eden yaklaşımlara göre dil, genel olarak toplumsal denetim ve özel olarak siyasal süreçlere ve örgütlere sınırlı sahip olmanın (elde etmenin) yürütüldüğü bir araçtır. Daha açıkçası toplumsal denetim ve siyasal süreçler bu araçtan (dilden) geçerek yapılır (Mueller, 1975). Örneğin George Orwell'in 1984'ünde dil ile düşünce üzerindeki sınırlamalar arasındaki yakın ilişkiyi görürüz: "Newspeak" dil olarak konuşmacılarda belli düşünceler yüklemek için biçimlenmiştir. Dili denetlemek düşünceyi denetlemektir. Dil sade düşünceyi sınırlamaz, aynı zamanda siyasal etkinliği de sınırlayabilir. Aslında, dilde sınırlılık, ekonomik; eğitim-öğretim ve toplumsal bakımlardan yoksunlukla beraber gelir. Pozitivist-deneyci okullar dili demokrasi ve özgürlüğü, sistemi, grubu ve bireyi denge durumunda tutma çerçevesi içinde ele alırlar. Dil konusu ideolojik çatışmanın önemli bir alanı olmuştur. Dil kendi kendini yönetme ve kendini yansıtma ve kişinin kendi kimliğini öne sürmesi için bir olanak sağlar ve böylece kişiyi değerlerine bağlar (Mead,1956; LePage, 1964; Robinson, 1972). Buna ek olarak dil, benlik ve grup bağlılığı için

birleştirici bir güç olur (Migus, 1975; Burns,1971). Dil düzeni korumak (Edelman, 1964), kadınlar üzerinde toplumsal egemenliği sürdürmek (Lakoff, 1974) ve grupları denetim altında tutmak (Topkin, 1979) gibi siyasal amaçlar (Graber, 1976; Edelman, 1977) için kullanılır.

(3) ***Göstergebilim yaklaşımı:*** Simgesel yaklaşımlarda siyaset, iletişim gibi, simgesel alışveriş olarak görülür. Önderlik büyük oranda simgelerin manipülasyonu ve simgesel ödüllerin dağıtımı ile korunur ve yürütülür. Siyasal süreçte ve siyasal iletişimde simgeler uzun bir tarihe sahiptir. Lasswell göre (1935), simgeler kişiler için anlamları sentezle birleştirmede ve toplumsal ilişkilere anlam vermede yardım eder; toplumsal ilişki için bir temel sağlar. Aynı şekilde, simgeler toplumsal istikrarı korumaya yardım eder. Post-yapısalcılar günümüzde aynı zamanda yaygın bir şekilde siyasal olanın göstergebilimsel incelemesini de yaparlar.

(4) ***Fonksiyonel yaklaşım:*** Kitle iletişiminin siyasal sistem için geniş sonuçlarının çözümlemesini, istikrarı koruma yolunda, yapar. Siyasal iletişim siyasal sistemin fonksiyonu için gerçek ve potansiyel sonuçlara sahip olan iletişimci etkinlik olarak tanımlanır (Fagen, 1966:20). Fonksiyonel çözümleme önderlerin seçiminde, siyasal gündemin tanımlanmasında, karar vermeye katılmada, eleştiriye açıklıkta ve toplumsallaşmada olan ileti alışverişinin son ürününün (=alıcının aldığı paketlenmiş mesajın) incelenmesidir (Meadow, 1980:26). Bu çözümleme, toplumdaki güç yapısına kimin sahip olduğu, çatışmaların nasıl çözüldüğü siyasal enformasyonu kimin denetlediği sorularını görmezlikten gelir.

(5) ***Örgütsel yaklaşım:*** hükümet içi bilgi akışı ve bu akışı sınırlayan örgütsel etkenlere eğilir. Bu araştırmalar sosyolojik ve psikolojik bakımdan devlet içindeki iletişimi incelemişlerdir.

(6) ***Çevresel yaklaşım:*** siyasal sistemi, örgütleri ve süreçleriyle tüm iletişimin yer aldığı çevre üzerinde durur. Başka bir deyişle, siyasal iletişimi sınırlamaya veya ilerletmeye yardım eder. Pozitivist-deneyci okul kitle iletişiminde siyasal iletişimi sadece seçim kampanyalarına ve tartışmalarına sınırlamıştır. Bunun dışında günlük haberler, eğlence, filmler gibi araçların seçim dışı içeriği siyasal iletişim olarak asla düşünülmemiştir. Gündem belirleme araştırmaları

dışında, ABD egemenliğindeki iletişim dünyasında siyasal iletişim seçimler ve oy verme içine çökertilir. Parlamenter süreçler dışında siyasal iletişim tanınmaz. Örneğin Rambo, Red Dawn, Amerika, Platoon gibi filmler siyasal iletişim olarak kabul edilmez. Bu siyasetin ve politika kavramının ideolojik tanımlanmasından gelir. Politika sadece bürokrasi ve siyasal partilerle sınırlandığında doğal olarak bunun dışında kalan her şey politika kavramına girmez. Bu dar çerçeve demokrasi oyununun oynandığı toplumsal hayattan politikayı ayırıp profesyonelleştirme yoluyla sistemin korunmasında önemli bir rol oynar. Eğer başbakan veya bakan bir şey söylerse, bu siyasal iletişim, fakat eğer gazeteci veya haberci veya film yıldızı bir şey söylüyorsa, bunun siyasal iletişimle bir ilişkisi yoktur. Bu denli sınırlama zorunlu olarak, deneyci okul için işlevselliğiyle kalıcıdır.

KİTLE İLETİŞİMİNİN TÜRKİYE'DEKİ YANSIMALARI

Osmanlı İmparatorluğu Batı'daki gelişmelerin dışında kalmıştır. İletişim alanında geleneksel yapısını Tanzimat dönemine kadar önemli bir değişime uğratmadan da korumuştur. Bu yapıda seçkin bir yönetici elitin iktidarını sürdürmesi için gerekli olanların dışında hiç bir iletişim olanağından yararlanılmamıştır. Matbua ancak 1727'de kurulmuş, ama hiç bir zaman bilginin yayılma aracı olamamıştır.[36] İlk gazeteler 1795 yılından itibaren Fransızlar tarafından Fransızca olarak yayınlanmış, Osmanlı aydınlarının 19. yüzyıldan itibaren halka ulaşmada büyük umut bağladıkları gazetecilik, devletin sıkı denetim altında gelişememiştir. Geciken ve yetersiz kalan eğitim reformları, 19. yüzyıl sonlarında ciddi boyutlara ulaşan İmparatorluğun parçalanma tehlikesi, uzun süren savaşlar modernleşme girişimlerinin güdük kalmasına yol açmıştır. İletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin matbaa dışında yakından izlendiği söylenebilir. Telgraf bunun bir örneğidir. 19. yüzyıl ortalarında Kırım Savaşı sırasında kullanılmaya

---

[36] *Bilgi değerli bir mal olduğunda, matbaa ne denli gelişmiş olursa olsun, bilgi dağıtılmaz; üretenin tekeli altında kullanılır. Hele gazeteler bilginin dağıtımı aracı olduğu iddiası oldukça gülünçtür. Hangi bilgi, ne ve kimin için ve hangi amaçlar ve sonuçlarla?*

başlanmış ve hızla yaygınlaştırılmıştır. Ancak bu, basının gereksinim duyduğu haberlerin hızla yayılmasından çok, merkezden yapılan siyasal denetim olanaklarını güçlendirmeye yaramıştır. Gazetecilik 20. yüzyılın başında özgürlük ortamı içinde gelişmeyi umut ederken, birbiri ardına gelen savaşlar yüzünden gelişememiş ve etkili olamamıştır.

Cumhuriyet yönetimi başlangıçtan itibaren iletişim alanında yeni politikaların işaretini vermiştir. Anadolu Ajansı ve radyo alışılmıştan farklı -özel- bir yapıya kavuşturulmaya çalışılmış, fakat uygulama başarısızlıkla sona ermiştir. Yazılı basın tek parti yönetiminde yasal ve idari sınırlamalardan şikayetini sürdürmüştür. Çok partili siyasal yaşamın bu sorunları çözmesi umut edilirken, ekonomik kalkınma ve demokrasinin yaygınlaşması sorunlarını çözülemeyince, Demokrat Parti'nin eleştirilere yanıtı iletişim araçlarına sert davranmak olmuştur. Bu dönemde, basınla ilgili kaynaklar (parasal olanaklar, ilan, kredi vb) hükümet tarafından basın üzerinde baskı aracı olarak yoğun bir şekilde kullanılmıştır.

Cumhuriyet Türkiye'sinde tarih, sosyoloji, siyaset bilimi, hukuk, felsefe, dilbilim, antropoloji, sosyal psikoloji, sanat ve arkeoloji çalışmalarının iletişim alanındaki bilgi birikimine katkısı, Batıyla karşılaştırıldığında, yok denecek kadar azdır. Bu katkı azlığı iletişim alanının gelişmesini doğrudan engellemese bile, zayıf kalmasına neden olmuştur. Çünkü hiç bir iletişim olgusu tek başına, öteki olay ve gelişmelerden yalıtılarak anlaşılamaz. İletişim her şeyden önce toplumsal bir süreçtir. Bu sürecin yapısı, işleyişi ve sonuçları, örneğin sosyoloji, tarih, kültürel antropoloji, dil bilimi, sosyal psikoloji ve siyasal ekonomi gibi alanların katkısı olmaksızın veya bu alanlara yönelmeksizin kısır kalır. Örneğin, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi toplumsal yapı araştırmaları iletişim sürecini anlamak için başvurulması zorunlu kaynaklardır. Tarih araştırmalarının önemi kendini burada gösterir. Tarih insan toplumlarının geçmişteki iletişim süreçleri hakkında bilgi vermeyebilir, ama geçmişteki toplum ve devlet yapılarını incelerken ya da herhangi bir dönemle ilgili bir olguyu aydınlatmaya çalışırken, dolaylı da olsa, iletişim süreçlerinin nasıl biçimlendiğini aydınlatabilir. Bu yüzden sadece özel bir tarih olarak iletişim tarihi değil, ama onu anlamlı kılacak uygarlık tarihinin bilinmesi

önemlidir. Bu çerçevede tarihin iletişim alanına değerli katkıları vardır. Bir kere Osmanlı toplumunun genel nitelikleri hakkında ortaya koydukları iletişimin nereye yerleştiği konusunda sağlıklı görüşler geliştirmeye izin vermiştir. Son derece önemli çalışmalar (Adnan Adıvar, Niyazi Berkes) Osmanlı toplumunda sadece matbaanın gecikme nedenleri açıklamakla kalmamış, iletişimi yakından ilgilendiren toplumsal süreçlerin açıklanma yöntemleri konusunda da yol gösterici olmuştur. Tarih için söylenenler iletişim alanını anlamaya yardım eden bütün öteki bilimler için de geçerlidir. Her birinin kendi sorunları çerçevesinde iletişimden söz etmesi öğretici ve yararlıdır. Siyaset bilimi, kamuoyu ve siyasal düşünce araştırmaları ile (Nermin Abadan-Unat, Şerif Mardin), bazı sosyoloji monografileri ile (Mübeccel Kıray, Emre Kongar) iletişim alanını anlamaya yardım edecek bilgi birikimine katkıda bulunmuştur. Bu katkılara rağmen iletişim çalışmaları gecikerek ve yavaş gelişmiştir. Oysa iletişim eğitimi ve araştırmaları çok önce, ABD'deki çalışmalara yakın bir tarihte başlayabilirdi; çünkü gazetecilik okulunun kurulmasından söz edilmesi 1930 yılına dayanır. Tek parti yönetimi gazetecilerin de en az öğretmenler kadar eğitim görmesi gerektiğine inandığından, sorumlu yazı işleri müdürleri için lise ya da yüksekokul bitirme zorunluluğunu 1931 basın yasasına eklemişti. Bunun üzerine İstanbul Darülfununu bir gazetecilik okulu açmak için girişimlere başladıysa da basın yasasının eğitimle ilgili maddesi gazetecilerin girişimleriyle değiştirilince yüksekokul açılması düşüncesi terkedilmişti. Konu 1950 yılında bu kez gazetecilerin isteği üzerine tekrar gündeme geldi ve İstanbul'da iki yıllık eğitim veren bir Gazetecilik Enstitüsü kuruldu. Bu kurum gazetecilere diploma verme işlevi gören ilk meslek eğitim kurumu oldu, ama gazetecilikle ilgili bilimsel çalışmaların odağı haline gelemedi. Ancak 1965 yılında Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nun kurulmasıyla iletişim alanında akademik araştırma yapma olasılığı ortaya çıktı. Fakat 45 yıl kadar geçmesine rağmen gerçek akademik değere sahip ve Türk toplumuna herhangi bir sorunu çözmede yardım edici, bilgilendirici ve faydalı bir iletişim araştırmasına ve kuramına rastlayamayız. Eğitim ve araştırma kurumlarının kurulmasının gecikmesine paralel olarak, iletişim incelemeleri de çok

sonralara ertelenmiştir. Gerçi, Türkiye'de iletişim alanına ilişkin ilk çalışma bir gazeteci tarafından (Ahmet Emin Yalman) ABD'nin Colombia Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde yapılmıştır: *The Development of Modern Turkey as Measured by Its Press, (1914).* Fakat, bir elli yıl kadar Türkiye'de iletişim araştırması yapılmamıştır. İletişimle ilgili araştırmalar Amerikalılar tarafından yapılmıştır. bunlardan ilki D. Lerner'in *The Passing of Traditional Society* (1958) isimli araştırmasıdır. Bunu takiben Princeton ve Yale Üniversitelerinin 1960'ın başlarında seri halinde çıkardıkları incelemelerde Türkiye'deki iletişim ve kalkınma da ele alınmış ve Japonya ile karşılaştırılmıştır (Pye, 1963; Frey, 1963; Ward &Rustow, 1964). İletişim konusunu da içeren çoğunlukla Amerikan kaynaklı araştırmalar devam etmiştir.

Türkiye çağdaş iletişim teknolojilerinin üretim sürecinin dışında kalmış, her zaman kullanıcısı olmuştur. Hareketli harflerin kullanıldığı matbaayı önce Uygur Türklerinin geliştirmiş olması Anadolu Türkleri için teknolojik bir miras olmamıştır. Gutenberg matbaası bile toplumsal nedenlerle çok geç kullanılmıştır. Bugün uydu teknolojisinin için de benzer şeyler söylenebilir. Kullanımı için verilen siyasal karar olumlu bulunabilir, ama geçmişte benzer kararlar iletişim alanını gelişiminde sanıldığı kadar olumlu sonuç vermemiştir. Televizyon alıcıları üretilmekte, ama teknolojik gelişme sağlayacak araştırmalara rastlanmamaktadır. Teknolojinin üretilmediği bir toplumda, üretimle araştırma arasındaki bağın kurulması çok güçleşmektedir.

Türkiye'de izlenen politikalar ekonomik ve siyasal bağımsızlık anlayışını ortadan kaldırmış, dışa bağımlılığı güçlendirmiştir. Bu politikayla soru sorma ve yaratıcılık yok edilmiş; ekonomide bağımlılık, siyaset ve bilimde de bağımlılığı getirmiştir. Düşünmek ve yaratmak yerine üretilmiş, paketlenmiş mallar ve düşünceler tüketilmektedir.

Bağımlılık tereddütleri ve ilkesizlikleri beraberinde getirmektedir. Önceden tartışılmış ve belirlenmiş politikalar yerine anlık, değişken ve tutarsız uygulamalar ön plana çıkmaktadır. Batı bloğu içinde yer almak, ABD'ye koşulsuz bağlılık gibi algılanıp uygulanınca, ülkede farklı düşünce ve uygulamalara izin verilmediği gibi, marjinal ve aykırı görüşlerin mevcut siyasal, toplumsal sistemi düzeltmeye yardım edici öneri ve eleştirileri de geri plana itilmektedir. Türkiye için son derece

önemli olabilecek Unesco'nun Uluslararası Yeni İletişim Düzeni tartışmalarına katılıp yararlanmak yerine, bu konuda hazırlanan McBride raporunun Türkçe yayınlanmasının geciktirilmesi bile bu kafa karışıklığının ve "sahibinin sesini" yansıtan kölece bağımlılığı gösterir.

Sözü edilen politikalarla bağlantılı biçimde Türkiye'de siyasal iktidarlar bilgi üretim süreci karşısında hep kuşkucu olmuşlardır. Üretimle bütünleşmediği, dolayısıyla başından beri denetlenemediği için, genel olarak bütün araştırmalar, ama özellikle toplumsal gelişme sürecini anlamaya yardım eden araştırmalar Türkiye'de siyasal iktidarların endişe kaynağı olmuş, bilim dünyasını ürküten sert müdahalelere yol açmıştır. Bu özellik bugün tamamen ortadan kalkmamıştır. Doğal olarak bilimsel merakı ve bu merakın giderilmesi yollarını arama çabalarının gelişimini engellemektedir.

Türkiye'de 1960'ların sonunda başlayan iletişimle ilgili çalışmalar Batı'nın entelektüel egemenliği altındadır. Batı'dan alınan reçeteler ve kopyalar işleri kolaylaştırır gibi görünse de, toplumumuzla ilgili öğretici ve kalıcı çalışmaların yapılmasını engellemektedir. Kimse Batı'daki çalışmaların bilinmesine, izlenmesine hatta benzerlerinin yapılmasına karşı değildir. Güvenilir, kanıtlanmış bulunduğu için Batı kalıplarının izlenmesi ülkenin iletişim sorunlarını anlamaya ve açıklamaya izin vermemektedir. Kuşkusuz referans noktası Batı olunca, her yeni kuşak için Batı'da en son çıkan yaklaşımlar önemli olmaktadır. Bunların neden ve hangi amaçla geliştirildiği önemsenmeden sadece görünür sonuçlarının aktarılması Türkiye'deki akademik geleneğin kurtulması gereken önemli özelliklerinden biri olarak görünmektedir.

BÖLÜM IX

1980'ler:
NEO-LİBERALİZMLE GELENLER

1980'lere gelindiğinde gerilla ve karşı gerilla savaşları dünyanın çeşitli yerlerinde devam ediyordu. Karşı gerillalar Amerikan halkına özgürlük savaşçısı olarak sunuldu ve gazetelerde bu savaşçıları desteklemek için ilanlar çıkmaya başladı. Bu özellikle Nikaragua'ya karşı girişilen yıkma kampanyalarında epey yoğun olarak görüldü.

1980'lerde psikolojik savaş yoğunlaşmaya devam etti. İç savaşlar terörizm olarak nitelendi ve iç savaşları durdurma terörizmle mücadele olarak adlandırılmaya başlandı. Pazar kontrolünün kültürel yayılma ile başarılı olabileceği benimsenerek, kültürel alanda kitle iletişimiyle saldırılar desteklendi. Özel sermaye iş dışı hayata ve kültürel yaşama daha kapsamlı ve sistemli olarak girmeye başladı. Kültürel alışveriş ve haberleşme kuramları yenilendi. İletişimde kültürler arası iletişim, cinsiyetler arası iletişim, ülkeler arası kültürel alışveriş ve bu alışverişin serbest akışı gündemlerin başına kondu. Uluslararası iletişim firmaları özellikle uydu yayınlarıyla ulusal sınırları pratikte ortadan kaldırdılar. ABD kültürel ürünleri egemenliğini tüm dünyada sürdürmeye devam ederken, iletişim teknolojisi ve ekonomik kontrol alanında gücünü Japonya'yla ve Avrupa topluluğunda çıkan yeni dev sermayeyle artan bir şekilde paylaşmaya başladı.

1980'lerde Avrupa'da özelleştirme faaliyetleri başlamıştı. UNESCO yoluyla devam eden mücadele de güçlenmişti. Amerika kalkınma, özgürlük ve demokrasi adına Latin Amerika, Asya ve Afrika'da askeri cuntaları, toprak ağalarını ve uluslararası şirketleri, ordu ve aile ortaklığındaki şeyhlikleri, krallıkları ve diktatörlükleri desteklemeye devam etti. Her zamanki gibi nerede bağımsızlık ve demokrasi kıpırdanışı varsa bastırmak için orada doğrudan veya yardımlarıyla dolaylı olarak Amerika vardı. Yeni sömürgeciliğin en önemli özelliklerinden biri de sömürünün garantisini gerektiğinde kaba güçle yerel güçler yapar. Bu yerel güçleri silahlandıran ve eğiten ve öğreten de Amerikan profesyonel deneyimi ve teknolojisidir.

1980'lerde dünyadaki bağımsızlık mücadeleleri ve Amerikanın "tek yönlü" iletişimi akımına karşıtlık UNESCO dahil birçok merkezlerde şiddetlenirken, Amerika'da ve hemen her ülkede tutucu siyasal partiler ve gençlerini öldüren ordular iktidardaydı. Bu dönem sermayenin en çok kar yaptığı ve yaygınlaşmasını hızlandırdığı yıllar oldu.

1980'lerde (ve 90'larda) haber gündemi "bağımlı değişken" ve kamu gündemi "bağımsız değişken" olarak ele alınmaya başlandı. Daha önce, haber gündemi bağımsız değişken olarak ele alınıyordu. ilgi "kamu gündemini kim kuruyor?" sorusundan, "haber gündemini kim hazırlıyor?" biçimine değişti. Yanıt olarak da egemen etkinin haber medyasının kendisinden geldiği belirtilmektedir (McCombs, 1994).

Gündem belirlemenin işlevleri üzerine olan araştırmalar tv gerçeklerinden fazla tv seyredenlerin az seyredenlerden daha çok etkilendiğini buldular. Fazla seyredenler, örneğin Amerika'yı daha güllük gülistanlık, zengin ve rahat olarak değerlendirdiler (Weiman, 1984). Medya-gündem belirlemesi ve sosyal ilişki üzerinde matematik modeller geliştirildi ve test edildi. Kamu sorunlarının gündem sıralamasının hem medya hem de sosyal ilişki tarafından etkilendiği yeniden yanıtlandı. Medyanın uluslararası konularda ve sosyal ilişkinin yurt içi konularda ağırlıkta olduğu hipotezi yanıtlandı (Zhu, 1993).

1980'lerin başındaki bir diğer gelişme de Gerbner'in ekme modelinin diğer ülkelerde kullanılmaya başlaması oldu. Bu araştırmalar seks, şiddet, siyasal yönelim, geleneksel değerler ve sosyal stereotip analizlerinde kullanıldı.[37] Gerbner'e göre (1994), araştırmalarda "yerel kültür-bağımlı" sonuçlar elde edildi. Bunun bir diğer anlamı kültürel emperyalizm veya egemenliğin olmadığıdır. Bu yaklaşımda da (a) dıştan gelen egemen kültürel mesajların kişinin kendi toplumunun kültürünü mü ektiği, (b) mesajın geldiği kültürün değerlerini mi ektiği, (c) ikisini de mi ektiği (d) yoksa dıştan gelen mesajların gerçekte alakasız olup olmadığı soruları ya görmezlikten gelindi ya karşılıklı bağımlılıktan bahsedildi ya da alakasız denildi.

---

[37] *Stereotip: Herhangi bir azınlığa veya gruba karşı yöneltilmiş basit tanımlama kalıbıdır. Kendinden olmayanlara karşı kullanılan bu tanımlama kalıpları cehaletin simgesidir ve siyasal politikalar için oldukça faydalıdır.*

Alakasız diyen yaklaşım etkiyi tümüyle reddeder.

Ekme ve gündem belirleme en gelişmiş şekliyle, kültürel etki yerine kültürel alışverişi, değiş tokuşu (mübadeleyi) getirir. Lewis'e göre (1997:89) Gerbner'in ekme kuramı, izleyicinin anlam kurmasını basitçe alternatif-ikileme indirger: İzleyici ya televizyonun sunduğu biçimdeki dünyayı kabul eder veya etmez. Bu sınırlı ve yetersizliğine rağmen, ekme modeli televizyonun çağdaş kültürde belirlenmiş hegemonyacı bir rol oynadığını sistemli bir şekilde göstermiştir.

1980'ler iletişim alanında 1970'lerde başlayan diğer bir rahatsızlıkla girildi: Yıllardır yapılan araştırmalar ve öne sürülen kuramlarla iletişim alanı karmakarışık görünmeye başlamıştı. Akademisyenlerin önemli bir kısmı bu karmaşıklık ve çokluğa kapsamlı bir ortak kuram altında birleşerek çözmeyi artırdılar. Pozitivist deneyci okulun kendi içinde ve alternatif okullarla olan ilişkisinde bir düzenleme gerekliliği, zaman zaman olduğu gibi, tekrar önem kazandı. 1977 ilkbahar sayısında Communication Quarterly dergisi genel yasalar, kurallar ve sistem teorisyenlerini tartıştırdı. Sonuç herhangi bir ortak noktaya gitmedi. Birleştirme çabaları da durmadı. 1983'de Amerikan akademik dünyasının iletişimdeki egemen yapıtlarının temsilcisi *Journal of Communication* "Ferment in the field" başlığıyla yaptığı bir sayısında eleştirel görüşlere de yer verdi. 1985'de International Communication Association yıllık konferansında dilsel yapısalcılık (Barthes ve Faucault) görüşlerini İngiliz yapısalcılarını davet ederek tartıştı. Fakat pozitivist-deneyci okulun kendi ufkunu genişletme çabası gibi görünen bu girişimler, bu okulun kendini yenilemesi değil, kendine geri dönmesi için kullanıldı. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının sorunu Kullanımlar ve Bağımlılık modeliyle ve McQuail'in Yanyol yaklaşımıyla halledilmeye çalışıldı. Gündem belirleme tezi araştırmaları ve yaklaşımı uluslararasılaştı. *Journal of Communication* hiç bir sayısında eleştirel veya Marksist yaklaşıma yer vermemiştir ve yer verilebileceği hipotezi bile ortaya atılamaz. Gerçi "Ferment" sayısında yer verildi, fakat bu durum ana kuralı kanıtlayan ve meşrulaştıran bir istisnadır. Sermayenin yanlı egemenliğinde, yansız bilim yapmaya çalışmak hem kendini hem de başkalarını (eğer başkaları kanarsa) kandırmaktır.

1980'LERDEN GERİYE BAKIŞ: ÖZ ELEŞTİRİ

1960'da Klapper'in genel muhasebesinden 24 yıl sonra, Amerikan iletişim entelektüellerinin değerli *Journal Of Communication* dergisi "Ferment in the field" başlığı altında, iletişim alanında büyük kaynayış ve kaynaşmaların olduğunu belirten ve ilk kez İngiliz ve Amerikan neoMarksist iletişimcilerinin yazılarına da yer veren sayısında, aynı zamanda geçmişin ve var olan durumun yeniden bir muhasebesini yaptı. Bu dergide ve diğer kaynaklarda yapılan öz-eleştiriye göre:

İletişim, gönderici ve alıcının aktif olduğu karşılıklı bir etkinlik olarak görülür. Bu aktiflik zorunlu olarak eşit bir aktiflik değildir, fakat taraflar için herhangi bir şekilde fonksiyoneldir: İletişim bir gereksinimi karşılar veya bir doyum sağlar. Nerede bir toplumsal ilişki varsa orada iletişim etkinliği bulunur. İletişim, toplumu bağlayan bir ağdır. Lasswell'in formülü şimdi iletişim sürecinin nasıl çalıştığını betimleme yerine, bu sürecin öğelerine bir gösterge olarak okunur. Bu formül aktif gönderici ve pasif alıcı sürecini ima ederek, ilk propaganda, reklam ve seçim kampanya araştırmalarının varsayımını oluşturuyordu. Bugün bu süreç, enformasyon alışverişi etrafında kurulan bir ilişki olarak kabul edilir. İletişim sadece kişiler arasında değil, aynı zamanda ilişkiler arasında da bir ilişkiyi temsil eder (Schramm,1983:14,15, 16).

Klapper'in bulgularından 23 yıl sonra, 1983'te Tunstall da aynı şeyden yakındı: Amerikan iletişim araştırmasında bir şey yanlış; sorun parçalanma; çok fazla düşük nitelikli çalışmaların ve çok az, eğer varsa, yüksek nitelikli incelemelerin olmasıdır.

İletişim araştırmalarının tarihi her yeni aracın öncekilere benzer biçimde incelenmesini getirir. Önce aracı kullananların demografisi, sonra, kullananların doyumu ve hoşnutluğu incelemeleri; ardından, toplumsal bakımdan istenmeyen yan etkilerin ortaya konması ve sonunda gerçek anlamı üzerinde spekülasyonlar. Bu sinema, radyo ve televizyon sorunlarında böyle oldu ve büyük olasılıkla bilgisayar oyunlarında da aynısı olacaktır (Chaffee, 1983: 20).

Amerika'da araştırma, para yada başka nedenlerle yapılır. Para için araştırma yapanlar bu paranın kaynağına ticari, askeri, teknolojik, siyasal ve ideolojik faydası olacak şekilde bir şeyi anlamaya ve açıklamaya çalışırlar. Eğer yaptıkları araştırma paranın kaynağına

faydalı olmayı başaramazsa, faydasız olarak sonuçlanırsa araştırmacı bir başka yaklaşım denemek ya da başka alanda bir işe bakmak zorunda kalır. Dolayısıyla, para için araştırma yapanlar başarısızlığa uğrayabilirler. Araştırmayı para dışındaki nedenlerle yapanlar pek az başarısızlığa uğrarlar. Bu araştırmacılar amaçlarını seçerler, bulgularının yorumlarını yapma ve değerini biçmede çok daha fazla özerkliğe sahiptirler. Toplumsal bilimlerde araştırma diploma almak, yükselmek ve alanında statü ve prestij kazanmak için yapılır. Akademik dergilerde, araştırma önerilerinde, üniversite kataloglarında, araştırmanın "bilinmesi gerekli olanı" üretmek ve "bilimsel bilgiye" bir köşe taşı daha eklemek için yapıldığı belirtilir.

Amerika'da insanın ve toplumsal araştırmanın yönünü belirleyen akademik araştırma kurumlarındaki kıdemli üyelerin düşünsel ve metodolojik önyargıları, konulardaki ve yaklaşımlardaki modalar ve eğilimler, çıkar çevreleri, akademik üyeleri belirleyen komitelerin baş başa vermeleri, kamu ve özel bürokratik makine tarafından kapıların açılıp kapanmasıdır. Bugüne kadar, akademik araştırma düzeninin en dikkate değer başarıları şunlardır: Yöntem ve işlemler, raporlar, kitaplar, akademik dergiler, konferanslar ve yapılmasına gereksinim duyulan araştırmalar sayısındaki yıllık artıştır.

Büyüyen ve çoğalan iletişim araştırması büyük başarılara değil, fakat daha da çoğalan parçalara atfedilir. Parçalanma rekabetten gelir, aynı zamanda da analiz bakımından küçük birimlerin daha "gerçek" ve daha "deneysel" olduğu hayalinden çıkar. Parçalarla uğraşmak sadece daha bilimsel görünmesinden değil, aynı zamanda çok daha "güvenli" olmasındandır (Thayer, 1983: 80-91).

Pozitivist-deneyci entelektüeller yönetim araştırmalarının istemedikleri yönlerini gördüklerinde, araştırmacının araştırmayı destekleyici "eğitimini" önerirler. Araştırmaya mali desteği verenin istediği dar çerçeveden çıkabilmek için araştırmacının desteği verene bilimin faziletlerini anlaması sağlık verilir. Örneğin Lang (1979:95), "araştırmacının bu tür çabası işlemediği zaman, bazı durumlarda araştırmacılar araştırmayı reddetmekten başka bir seçeneğe sahip olmayabilirler" diye soruna çare göstermiştir. Bu görüşle, Lang ve benzerleri hem üniversite dışındaki gerçek hayatı hem de üniversite

içinde yaşadıkları hayatın çıkar ve güç ilişkileri gerçeğini görmezlikten geliyorlar: Amerika gibi ülkelerde üniversitelerin kendileri eğitim, öğretim ve enformasyon satan ekonomik kurumlardır ve rekabet içindedir. En önde gelen müşteriler de özel şirketler ve devlet kurumlarıdır. Üniversitelerde dışarıdan proje alan profesörler en gözde olanlardır ve reddedecek kadar doktrinci olanlar üniversite çevresinde çok azdır. Bu gibilere müşteriler zaten yaklaşmazlar. Kısaca, bilim adamı içinde yaşadığı koşullar, süregelen kurulmuş ilişkiler ve araştırma yapma yolları ve bu yolların çıkardığı sonuçlardan kaçınamaz. Kaçınmak isteyenler de zaten çok azdır. Lang, bulguların müşterilerin çıkarına karşı olduğunda saklanmayıp basılması için araştırmacının ısrar etmesini söylüyor. Araştırmayı yaptıranın çıkarlarına aykırı sonuçlara ulaşılması ve bunun hasıraltı edilmesi önemli bir konudur. Çünkü sayısız araştırma bu nedenle saklanmakta ve sadece "işe yarayanlar" basılmaktadır. Özel teşebbüs sisteminde parayı veren araştırma üzerinde mülkiyet hakkına sahiptir. Dolayısıyla araştırmacı ürettiği ürünü kullanma hakkına sahip değildir. Fabrikadaki işçiler gibi: Belli şeyi yapan ve üreten onlardır, fakat üretilene sahip olan başkalarıdır. Bu yapısal gerçeğin karşısında Lang gibilerin önerileri hem basit hem de kendini aldatmadan başka bir şey değildir.

Serbest seçime ve bireysel sorumluluğa odaklanan bir toplumda egemen ideolojinin belirleyici bir iletişim modeline güvensizliği oldukça olağandır. Bu nedenle izleyiciler kendi geleceklerini ve kendi etkilerini kendilerinin belirlediği aktif özneler olarak görülür. Kişinin davranışındaki bu aktif rol görüşü, yasalarla yönetilen iletişim görüşü yerine, kuralları izlemeyi getirmiştir. Nedensellikle biçimlenmiş hareket yerine kişisel iradeye bağlı etkinlik, simgesel ilişkileri çıkaran mekanizmalar olarak görülür. Eğer "tercih" davranışa geçmede algılanan özgürlük ise, uygun değişkenler hakkında elde edilen bilgi kişilerin sonraki tercihlerini tahmine izin verir (Miller, 1983: 32).

Etki araştırmalarının yönteminde başlangıçtan bu yana önemli değişiklikler olmuştur: İlk etki araştırmaları (1940-1960'lar) tipik olarak belli bir sorun üzerinde durdular, tek bir iletişim (bir makale, program, film, araç) ile ilgilendiler. Bugünkü etki araştırmaları daha geniş bir sahayı kaplar (birden fazla araçlar, programlar, kitle iletişim araçları

sisteminin tümü). Örneğin Gerbner'in kültürel göstergeler araştırması bütün televizyon ve izleyici sistemini kaplar.

İlk etki araştırmaları kısa dönem incelemeleriydi. Katz'a göre iletişim araştırmalarında olan en iyi şey kitle iletişim araçlarının fikirleri, tutumları ve etkinlikleri kısa dönemde değiştirme yeteneğinin kanıtlarını çılgınca aramanın durdurulmuş olmasıdır. Bunun yerine etkinin öteki tanımlamaları geçmiştir, bunlardan en ilginç olanı da kitle iletişim araçlarının gerçekler hakkındaki imajlarımızı uzun dönemde biçimlendirmedeki rolü ile ilgili olandır. Örneğin içerik çözümlemesinin birimi soyutlanmış başlıklar, ikna edici sunuşlar ve saldırıyla ilgili etkinliklerden "biçimin" incelenmesine yönelmesi (1983:52). Katz'ın demek istediği, Lasswell'in formülündeki "kim" sorusuna kurulu düzende olanlara bakıp betimleyerek yanıt vermek ve bu yanıtlarla düzene daha iyi destek sağlamaktır. Örneğin BBC için yaptığı araştırmadan sonra sunduğu rapor Halloran ve benzerleri tarafından BBC'nin düzenini desteklediği ve bu düzenin pratiğinin pekiştirilmesini önerdiği için eleştirilmiştir (Halloran 1978; Gans,1978).

İlk araştırmalar sık sık laboratuar deneylerini kullandı. Bugün koşulların hayata olabildiğince uygun olmasına çaba gösterilir. İlk araştırmalar izleyicilerin gözlemi ve soru sorulmasına dayandı. Bugünkü araştırma geniş kapsamlı soruşturma yaklaşımını uygular. İlk etki araştırmaları özellikle basın üzerine eğilmiştir. Bugünkü araştırmalar daima televizyonu katar, haber ajansları ve okul kitapları gibi önceleri ihmal edilen araçları içerir. İlk araştırmalar izleyiciler arasında tutum ve davranış değişimlerinin gözlemine dikkatini toplar. Bugünküler çoğunlukla kişilerin toplumsal çevreleri hakkındaki değişmiş görüşleri yoluyla etkileri ölçerler.

Kitle iletişim araçlarının gücü tartışması, etki araştırmaları kitle iletişim araçlarının çok güce veya az güce sahip olduğu varsayımları üzerinde gidip gelir. Destekleme veya sınırlı/az etki savının saltanatı deneysel araştırma bulgularının ağırlığı altında 1960'ların ortasında çökmeye başladı. Bugün araştırmacıların çoğu kitle iletişim araçlarının halkın gerçekler hakkındaki görüşlerine kesin bir etkiye sahip olduğunu varsayarlar. Günümüzün kitle iletişim araştırması "araya giren etkenleri" araçların etki gücüne önemli bir katkı olarak görür.

Fakat kitle iletişim araçları ve içeriğinden bu etkenlerin daha önemli olduğu artık geçerli sayılmaktadır.

Sınırlı etki savını, Noelle-Neumann (1983:183) bilimsel bir hata olarak nitelemiştir. Bunun nedeninin de etki araştırmalarına özgü sorunlarda yattığını belirtmiştir: Kural olarak kitle iletişim araçları tarafından iletilen tek bir ileti zayıf bir etkiye sahiptir. Araçların etkisi birikim yoluyla kuvvet kazanır. İki adım akışı kitle iletişim araçlarından alınanların çabukça toplum içinde yayıldığı demektir. Ayrıca, etkiler öncelikle "bilinçsiz" düzeyde olur, dolayısıyla izleyicilere doğrudan sorulan sorular sonuç vermez. Etkiler farklı kaynakların birleşiminden çıkar. Son on yılın araştırmaları kitle iletişim araçlarının tutumları dolaylı yola oranla doğrudan daha az (=nicelik bakımından az) etkilediğini göstermiştir.

Katz 1970'te araştırmacıların sınırlı etkiyi gösteren bulgularının kitle iletişim araçlarını kontrol edenleri memnun edeceklerini söyledi. Sosyal bilimler araştırması kitle iletişim araçlarını toplumun kötülüklerinin sorumluluğundan kurtarmıştır. Kitle iletişim araçlarının bu sözde güçsüzlüğü daha az sorumluluk; daha çok hareket özgürlüğü, daha az denetim demektir (Noelle-Neumann, 1983:161). Etkisiz veya sınırlı (zayıf) etki sonucuyla gelen araştırmaları kitle iletişim araçları profesyonelleri büyük kabulle karşıladılar. Bu araştırmalar ve araştırmacılar bilimsel prestije sahip kılındılar. Güçlü etki gösteren araştırmalar hiç bir yanıtla karşılaşmadılar; profesyonel dergilerden ve kitaplardan saklandılar ve sonunda unutuldular. Ya da aksine, ateşli bir şekilde kötülendiler (Noelle-Neumann, 1983:159).

Güçlü etki sonucu bulan iletişim araştırması kitle iletişim araçları profesyonellerinin kendileri hakkındaki imajlarının en önemli yanlarından birini ihlal eder: Nesnellik. Tutumların algıları etkilediği kesin olarak bilinmesine rağmen, bu profesyoneller insan algısının kendileri için geçerli olmadığını iddia ederler. Bunun en büyük nedenlerinden biri enformasyon toplama, haber yazma ve sunmada belli kurallara uymayla nesnellik kazanılacağının sanılmasıdır: Örneğin kaynağın adını belirtme; kişisel görüşünü belirtmeme; karşı görüşle dengeleme gibi.. Bu üçünde de belli ölçütlere göre bir tercih yapma vardır, ölçütler ve tercihle gelen tanımlamalar nesnel olamaz.

Güçsüzlük ve nesnellik savı benimsendiği sürece, bu profesyonellerin siyasal görüşleri önemsizdir ve meşruluk sorunu ortaya çıkmaz.

Noelle-Neumann'a göre, kitle iletişim araçları profesyonelleri geniş sistemlerden yükselen uyma baskılarına ve kitle iletişim araçlarının yaygın gücünün davete yöneldiği dış siyasal baskılara karşı korunmalıdır. Toplumda kimin güce sahip olduğu sorulduğunda, gazeteciler kendilerini işadamlarından sonra ikinci sıraya koyarlar. Kimin güce sahip olması gerektiği sorusunda kendilerini en başa yerleştirirler. "Gerçi mümkün olduğu kadar kendi görüşümüzü katmamayı, kattığımızda da bunu açıklama veya okuyucuyu alternatif düşünceye teşvik için yapmayı amaçladık, fakat bazı durumlarda kendi düşüncelerimizin katkısı kaçınılmaz olur" savıyla gelirler. Noelle-Neumann burada pozitivist-deneyci görüşün liberal kanadının tipik kaygısını yansıtır: Kitle iletişim araçları dış baskılardan ve etkilerden korunmalıdır. Bir yandan baskıların ve etkilerin zaten orda olduğu belirtilirken, diğer yandan baskı ve etkilerden korunmalıdır deniyor. Pozitivist-deneyci aydınlar "olan" ve "olması veya olmaması gereken" arasındaki açıklamalarında sonuçta zorunlu olarak "olanı" desteklemeye ulaşıyorlar. En büyük korkuları da bütün kitle iletişim araçlarının içerik bakımından "uyum" içinde olması, buna karşı çare de araçların ve eğildikleri konuların çok çeşitli olması. Yani nicelik uyumlu niteliğin olmamasına garanti olarak sunuluyor. Her kavramın başına "kitle" terimi eklenen bir toplumda (kitle üretimi, kitle tüketimi, kitle zevki, süpermarketler, moda) aranan bireyselcilik mi, yoksa kitleler halinde uyum mu? Sayısız dergilerin, gazetelerin, televizyon haber ve programlarının sunduğu sayısız çeşitteki şeyler izleyicilerde özgür düşünceyi, insanlar arası sevgi, saygı, anlayış, sorunları barış yoluyla çözüm, insan sömürüsüne karşı aleyhte tutum ve görüş gibi değerleri mi getiriyor? Yoksa kapkaççılığa; ezmeye; baskıya; yoksullara karşı tiksinti ve zengine karşı büyük hayranlık sağlamaya; paranın her şeyi satın alacağı görüşüne; önce ben, sonra ben, ondan sonra da ben gelirim duyarlılığına; çok çalışılırsa zengin olunacağına izleyicileri inandırmaya çalışan belli bir ideolojik çerçeveyi mi getiriyor? Sınırlı veya sınırsız etki tartışması ekonomik ve siyasal düzende kitle iletişim araçları yoluyla yaşamlarını sağlayan, çıkarlar elde eden,

politikalar uygulayan kişiler ve gruplar için kuşkusuz önemli bir konudur. Az etki ve çok etki sonuçları ve tartışmaları az veya çok çıkar (gelir, güç, oy, tüketici, müşteri, belli ideolojinin çerçevesine uygun beyinli kişiler, kıdem) sağlar veya sağlamaya yardım ederler. Bilimsel enerjiyi etki, az veya çok etki ve bunlarla gelen benzer tartışmalarla harcamak gerçekte büyük kayıptır. Belli bir düzen ve bu düzenin parçalarının çalışması için pratik çıkarlar ve bu çıkarların desteklenip geliştirilmesi için gerekli olan girişimler hem bilimden önce gelir hem de bilimin amacı yapılır, sonra gelir. Daha doğrusu, nesnel bilim ve nesnel araştırma düpedüz toplumda çalışan egemen güçlerin ve ilişkilerin reddedilmesidir; bu da olanaksızdır. Dolayısıyla, az etki ve çok etki araştırmaları ve tartışmaları, bu araştırma ve tartışmaların olmasını belirleyen koşullara bağlı olarak sürer, bu koşulların değişmesiyle değişir ve ortadan kalkmasıyla silinip gider.

1980'LERİN EGEMEN YAKLAŞIMLARI

1980'lerde Medya sosyolojisindeki yaklaşımlarda sosyo-psikolojik eğilim devam ederken, yeni-Durkeimci ve yeni-weberci akımlar gelişti. Yeni-Durkeimciler medya kültürü üzerine eğilirken, yeni-Weberciler örgüt, meslek, üretim ve pazar kavramlarına yöneldiler ve kültürü üretenlerin bürokrasi olarak örgütlenmesi ve kültürü yaratmalarını görevselci açıdan incelediler. Ağırlık kültürün üretimindeydi ve kültürün önemi ve anlamı, örgütsel üretimde ve ilişkilerde sömürü ve imperiyalizm olasılığı bir yana bırakıldı. 1980'lerin en önemli kuramı suskunluk sarmalı kuramı oldu.

SUSKUNLUK SARMALI KURAMI

Bu kuram Batı Alman sosyologu E. Noelle-Neumann tarafından geliştirilmiştir (1974, 1980). Kuram kamuoyunun büyümesi ve yaygınlaşmasını suskunluk sürecinden geçerek açıklar. Noelle-Neumann'a göre televizyon suskunluğu hızlandırır, fakat bunu anlamak için insanların toplumun neye tolerans göstereceğiyle ilgili duyarlılığını anlamalıyız.

Model şu temel varsayımlara dayanır: İnsanlar çoğunluk tarafından hangi fikirlerin tutulduğunu ya da kuvvet kazandığını, hangi fikirlerin

azınlıkta olduğunu ve gerilediğini görmek için çevreyi gözlerler. Egemen kamuoyunu bilirler. Toplumdaki çoğunluk tarafından benimsenmeyen tutumlar, inançlar ve fikirler tutmadan kaçınarak tecrit olmadan kaçınmaya çalışırlar. Sosyal izolasyondan korkarlar, bu nedenle azınlıkta olan düşüncelerini ifadeden geri dururlar. İzolasyon korkusu suskunluk sarmalını hızlandıran merkezi güçtür. İnsanlar kendi düşüncelerinin egemen kamu oyuyla benzer olduğunu düşündüklerinde, bunu açıkça ifadeye yönelirler. Öte yandan kendi düşüncelerinin azınlıkta olduğunu algıladıklarında, ifade etmez, bastırırlar.

Bir görüş biçiminin egemenliğini algılama çoğu kez gerçekte halk çoğunluğunun böyle bir görüşe sahip olup olmadığıyla çok az ilişkilidir. Algılanmış çoğunluk fikirleri, çoğu kez sadece bir azınlık tarafından tutulur. Bununla beraber, bir görüş biçiminin çoğunlukta olduğu algısı sarmal bir süreci harekete geçirir: Bu süreçte aksi görüşe sahip halk sessiz durmaya başlar ve algılanmış çoğunluk görüşü egemen gerçek görüş olarak kurulur. Kişiler arası iletişim enformasyon sağlar, fakat kitle iletişim araçları asıl etken olmaya yönelir: medya suskunluğun sarmalıyla azınlığın sesini kesmesini hızlandırır.

Neuman'ın modeli temelde, Festinger'in "bilişsel çelişki" modelinin psikolojik alandan alınıp sosyolojik alana uygulanmasıdır. Bilişsel çelişkiden kaçışla, kişi kendi kafasında, kendi-kendiyle iletişim süreci sonucunda verdiği kararla bir bilişsel psikolojik denge oluşturur. Neuman'da bu denge arayışı kişinin yaşadığı ortamdaki egemen fikirlere yönelmesi ve uyumsuzluk yaratan veya azınlıktaki fikirlerden kaçınması, eğer böyle bir fikir taşıyorsa, genel/popüler fikirler karşısında susmayı tercih etmesi biçiminde olmaktadır.

Bu model bir bakıma gündem belirleme modelinin negatif ayna imajıdır: Kitle iletişim araçlarının belli konuları ve sorunları ve bunların tartışmasını halkın görmesinden uzaklaştırma yeteneği üzerinde durur. Kitle iletişim araçlarının etkilerinin çoğu kamuoyunun ve fikir ikliminin şekillendirilmesinden ibarettir. Toplumsal çevrede egemen olan eğilimler hakkındaki düşünceler kişilerin davranışını oy verme kararlarına kadar etkilerler. Genel olarak medya ve özellikle televizyon bize sadece ne hakkında düşüneceğimizi söylemekle kalmaz, aynı

zamanda başkalarının ne düşündüğü hakkında kısıtlı ve belirlenmiş görüş sunar (Noelle - Neumann, 1983:162).

Bu yaklaşım kitle iletişimin etkisinin sadece destekleme olduğu görüşünü reddeder. Kitle iletişiminin etkisi seçimsel/tercihli algının zorlaştırılma derecesine orantılı olarak artar. Bunu şöyle açıklayabiliriz: Küçük bir kasabada bir işçi aylığını aldığında bir poker oyununa gider ve her seferinde bütün parasını kaybeder. Beş altı ay sonra arkadaşları adamı bir kenara çekerler ve "bu adamlarla poker oynama, çünkü aralarında anlaşmışlar, seni yoluyorlar" derler. Adam cevap verir: evet biliyorum, ama kasabadaki tek kumar o." Noelle-Neumann'a göre, medya araştırmacıları televizyonun kasabadaki tek oyun olduğunu ve sürekli oynandığını görmezler. Aslında bunu "seçenek bolluğu varsayımı" iddiasıyla kabul etmezler.

Bize göre, bu model, genel fikirlere uyma ve azınlık fikirleri taşımada suskun kalmayı materyal ilişkiler düzeninin yapısal gerçeğine ve bu yapının günlük çalışması biçimine bağlarsa, anlamlı bir yaklaşım olabilir. Örneğin, "dışarıda kalma, bırakılma" (izolasyon) korkusuyla kişinin tartışmaya girmemesi ve suskunluğu seçmesi, egemen kaideler, kurallar ve pratikler karşısında uyum araması veya uyumsuzluğunu içine atması sürecini psikolojik bir oluşum ve süreç içine hapsetme yerine, bu psikolojinin belirleyici faktörünün kişinin kendini içinde bulduğu örgütlü yaşam koşulları olduğuna bağlanması gerekir. Örneğin, Erdoğan (1997a) "insanın zincirine vuruluşu" (suskunluğu, boyun sunmayı ve hatta kendine ve kendi gibilerine karşı kendilerini-köleleştiren düzeni koruyuşu) psikolojisini kişinin egemen mülkiyet ilişkilerinde yaşadığı örgütlü egemenlik ve mücadele koşullarına bağlamıştır. Aksi taktirde, başkaldırı olasılığı ya yok edilir ya da psikolojik "patlama, hastalık, dayanamama" olarak yorumlanma zorunda kalınır. Devrimciler veya herhangi bir nedenle düzene karşı-tepki gösterenler "psikolojik ve sosyolojik hasta (psikopat ve sosyopat) olarak nitelenir. Neuman'daki "karşıtlık ve mücadele yokluğu" ancak, incelemeye egemen fikirler, kaideler ve kuralların çıkıp geldiği ve bağlı olduğu materyal temel ve yapı eklenerek giderilebilir.

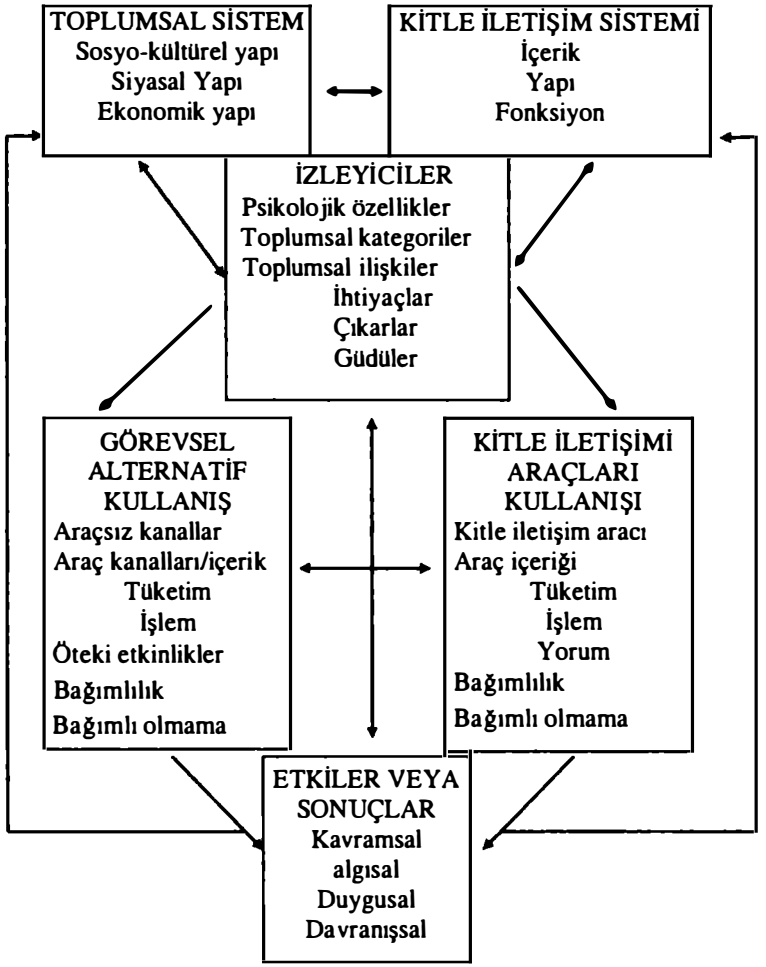
Dünyanın birçok yerinde suskunluğun sarmalı modelini kullanarak inceleme devam etmektedir. Bulgular farklı sonuçlar ortaya

çıkartmaktadır. Örneğin Amerika'da bazı bireylerin diğer insanların ifade edilmiş fikirlerine aykırı gelse de kendi fikirlerini belirttiklerini bulmuştur. Glynn ve diğerleri (1997) kuramı destekleyen sonuç bulmuşlardır. Moy ve diğerleri (1999) televizyon seyretmenin işlevsel olarak grup üyeliğine eşit olduğunu buldular. Dolayısıyla, izleyiciler geleneksel kişilerarası iletişim ve etkileşime girme gereksinimini az hissedebilirler. Bu da televizyonun "sosyal kapitale" negatif etki ettiği görüşünü kanıtlamaktadır. Bazı araştırmalar, etki ajanı olarak medyanın yanında diğer sosyal etki süreçleri üzerinde durulmasını önermiştir (Gonzenbach, 1994; Price, 1990). Diğerleri izleyicilerin kamuoyu karşısında Neuman'ın kuramının belirttiği biçimde çaresiz olmadığını belirten araştırma sonuçlarına varmıştır (Lasorsa, 1991). Neuwirth (1995) Meksika'da yaptığı araştırmada, medya kullanımının genel (egemen) fikirlere etkisini ve sonraki-fikir ifade etmelere etkisini incelemiş ve Neuman'ın tezini destekleyen bir sonuçla, medya kullanımındaki değişikliklerin çoğunluğun fikrindeki değişikliklerle ilişkili olduğunu bulmuştur. Klasik iki-basamaklı tezdeki "güçlü grup fikir vericileri" (fikir liderleri) etkilerini destekleyen sonuç bulunamamıştır. Dolayısıyla, kuramın bu yanının testi için alternatif metotların kullanılması önerilmiştir.

KULLANIMLAR VE BAĞIMLILIK MODELİ

Kullanımlar ve doyumların egemenliğini sürdürmesi ve artan kuramsal sorunlar, 1980'lerin sonlarına doğru "daha gelişmiş" kullanımlar ve bağımlılık modeli ortaya atıldı. Kullanımlar ve doyumlara yöneltilen eleştirilerden biri de toplumsal etkenleri bir yana bırakıp sadece bireysel etkenlere eğilmesidir. Rubin ve Windahl (1986) kullanış ve doyumları toplumsal yapısal koşulları da ekleyerek "geliştirmek için "bağımlılık" modeliyle birleştirerek kullanmışlar ve bağımlılık modelini getirmişlerdir.

Kurama göre, kişi gereksinimlerini gidermek için medyaya daha çok bağlandıkça, medyanın önemi o kişi için daha da artacaktır. Kullanımlar sonucunda ortaya çıkan bağımlılık ve gündem hazırlama tezi arasında ince bir köprü kurar: Eğer kişi sadece medya enformasyonuna bağlı olursa, gündemi kurma kolaylaşır (Şekil 7).



Şekil 7. Kullanımlar ve Bağımlılık Modeli

Kullanımlar ve doyumlar araştırmaları kullanışın etkisini pek ender işlemiştir. Bu eksikliği ortadan kaldırmak için Rubin ve Windahl izleyici merkezli (kullanımlar doyumlar) ve toplum temelli (bağımlılık) bir inceleme çerçevesi getirdiklerini öne sürmektedir: Bağımlılık modeli "belirleyici" ve kullanımlar doyumlar "gönüllüdür." Birincide kişi

iletişime gerekli olarak girer, ikincide bu kişinin isteğine bağlıdır. Kullanımlar ve bağımlılık modeli bu iki farklı eğilimi birleştirir ve halkın gereksinimlerinin, güdülerinin toplumsal ve iletişim sistemleriyle ilişkilerini geliştirdikçe değişip farklılaştığını gösterir. Böylece, model kullanımlar doyumların bireysel mikro perspektifini bağımlılığın toplumda çalışan iletişim araçları makro perspektifine bağlanmıştır. Model kişisel gereksinimlerle, güdülerin toplumsal ve psikolojik kaynağını, bireysel ve araçlı iletişim kanallarını, enformasyon arama stratejilerini ayrıntılı olarak inceler. Modele göre, toplumsal sistemler içinde, kişiler toplumsal ve psikolojik şekilde üretilmiş ve sınırlanmış farklı gereksinim, çıkar ve güdülere sahiptir. Bu gereksinim, çıkar ve güdüler kişileri bireysel ve araçlı davranışlara götürür; Bu kitle iletişim aracına, bu aracın içeriği ne veya görevsel seçeneklere bağımlılığı ortaya çıkarabilir. Bu iletişim etkinliği, kişilerin algılarına, tutumlarına, davranışlarına, toplumsal sistemin yapısına, iletim araçlarının çalışmasına, içeriğine ve yapısına etki eder. Bu etkiler, aynı zamanda kişilerin sonraki iletişim tercihlerine ve davranışlarına etki eder.

Bağımlılık modeli, kitle iletişimini toplumsal sisteme bağlar. Bu modele göre çağdaş toplumlar gelişip karmaşıklaştıkça, halk toplumsal örgütlerle ilişkilerinde kitle iletişimine daha çok dayanmaya başlar, İletişim araçlarının etkisi toplumsal sistem, iletişim sistemi ve izleyici arasındaki ilişkilere dayanır. İlk ilişki, toplumsal sistemle kitle iletişimi sistemi arasında olandır. Bu ilişki iletişim araçlarının "kullanılmaya hazır" ve "ulaşılabilir, elde edilir" olmalarına etki eder.[38] İkinci ilişki, iletişim aracı ile izleyici arasında olandır. Enformasyon gereksinimleri daha çok çıktıkça, bunları karşılamak için araçlarla gönderilmiş enformasyon arama dürtüsü ve iletişim araçlarına bağımlılık da güçlenir ve iletişim araçlarının davranışları, duygulan ve algılamayı etkileme ihtimali de artar. Örneğin, toplumsal hayatı anlama, etkili ve anlamlı bir şekilde hareket etme, gerçeklerden ve sorunlardan, kaçma gibi durumlarda araçlara bağlanabilir.

---

[38] *Araçların "hazır" olması araçların fiziksel varlığının olması demektir. Bakkala gidip "Şeker var mı?" diye sorulduğunda olduğu gibi. Araçların "elde edilir, ulaşılabilir" olması kullanabilme olanağıdır: Bakkalda şeker vardır, fakat para yoksa şeker elde edilemez.*

Üçüncü ilişki, toplum ve izleyiciler arasındadır. Toplum tüketicilerin iletişim araçlarını kullanmak gereksinimleri ve güdülerini etkilerler, toplum üyeleri için kurallar, değerler, bilgi ve yasalar sağlar. İletişim araçlarınınkine benzer hizmetler sunarak, kültürel ve eğitim sistemleri iletişim araçlarına görevsel seçenekler sunarak hizmet edebilirler.

Sistemler izleyicilere birçok yönden bağımlıdırlar. Siyasal sistem halka oy vericiler, özel çıkar grupları ve seçmenler olarak dayanır. Ekonomik sistem halka tüketici olmaları bakımından bağlıdır. İletişim araçları bu ilişkilerde önemli bir aracı rolü oynar (Ball-Rokeach ve DeFleur,1976, 1982; Rubin ve Windahl, 1986). [39]

"Toplumlarda kişiler fonksiyon görebilmek için iletişim araçlarıyla gönderilen enformasyonlara muhtaçtır" iddiasının geniş halk kitleleri için ne kadar doğru olduğu kuşkuludur: Eğer "faydacılıktan" söz ediyorsak ve "faydanın" itici güç olduğunu savunuyorsak, iletişim araçlarının verdiği "enformasyonun" kitleler için gerekli faydalar sağladığını ve kitlelerin bu enformasyon olmadan toplumda fonksiyon göremeyeceğini iddia etmek saçmalamak olmasa bile tutarsızdır. Televizyon ortadan kaldırılırsa onu en çok seyreden kişiler bile kısa zamanda televizyonun saçmalıklarına anlamlı seçenekler bulup kullanmaya başlar. Kitle iletişim araçlarının kendileri için gerekliliğini kitleler için gerekli göstermek değil mi bu?

Kuramın göz ardı ettiği soru: Bu tür bağları araçların yaratmadığı veya yaratmak amacı gütmediğini iddia etmek geçerli midir? Araçları gönderici olarak kullanılan "durumlara" yardımcı olarak mı gelirler yoksa "durumları" yaratır ve "sömürtürler mi?

Bağımlılık

Bağımlılık iletişim kanallarını kullanma gereksinim ve güdüleriyle ilişkilidir: Bağımlılık kişinin isteyerek belli iletileri araması ya da iletişim kanallarını ibadet eder bir şekilde kullandığı zaman ortaya çıkar. Bağımlılık statik değil sürekli bir kavramdır, çünkü kişi iletişim kanalına veya iletilere değişen derecede bağımlı olabilir. Bağımlılık bireysel,

---

[39] *Burada, kültürel ve eğitim sistemlerinin görevlerinin iletişim araçlarının görevlerinden farklı olduğunu, birinci sistemlerin ikinciye benzer görevler yaparak ilgili kişilere seçenekler ileri sürmekteler.*

toplumsal, yapısal niteliklerin sonucudur. Televizyona bağımlılık kişinin sahip olduğu kaynakların yoksul olduğu (yalnız olan kişiler gibi) ve toplumsallaştıran ajanın kontrolü yüksek olduğu zaman büyük olur (Rosengren, 1986). Bağımlılık iletişim araçlarının kullanım şekillerine de bağlı olabilir. Bir çeşit bağımlılık iletişim Araçlarının içeriğini (herhangi bir programı) toplumsal fayda ve çevreye uyma gibi güdüler ve gereksinimleri doyuma ulaştırmak için isteyerek kullanmadan çıkar. Diğer bir çeşit bağımlılık iletişim araçlarını vakit geçirmek, alışkanlık ve kaçış gereksinimini karşılamak için kullanım sonucunda ortaya çıkar (McQuail,1983; Rubin, 1983,1984).

Toplumsal Sistemler ve Kullanımlar İlişkisi

Eğer kişiler iletişim araçlarına bağlanırsa, bu araçlar kişilerin temel gereksinimlerine ve amaçlarına hizmet ederler (Ball-Rokeach ve DeFleur, 1976). Fakat bu ilişki bu denli doğrudan değildir. Diğer izleyici temelli bağımlılık koşulları vardır: (a) İletişim araçlarının algılanmış ve nesnel varoluşu; (b) araçların toplumsal ve kültürel bakımdan ileti kaynağı olarak kabul edilmesi; (c) araçların ve içeriğin algılanmış faydası, (ç) görevsel alternatiflerin varoluşu, bilinci ve kabulü. Toplumsal sistemler bu alıcı temelli etkenleri etkilerler. Hükümetler iletişim araçları kaynaklarının varlığını, içeriğini ve görevsel alternatifleri düzenlerler. Kültürel sistemler ve özel çıkar grupları iletişim kanallarını ve içerik kullanımını belirlerler. Başka bir deyişle, iletişim araçlarını kullanma olanağı siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel sistemler tarafından başlangıçta sınırlanır. İzleyici, iletişim araçları ve toplum üçlüsü ilişkileri nedeniyle, toplumsal yapılar ve olaylar, iletişim araçlarının işleyişi ve izleyicinin kullanımı sürekli olarak değişir. Bu ilişkiler çoğalan etkiler ve sonuçlar üretir.

Görevsel Alternatifin Rolü

Genel olarak, gereksinim gidermede iletişim araçlarının "daha doğal olan yollara görevsel alternatif" olarak kullanıldığı kabul edilir. Gereksinimler ve çıkarlar ya en iyi şekilde sadece iletişim araçlar tarafından, ya eşit bir şekilde yine iletişim araçları ve başka alternatifler tarafından, ya da en iyi şekilde belli iletişim araçlarına alternatifler tarafından doyuma ulaştırılabilir. Eğer aracın hazır şekilde

varoluşu fazlaysa, o aracın algılanmış faydası da fazladır. Kullanımın toplumsal ve kültürel bakımdan kabul edilmesi fazlaysa, kullanılan aracın uygun bir alternatif olarak görülmesi de fazladır.

Görevsel alternatiflerin var olması toplumdaki enformasyon kaynaklarıyla ilişkilidir. Bu kaynakların dengesiz dağılımı "bilgi farkına" götürür. Bu, yeni teknolojilerin gelişmesi sonucu özellikle görünür. Belli sayıda enformasyon kaynaklarıyla sınırlanmış kişiler teknolojik enformasyon toplumunda etkisi görülebilecek bir şekilde az donatılmış ve az bilgi sahibi olmak zorundadır. Bireysel, statü ile ilgili ve yapısal niteliklerden çıkan bağımlılık, mümkün olan birkaç görevsel alternatif ve "enformasyon farkına" yol açar. Bilgi farklılığı iletişim kanallarının hem nicelik, hem de niteliğinden çıkar. Bilgi farkı çok eğitim görmüşle az eğitim görmüş insanların enformasyon elde etme farkıdır. Bazı araştırmacılar enformasyonun artmasıyla bu mesafenin kapanacağını, bazıları ise aksine artacağını savunmaktadır.

Kullanımlar, Bağımlılık ve Etkiler

Kullanım ileti araçlarının ve içeriklerinin seçimi, tüketimi, işlenmesi ve yorumudur. Gereksinimler ve motivasyonlar iletişim araçlarını toplumsal yapılar ve koşullar tarafından sınırlanan belli bir kullanmaya götürür. Bu durumda, kullanım içerikle sonuç arasında araya giren değişkendir ve "etkiler" olarak nitelenir. Bu durumda, temel ilgi belli şekillerde seçilen, tüketilen, işlenen ve yorumlanan "içerik" üzerinde toplanır. Dolayısıyla "etki" iletişim araçlarının içeriğinin isteyerek fayda için kullanılışının sonucudur. Diğer bir sonuç, iletişim gereksinim ve motivasyonlarının doyuma ulaştırılmasıdır. Örneğin, kişi çevreye uyma güdüsünü, yani bir etkinliği çevresinden alıp, bu çevre dışında olan alternatif bir etkinliğe dönüştürme ve böylece istenen faydayı elde etmeyi, tv haber ve enformasyon programlarını kullanarak sağlayabilir.

Kullanımlar ve Bağımlılık Modeli aynı zamanda kitle iletişimi etkisi konusunda "deneyci" bir çerçeve de getirir. Bir aracın bizim toplumsal konuları algılamamıza etkisi, aynı zamanda, bizim bu aracın sunduğu içeriği nasıl kullanacağımızdan etkilenir. Yani, Rubin ve Windahl kitle iletişimi sürecinde "etki" konusunu izleyiciye yükleme yerine, öteki iletişim öğelerini de ekleyerek bir denge kurmaya çalışıyorlar.

Modelle ilgili araştırmalar

Rubin ve Windahl'a göre en önemli sorulardan biri, "hangi araştırmalar Kullanımlar ve bağımlılık modeline dayandırılabilir?" sorusudur. Buna yanıt olarak da, modelin içerdiği öğeleri ve bunlar arasındaki bağların incelenmesini önermişlerdir ki, pozitivist-deneyci kuramın araştırmacıları bunu elli yıldır yapmaktadırlar. Bir örnek olarak da iki sav öne sürmüşlerdir:

Kişinin enformasyon arama stratejisi darsa ve alternatif kaynaklar arama ve kullanma motivasyonu (güdüsü/dürtüsü) zayıfsa, bu kişinin bir kaynağa bağımlılığı ve bu kaynak tarafından sunulan görüşle aynı çizgide olma veya görüşü kabul etme olasılığı daha yüksektir. Bu sav şu varsayımları önceden kabul etmektedir: (a) Zayıf dürtü, dar enformasyon arama stratejisi, tek kaynağa bağımlılık, bu kaynakla özdeşleşme etkenlerinin birbirlerini beslediği ki, bu, araştırmaya sadece psikolojik etkenleri ve kaynağın niceliği ve içeriğini katar. (b) Bu sav, kişinin enformasyon stratejisinin ve dürtüsünün zayıflığının nedenlerini iletişim kaynağının sayısına bağlar. Eğer kaynağın sayısı çoksa kişinin zayıflıktan kurtulacağını ima eder. Bu tür yaklaşım konuyu çok basitleştirmektedir. Anlamlı soru, bu basit ilişkinin varlığını araştırma yerine, enformasyon arama stratejisinin dar olmasına, kişinin alternatif kaynaklar arama dürtüsünün zayıflığına neden olan etkenlere yönelen sorudur. Ayrıca tek kaynağa bağımlılık fikrinin altında sayıca çokluğu niteliksel farklılığa bağlayan ideolojik çerçeve yatar. Eğer bu savın deneme ile elde edilecek sonucunu makro düzeyde yorumlarsak ve bunu mikro düzeyle birleştirirsek elde edeceğimiz sonuç çok açıktır: Otoriter sistemlerin iletişim, kültürel, toplumsal sistemlerinde veya "azgelişmiş ülke" ya da "azgelişmiş insanlarda" bu tür durumu görürüz. Buna çözüm, makro düzeyde serbest pazar sistemini kabul ve geliştirme ve mikro düzeyde kişiye daha çok kaynak olanakları sağlamaktır. Aynı görüşü Lerner ve benzerleri 1950'lerin sonlarında öne sürmüşlerdi. Örneğin eğer sadece tek bir dergi okuyorsa, daha çok dergi sağlamak; eğer "moda" dergisini okuyorsa, buna ek olarak "bugünün modası, gençlik modası, gelin ve moda, yaşasın moda gibi seçenekler sağlamak; eğer Kaynanalar dizisini seyrediyorsa, buna Kaynananın İftirası'nı eklemek.

Kısaca, kişiyi bu dar çerçeveden ve uyuşukluktan kurtaracak seçim özgürlüğünü sağlamak. Bunun ne denli sudan, fakat bazı egemen yapılar için ne denli işlevsel olduğunu anlamak o kadar zor değil.

İkinci sav, eğer kişinin enformasyon arama stratejisi daha geniş, var olan kaynakların nicelik ve nitelik karışımı daha iyi, görevsel alternatifler arama isteği daha güçlü ise, belli bir iletişim kaynağına bağlılık daha azdır ve bu aracın algıları, tutumları ve davranışları etkileme olasılığı da azdır. Bu öneri birinciye bağlıdır ve aslında gereksizdir. Bu öneride de, birincide olduğu gibi, en önemli öğe "belli bir iletişim kaynağına bağımlılık veya bağımsızlıktır." Bu ikinci savın doğal sonucu şudur: Çok kaynağın olduğu bir çevrede tutumlar ve davranışlara kitle iletişim araçlarının etkisi hemen hemen hiç yoktur. Bu bizi geriye, aktif izleyici ve az etki görüşüne götürür.

Önemli bir başka sonuç da bu modelin getirdiği gerçek bir yenilik olmadığıdır. Kuramda söylenen şu: Özgür ülkelerde toplumsal siyasal, kültürel, ekonomik ve kitle iletişimi sistemlerinin getirdikleri "sınırlamalar" gerçekte bireylerin olanaklarını ve yeteneklerini geliştirme yönünde çalışır, bireysel sistemler kendi etkilerini kendileri arayan serbest mekanizmalardır. Öte yandan, otoriter sistemlerde getirilen sınırlamalar kişilerin bireysel etkenliğini ve seçme olanaklarını azaltır ve iletişim sistemi izleyicilere etkide merkezi rol oynar. Bu ikinci tür sistemlerde, pasif izleyici ve güçlü iletişim araçları görüşü geçerli olur. Rubin ve Windahl mikro fonksiyonalizm ile makro fonksiyonalizmi birleştirmeye çalışmışlar; sonuçta fonksiyonalizmin çıkmazına girmiş ve araştırma önerilerinde zorunlu olarak mikro düzeye dönmüşlerdir.

MCQUAİL'İN YANYOL MODELİ

McQuail (1984:186) kullanımlar ve doyumların "anayolun faydacılık" ve "belirleyiciliğe (determinism)" yöneldiğini ve her çeşit içerik tüketiminin bireysel gereksinim doyumunda bir yeri ya da amacı olduğunu varsaydığını belirtmiştir. Bu "anayolun" yanında kültürel bir "yanyolun" belirleyici ve faydacı davranışçılığın sınırını genişleteceğini savunmuştur. Bu modelde, kültürel deneyim (=iletişim aracını kullanırken olan şey) "genelleştirilmiş karışma, uyanma veya zapt etme süreci" olarak işlenir: Bu deneyimi gözlemleyen araştırmacı için

bu süreçte çeşitli derecede "kendini vermeden/kaptırmadan" başka görülebilecek çok az bir şey vardır. İzleyici/okuyucu için bu deneyimin en göze çarpan yanı "bir şey içinde kaybolmuş olma, karışmış olma, büyülenme, dalma, kendinden geçme veya heyecanlanma veya heyecanlandırılmanın" farkında olmadır. Bu farkında olmanın ifadesi içeriğin komedi, trajedi, macera veya aşk hikayesi olmasıyla değişir. Fakat bu çeşitli ifadelerle ne denmek istendiği ve zihinsel ve fizyolojik bakımdan neyin denendiği arasında bir benzerlik olduğu görülür. Bu deneyimin özü izleyiciyi (okuyucuyu ve dinleyiciyi) o anki sıkıntılardan, günlük yaşamın monotonluğundan zihinsel bakımdan kurtarmak ve aksi takdirde mümkün olmayan yeni hayali deneyimlere sokmaktır. Bu nedenle, kitle iletişim aracı kültürel deneyim potansiyeli bakımından düş gücüne veya onun yerini alan, önemli bir yardımdır. Bu deneyim kişiye zevk, kızgınlık, heyecan, üzgünlük ve merak gibi çeşitli duygusal deneyleri ve zihinsel durumları kullanmasını sağlar. Ne zaman bir drama, hikaye veya hayret verici şey içinde "yakalandık" veya "zapt edildikse," biz aynı zamanda sadece sıkıntıdan ve ilginç olmayan gerçeklerden değil kendi geçmiş ve geleceğimizden de "kesilip ayrılmış" oluruz (McQuail,1984:187). [40] Bu alıkonma, kesilme, zapt edilme gibi olumsuz olarak nitelenebilir; fakat McQuail bu "ayrılmayı" olumlu niteleyebileceğimizi söylüyor: Bu kültürel deneyime girmenin (örneğin roman okuma süreci) zevkli ve bilinçli amacının bir parçasıdır. Bu deneyi aramakla, gelecek düşüncesi olmadan, bir başka yerde ve bir başka kişi olmak isteriz.

McQuail "Yanyol" modelini kültürel model olarak adlandırmıştır. Bu modelde kültür iki anlamda kullanılabilir. Birincide, genel anlamda bir gruba, halka ya da toplumun bir parçasına ilgisi olan veya kullanıma hazır olan uygulamalar ve nesneler olarak görülür. Örneğin "zevk kültürü" bu anlamda kullanılmıştır ve az çok yapısallaşmış tercihler grubunu ifade eder. İzleyici sadece maddi olarak varolan veya toplu durum ve koşullar nedeniyle bilinen ve elde edilebilir olanlar, hakkında bilgisi olduğu şeyler arasından seçim yapabilir. Kültürel farklılık kitle

---

[40] *McQuail aslında, düzeyi çok düşük ve çöplük olarak nitelenen içeriklerin teşvikini ve savunmasını yapıyor.*

iletişim aracı kullanmada önemli bir öğedir, çünkü tercihte yönelten veya kısıtlayan bu kültürel farklılıktır. Bu, sınıf ve toplumsal konumla ilişkili olabilir, fakat genel olarak, bireysel yetenek, ustalık veya kültür için herhangi bir "gereksinimden" çok yakınlık ve aşinalık ile ilgilidir.

İkinci anlamda, kültür "bireysel zevktir". Muhtemelen belirsizliği ve öznel psikolojik durumu anlattığı ve değer yargısı taşıdığı anlamına geldiği için Anayol buna önem vermemiştir. Kültürel zevk toplu kültürün sundukları arasında tercihe anahtardır ve aslında keyfi ve anlaşılmazdır. Eğer anlaşılır olsaydı, tercih türü, konusu ve yazarı farklılıklarını açıklardı. Tümüyle rastlantısal olmadığı açık; örneğin "macera" ve "romantik" arasında seçmede erkeklerle kadınlar arasında fark vardır, bu farklılık rastlantısal değil, fakat kızları küçük yaştan itibaren romantik içeriğe yönelten toplu kültürel dağıtımın bir yanıdır. Zevk, içerik ve kullanım alışkanlığı ile ilişkilidir ve çoğu kez içerik ile tanımlanır. Medya araçları içeriği (ve kültürel üretimin çoğu) zevkler ve tahmin edilen tercihler hakkında bilgiye göre hazırlanır.

Modelde, "genel katılma umudu, zevk ve doyum" kolayca farklı şeylerle birleştirilebilir ve böyleče bu şeylerin tanım, ya da bu şeylere karşı olan yönelim olarak kullanılabilir; örneğin, bir konu, tarz veya çeşit, araç, gerçek bir araç deneyi (film, televizyon seyretme, okuma), yazar veya sanatçı, belli bir eser. Bu konuda modelin kullanımlar doyumlardan farkı yok, çünkü kullanımlar doyumlar araçları ve içerik farklarını ayırt etmek için doyumları vs. kullanır.

Model, kullanımlar ve doyumlarda da olduğu gibi "ardışıktır." Çünkü kültürel deney arama ve zevk kalıbı gibi, gerçek katılmadan önce gelir. Gerçek araç deneyi (bir programı seyretme) gelecekteki kültürel sonuçlar ve içeriğin şekli ve elde edilen doyumun derecesine bağlı olan diğer sonuçlar ile belli bir miktar bilince ve olan şeyin üzerinde düşünmeye götürür.

Ana ve yanyollar beraberce belli bir bütünü oluşturmada birbirine bağlıdır ve ilişkilerinde, yanyollar anayollara ve anayollar yanyollara karşı bir alternatif değil "görevsel" tamamlayıcıdır. Kısaca, McQuail'in yaklaşımı, önemli bir yanyolun haritasını çizerek anayola hizmet etmektedir.

BÖLÜM X

KÜLTÜR VE KİTLE İLETİŞİMİ

KÜLTÜR TANIMLARI

Her tanım önemlidir, çünkü tanım incelenen araştırma problemine, yöntemine, yorumuna ve kamu politikaları konularına etki eder[41]. Kültürün birçok tanımı vardır ve hiç bir tanım üzerinde ortak bir görüş yoktur. 1952'de Amerikan antropologlarından Alfred Kroeber ve Clyde Kluckhohn kültürün 162 tanımını yapmıştır (*Gudykunst, 1997).* Kültür insan yapısı her şey olarak görülebilir (örneğin, Herskovits, 1955, *aktaran Gudykunst, 1997*). Bazıları için paylaşılan anlamlar sistemidir (örneğin Geertz, 1973). E. T. Hall'a göre (1959:9) kültür iletişimdir ve iletişim kültürdür. Birdwhistell (1970:318, *aktaran Gudykunst, 1997*) ise kültürün yapı, iletişimin ise süreç üzerinde odaklandığını belirtir. Kültürün modern tekniksel tanımına göre, kültür sosyal bakımdan kalıplaşmış insan düşünce ve davranışıdır. Bu tanım aslında 19. Yüzyıl İngiliz antropologu Edward Tylor tarafından önerilmiştir.

Kültürün çeşitli tanımlarının gruplandırılması aşağıdaki gibi yapılabilir. Fakat gruplandırmalar, sınırları kesin olarak belirlenmiş, birbiriyle geçişsiz gruplandırmalar olarak düşünülmemelidir.[42]

Konusal: Kültür, sosyal örgütlenme, din veya ekonomi gibi, konular veya kategoriler listesindeki her şeyi içerir.

Tarihsel: Kültür gelecek nesillere aktarılan sosyal miras veya geleneklerdir. Kültürün nesilden nesle aktarılması özelliğinden dolayı, kültürü bazı antropologlar (Kroeber, 1917 ve White 1949) onu insan taşıyıcılar ötesinde var olan süper organik varlık olarak ele almışlardır. İnsanlar kendilerinden önce var olan kültür içine doğarlar ve kültür tarafından şekillendirilirler. Öldüklerinde bu kültür devam eder. Bu tür kültür anlayışı insanı sadece taşıyıcı durumuna sokarak, insanın kültürü yaratma ve değiştirme potansiyelini ortadan kaldırır. Kültür,

---

[41] *Kültürle ilgili ayrıntılı bilgi için bkn Alemdar ve Erdoğan (2005).*
[42] *Gruplandırma Bodley (1994) tarafından yapılmıştır.*

tam aksine, gerçek bir varlık değil, sadece bir soyutlama olarak tanımlanır. Bu tanımlamayla, yerel ve etnik grupların egemen kültürel yapılar tarafından yok edilmesi meşru görülür.

Davranışsal: Kültür paylaşılan, öğrenilmiş insan davranışıdır; yaşam yoludur. Kültür öğrenilmiştir, biyolojik olarak miras kalmaz. Beyazın saflığı ve siyahın karamsarlığı veya üzüntüyü ifade etmesi doğuştan gelmez, fakat öğrenilir. Bir yiyecek veya içecek gereksinimi fizyolojik bakımdan ele alınabilir. Fakat belli bir yiyeceği, içeceği veya giyeceği tercih genetik olarak açıklanamaz. İnsanlar kültürü öğrenir. Kültür her öğrenilmiş davranış içinde vardır. Öğretilen ile öğrenilen arasındaki ilişki mutlak olmadığı ve yeni buluşlar çıktığı için, kültür sürekli değişim durumundadır.

Normatif: Kültür idealler, değerler veya yaşam kaideleridir.

Fonksiyonel: Kültür çevreye uyma veya birlikte yaşama problemlerini çözme yoludur.

Mental: Kültür insanları hayvanlardan ayıran fikirler veya öğrenilmiş alışkanlıklar birleşimidir. Bazı antropologlar kültürü tümüyle davranışı yöneten mental kaideler olarak tanımlar. Dolayısıyla, bazı araştırmacılar insan davranışı ve materyal ürünlere dikkat ederler. Kültür en azından üç öğeyi içerir: insanların ne düşündüğü, ne yaptığı ve ürettikleri materyal ürünler. Dolayısıyla, mental süreçler, inançlar, bilgi ve değerler kültürün parçalarıdır.

Yapısal: Kültür kalıplaşmış ve birbiriyle ilişkili fikirler, semboller veya davranışlardan oluşur.

Sembolsel: Kültür aynı zamanda paylaşılan, öğrenilmiş, sembolsel, kuşaktan kuşağa aktarılan, genel olarak alışılan ve bütünleşiktir. Paylaşılan olunca, bireye özgü bir davranış kültürel değildir. Keyfi olarak atanmış sembolsel anlamları içerir. Kırmızı gülün, kola sarılan siyah bandın ve işaret parmağını yukarı kaldırmanın anlamları sosyal bakımdan atanmıştır ve öğrenilir. Ayrıca, evrensel kültürel sembol de değildirler. İnsan herhangi bir objeyi, davranışa veya duruma keyfi olarak anlamlar yükler. İnsan böylece kendi sembollerini yaratır. Kültür anlamlandırmayla ilişkilendirildiğinde, dil, ilkel kavimlerden günümüzdeki post-modern toplumlara kadar, toplumu organize eden birincil yol olarak ortaya çıkar.

Kültür insanın nesnel bir gerçeğidir. Gözlemlenebilir bir fenomen ve insanların kendine özgü sahip olduğudur.

Eğer öğrenme süreci bir kültürün temel karakteriyse, dolayısıyla öğretme de çok önemli bir karakteri olur. Dolayısıyla, kültürün nasıl öğretildiği ve yeniden-üretildiği kültürün önemli bir parçası olur.

Kültürün anlamlandırma sistemleri oluşu, onun "kabul edilmiş anlaşmalar" ve "anlaşma süreçlerini" içerdiğini anlatır. Toplum bir kelime, davranış veya diğer semboller ile onlara tekabül eden anlamlar arasındaki ilişkiyi kabul etmelidir. Anlam verme sistemi evrensel ve asıl olmayan ilişkileri içerdiği için, (örneğin "ev" simgesiyle fiziksel olarak var olan ev arasında asıl bir bağ olmadığı için), farklı toplumlar kaçınılmaz olarak farklı ilişki ve anlamlar üzerinde anlaşacaklardır. Örneğin, Türkçede ev, İngilizcede house, fiziksel bir yapıyla ilişkilendirilecektir. İngilizcede "home" kavramından farklı bir anlam ve ilişki anlatırken, Türkçede "home" kavramı karşılığı gene fiziksel bir yapıyı anlatan ev olacaktır. Dikkat edilirse kültür farklı biçimlerde ve farklı öğelere ağırlık vererek tanımlanmaktadır. Bu kitabın yazarlarına göre, kültür kavramı yukarıda sıralanan bütün öğeleri içerir. Kültür yaşayan insanın kendini ve toplumunu materyal ve zihinsel olarak üretme yoludur. Dolayısıyla, toplumun (yaşayan insanların) kendini belli yer ve zamanda nasıl ürettiği — üretim biçimi ve ilişkilerinin bütünü – aynı zamanda onun kültürünü oluşturur. Kültürün değişimi bu biçim ve ilişkilerdeki değişim ile gelir. Toplumu belli bir egemen üretim biçimine tekabül eden siyasal birim olarak ele aldığımızda, bu birimin kendini üretim ve ilişki biçimleri kendi egemen bilinç ve egemen kültürünü yaratacaktır. Bu ilişkiye tabi olan grupların veya sınıfların bilinç ve kültürleri bu ilişkinin doğasına göre şekillenecektir. Bu şekillenme de kendini boyunsunma, entegre olma veya mücadele ve karşıtlık gibi biçimlerde gösterecektir. Dolayısıyla, siyasal birim içinde kaçınılmaz olarak, egemen olanla birlikte, bu egemenliğe özenen, imrenen, onu onun gibi olmak hayalleriyle gıptayla kıskanan, ona karşıt olan ve ona karşı mücadele eden kültürler de olacaktır. Bu kültürler mental sürecin değil, mental sürecin oluştuğu bir materyal ilişkiler yapısının bir tarihsel sonucudur. Günlük gereksinimimizi karşılayan bir ekmeğin üretim biçimi ve bu biçimdeki

(bizim de dahil olduğumuz) ilişkiler ile sadece ekmek, ekmeğin üretilme biçimi, bu biçimle gelen ilişkilerin doğası üretilmez, aynı zamanda bütün bunlarla oluşan ve bunlara çeşitli şekillerde reaksiyon gösteren insanın bilinci ve kültürü oluşur, tutulur, sürdürülür ve değiştirilmeye çalışılır. Sosyal birim içinde veya birimler arasındaki kültürel farklılıklar doğal ve nesnel dünyanın evrensel gerçeği değildir. Farklılıklarla yaşanmıyorsa, bunun nedeni anlayışsızlık, kültürel bağnazlık, kıskançlık, ön yargılı olma gibi düşünsel nedenler değildir. Düşünsel nedenlerin beslendiği ve beslediği örgütlü yapılar ve ilişkiler vardır. Yaygın bir şekilde yoksulluğun ve yoksunluğun üretildiği bir sosyal üretim ve ilişkiler düzeninde, farklılıklarla yaşama ancak farklılıklarla yaşatmayla sağlanabilir.

KÜLTÜR VE İLETİŞİM BAĞI

Kültür ve iletişim birbiriyle kaçınılmaz bağla bağlıdır. Kültürün materyal veya zihinsel üretimi ancak iletişimle olabilir. Kültür iletişimden geçerek üretilir. İletişimin doğası iletiştiği kültürü anlatır. El ele dolaşan iki erkek arkadaşın kendileri arasında ve dışa iletiştiği kültürel anlam yer ve zamana bağlı olarak değişir. Bir yer ve zamanda, bu el tutuşma ilişkisiyle iletişilen kültür yakın arkadaşlığı anlatırken, başka bir yer ve zamanda, homoseksüel ilişkiyi anlatır. Bir fabrikatörün "binlerce işçim var, binlerce aileyi besliyorum" diyerek övünmesi bir endüstriyel kültürün kendine bakışı ve kendini kendisi için ve bilinç yönetimi amaçlı anlatışıdır. Bir işçinin fabrikatörün bu sözüne bakıp, "Allah başımızdan eksik etmesin" deyişi, bu endüstriyel yapının yarattığı sahte-bilinçle getirilen bir katılım kültürünü anlatır. Bir başka işçinin "adam, binlerce aileyi yoksun ve yoksul bırakıyor" demesi ise, bu ilişkiyle üretilen bir karşı kültürü anlatır. Geleneksel kuram ve araştırmalar bu tür bağları asla kurmazlar. Dolayısıyla, kültür ve kitle iletişimi konusunu anlamlandırma da farklı yaklaşımlara göre değişir. Her yaklaşım medyanın toplumdaki rolünün farklı yanını ele alır ve işler. Yeni-Weberciler kültürün üreticileri üzerinde durur. Yeni-Marksistler kültürün sembolsel içeriğine bakarlar. Yeni-Durkeimciler kültürün kamusal alımlanmasına eğilirler (Schudson, 1986).

Kitle iletişim araçlarının baskınlığı altındaki egemen kültür uyma üretir. Bu görüş liberaller ve radikaller arasında çok uzun yıllar egemen olmuştur ve olmaya devam etmektedir.

Kitle iletişimi ürünleri kültürel olarak nitelenir ve kültür ve sanatla ilişkilendirilir. Örneğin sinema bir sanat ve kültür olarak ele alınır ve incelenir. Gazete kültürü iletir ve kültür hakkında yazar. Kültür hakkında yazış tarzı da bir kültürel ifadedir. Televizyon kendisi kültür aracı olarak düşünülür. Kitle iletişiminin kendisi bir kültürü anlatır. Kapitalist okullarda kültür daima yaygın olarak işlenen bir konu olmuştur. Bu bağlamda kültüre yaklaşımlar, "kitlelerden korku ve durdurma" çabası içinde yer alır ve siyasal-kültür, sosyoloji, antropoloji, edebiyat, dil ve sosyal-psikoloji gibi alanlar içine yayılır.

20. yüzyıla başlarken kültür ile ilgili egemen gündem alçak (kitle kültürü) ve yüksek kültür (elit kültürü) tartışmaları üzerindeydi. Sosyal psikologlar, örneğin Muzaffer Şerif, (Sosyal kurumların Psikolojisi), R. Linton (Kişiliğin kültürel ardı) gibi kültür ve kişi ilişkisi üzerine eğildiler. Sosyal psikoloji ve kültürel-antropolojinin yanında, sosyolojide Parsons, Shils ve Merton'un görevselci kuramının etkisinde iletişim ve medya kültürel çerçeve içinde (=değerler, fikirler, sembolik anlam kalıpları) ele alındı. DeFleur ve Ball-Rokeach (1989) kültürü "gelecek kuşaklara aktarılan yaşam sorularına yanıt" olarak ele alarak görevselci geleneği günümüze uzattı.

İlginç olan değişim, 1940'ların başlarında gelmeye başlamıştır. Bu değişim, kitle iletişim araçlarının "uyaran-tepki modeline" dayanan güçlü etkisinden, dolayısıyla kitle toplumu düşüncesinden uzaklaşma olarak nitelenir. Bu değişimle ilgili araştırmalara örnek olarak Ruth C. Peterson and L. L. Thurstone'un "*Motion Pictures and the Social Attitudes of Children*"; Herbert Blumer and Philip M. Hauser'in "*Movies, Delinquency, and Crime*"; Hadley Cantril'in "*The Invasion From Mars*"; Bernard Berelson, Hazel Gaudet ve Paul Lazarsfeld'in "*The People Choice*"; Elihu Katz ve Paul Lazarsfeld'in "*Personal Influence*" verilir. Bu değerlendirmede aranan veya amaç, kitle toplumundan uzaklaşmak değil, endüstriyel materyal ve düşünsel üretimi kitleler halinde tüketen kitlelilerin var olmasıdır. Eğer tüketen kitleler yoksa konu kitle iletişim araçlarıyla, reklamlarla,

propagandayla, eğitimle ve halkla ilişkilerle nasıl yaratılacağı olur. Bu ve bundan sonraki araştırmacılara verilen dolarların amacı "etkinin kaç aşamadan geçtiğini, dolaylı olup olmadığını" bulmaları için değil, etkinin kimlerden ve nasıl geçerek oluştuğunu bulmak ve böylece yeni iletişim stratejileriyle kontrol mekanizmaları kurarak arzulanan kitleyi elde etmek ve tutmaktır. Bu araştırmalar uyaran ile tepki veren arasında algısal uyum faktörleri, grup üyeliği, sosyal ağlar, atfetme, kaçınma, yaklaşma, kararı etkileyen diğer kapı tutucular gibi "ara etkenlerin" girdiğini buldular. Bu bulgulardan etkinin dolaylı ve hatta zayıf olduğu akademik çevrelerde sunulurken, aynı anda etkinin bu bulgular yardımıyla nasıl güçlü ve yaygın olarak sağlanabileceği üzerinde durulmaya başlandı. Amaç akademik alanda zayıf etki kuramları geliştirilirken ve böylece kitle iletişim sistemi "kötü kültürel etkiler" konusunda sorumluluktan arındırılırken, endüstriyel alanda etkiyi maksimum bir şekilde sağlama yolları aranmaya devam etti. Amerika'da yapılan alan ve laboratuar araştırmaları aynı anda bu iki amaca/sonuca hizmet etmek için tasarlanmıştır.

Kitle toplumu görüşü geçersiz sayılıp, böylece demokratik çoğulcu ve özgür olan ve rasyonel karar veren insanlar efsanesiyle desteklenirken, sosyolojide homojen bir toplum görüşü ortadan kalkmadı. Örneğin, 1950'lerde W. Whyte "*The Organization Man*" ve D. Riesman "*The Lonely Crowd*" yapıtlarıyla, büyüyen sosyal homojenliği kitle iletişim araçlarının gelişmesine de bağlamışlardır. Whyte'a göre, yeni "sosyal etik" eğer kitle iletişim tarafından yaratılmadıysa, kitle iletişiminin egemen teması olan "sisteme kendini uyarlama" ile tutulmakta ve sürdürülmektedir. Riesman "diğer yönelimli" kişiliğin özellikle orta sınıf bürokratlar ve endüstride maaşlı çalışanlar arasında yaygınlaştığını, bunun içsel değerleri ortadan kaldırdığını ve onun yerini güncel ve moda olanın tasvibini alma yöneliminin egemen olduğunu belirtmektedir (Pearson, 1993). "Diğer" endüstriyel yapılar ve onların bilinç yönetimi aygıtları tarafından tanımlandığında, (iyiler ve değerliler tele voledekiler, kötüler ve değersizler günlük haberlerde cinayet işleyenler, kaza yapanlar, üfürükçüler, sahte doktorlar gibi aşağı sınıfların insanları olarak sunulduğunda), artık özgür ve bağımsız bireyden ve çoğulculuktan

bahsetmek anlamını yitirir ya da çok özel bir anlama gelir. Eğer bu nitelemeler anlamlı geliyorsa, bunun nedeni anlamlı olduklarından değil, anlam kaydırılması ve bilinç yönetiminden dolayıdır.

1960'larda, kalkınma kuramcıları kültür ve modernleşmek için gelenekselden "çağdaş" kültüre değişim üzerinde durmuşlardır. Ancak 1970'lerde kültür konusu yaygınlaşmaya başlamıştır. 1980'lerde tutucu okulun kültür yaklaşımlarına liberal çoğulcu eğilim egemen olmaya başlamıştır. Amerikan kültürel incelemelerinin Marksist görüşe daha sempatik olan akademisyenlerinden Carey'e göre (1975), kültür "süreçtir ve iletişim gerçeğin üretildiği, muhafaza edildiği, tamir edildiği ve iletildiği sembolik süreçtir. Carey (1989) Amerikan kültürel incelemeleri "kültürü ideolojiye ve sosyal-çatışmayı sınıf çatışmasına indirgemeksizin" yapılarak geliştirilebileceğini öne sürmüştür. Liberal kültürel yaklaşımcılar kültürü ortaklaşa biçimlenen ve tutulan, sembolik ifadelere açık, düzenlenmiş ve farklı şekillerde değerlendirilen, sistematik biçimde kalıplaşmış, dinamik, zaman ve yer içinde iletişilebilen karakterlere sahip olduğunu belirtirler (McQuail, 1994:96).

Kitle iletişimi araçları liberaller, etik konusunu işleyen teolojik güçler ve kültürel-sağcılar tarafından "kültüre yaptıkları" kötü etkiler, özellikle duygularımızı törpülemesi, zevklerimizi bayağılaştırması, yanlış duyarlılıklar vermesi ve aynılıklar yaratması gibi nedenlerle sürekli eleştirilmiştir ve bu eleştiriler devam etmektedir. Kitle kültürü egemen yaklaşımların hepsi tarafından eleştirel ve negatif bir şekilde ele alınmaz. Bazıları kitle kültürü perspektifini elitlerin kültürel aygıtlar üzerindeki kontrolü tutma niyeti olarak eleştirir. Kitle iletişimini tarihin hiç bir döneminde insanların sahip olmadığı ölçüde eğlence ve olasılıklar veren kültürel "cornicopia" olarak görür.[43] Kitle iletişiminin sunduğu çeşitlilik ve kalitenin, örneğin Amerika'yı "kitle iletişim teknolojileriyle aracılanmış altın çağa" getirdiği ileri sürülür. Bu görüş günümüzde ana damar post-modern çoğulcu görüşle devam etmektedir. Kitle iletişiminin bu tür övgüsüne 20. yüzyılın yarısından bir

---

[43] *Cornicopia Yunan mitolojisinde Zeus'un emdiği, kırılıp meyvelerle doldığı keçiboynuzu anlamınadır. Folk kültüründe kişinin isteğiyle dolan dilek kutusu olarak kullanılır.*

örnek olarak David M. White (1957 aktaran Reisman, 1993) görülür. White destekleyici bir tonla Kitle kültüründe yakında Shakespeare'in kendi çalışmalarının televizyon sayesinde oturma odamıza geleceğini, Thucydides'in tarihsel yönteminin televizyonda tartışılacağını, Bach'in yaygın bir şekilde dinleneceğini, ucuza alınabilecek Goethe veya Tocqueville'in Mickey Spillane korku romanı yanında yer alacağını müjdelemektedir.[44]

Bu müjdeyi bu tür teknolojik yenilikleri ve kullanımlarıyla gelen Amerikan kültürünün niceliksel ve niteliksel "olağanüstü" çeşitliliği "iyimser" bir şekilde yorumlayan Alvin Toffler gibiler de vermişlerdir.

Kitle kültüründe, hem çoklu parçalanmalar hem de homojenlik egemendir. Kültürel parçalanmalar oldukça anlamsız yaşam stili seçimlerinde olmaktadır. Bu seçimler çoğu kez gerçek yaratıcılıktan, enerjiden ve öznellikten yoksundurlar; fakat kültürel farklılık olarak sunulur. Yiyecek, içecek, giyecek ve beyaz eşya seçme sanki bireysel yaratıcılık ve kişinin özgür ifadesi gibi değerlendirilir. Reklamlardan, indirimlerden, modadan, markadan, yaratılmış statüden vb geçerek yapılan tercihlerin öznelliği kişinin kendinin yarattığını sandığı fakat tekelci homojenliğin ve standartlaşmanın öznellik imajı satan sahte-öznelliğidir. Kapitalist endüstriyel yapılardan geçerek var olan farklılık ve çokluk, McDonalds'daki gibidir: Standart özel paketlerde sunulur.

Toplumlar modernleştikçe insanların bireysel gelişme ve doyum peşinde gitmesi artan bir şekilde yaygınlaşır. Emile Durkeim'in "bireyleşme" (individuation) olarak isimlendirdiği bu süreç uymaya ters düşüyor görünür.

Çokluk/bolluk günümüzde en yaygın iddia edilendir. Fakat aslında temel konu sayı değil niteliktir. Kitle iletişim araçlarında sunulan "çokluğa" bakıldığında, niceliksel çoklukla gelen yeknesaklığın egemen olduğu görülür. Medya nicel bakımdan sayısız sosyal çatışma, drama, bireyci davranışlar ve bireylerin sistem hakkındaki şüpheleriyle ve eleştirileriyle doludur. Bu eleştirel ve bireysel çoğulculuk aslında sistemin yapısına aykırı değildir. Medya'da

---

[44] *Elbette yer alacaktır; fakat sorun var olması ve ucuz olması değil, sorun kimin neyi neden kullandığı ve kullanmadığıyla gelmektedir.*

karakterler, özellikle başrolü oynayanlar (haber sunanlar dahil) siyaset, ekonomi ve kültür konularında eleştiriler sunmaktadır, fakat var olan siyasal, ekonomik ve kültürel yapıların meşruluğu hakkında karşıtlık görülmez. Sistemin çalışmadığını ve aksadığını belirtenler meşruluğu değil, aslında iş yapış şekillerini eleştirmektedir. Kitle iletişimindeki standartlaşmış çoklukta yer aldıkça, yaşam stili daha da bireyselleşir. Bu yer almayla, aynı zamanda, temel tüketici seviyesinde birbirimize daha çok benzeriz. Bu durum bağımsız bireylerin kitle kültürünün "beyinsiz" homojenliği üzerindeki zaferinden çok uzaktadır. Bir o kadar da, birbirinden ilişkileri kopmuş insanlar, öznel altkültür çevreler içine bölünmelerden de uzaktır. Bu durum yeni bir trajik kültürel kutsallaştırmayı temsil eder. Bu kutsallaştırmada kolektif inançlar artık gelenekler ve dinden soyulmuştur. Onun yerine tüketici bireyin tercihler tanrısı yükseltilmiştir. Çeşitli ürünleri tüketerek, ayrı yaşam stillerini yaşayarak, kendini-ifadenin bireyselleşmiş biçimlerini takip ederek, uyma içinde öne eğilirler. Kitle kültürünün yerini bireysellik taslayan standartlaşmış popülerlik alır.[45]

Kültür anlayışına özellikle 1950'lerden başlayarak artan bir şekilde kültürlerarası iletişim eklenmiştir. Bunun temel nedeni Amerikan işadamlarının dışarıdaki ilişkilerinde diğer kültürleri anlama ve iletişim stratejileri ve kontrol mekanizmaları kurma gereksinimidir. Kültürler arası iletişimde diğer kültürler, kültür farklılık ve benzerlikler araştırılmıştır. Ulus kurma konusunda geleneksel kültürden modern kültüre geçiş gerekliliği öne sürülmüştür. Günümüzde ise, geçiş ve dönüşüm konusu terkedilmiş, onun yerine küresel-yerelleşmiş çoğulcu küresel dünyada kültürel farklılıklarla yaşama ideolojisi egemen olmuştur.

Marks'tan etkilenen okulların yaklaşımında kültür ve iletişim ve de ikisi arasındaki bağ, bu bölümdeki görüşlerden farklı bir şekilde ele alınmıştır. Bu ele alış zengin, ince, titiz ve kuramsal bakımdan anlamlıdır: Medya sistemi kültürün üretimi içine yerleştirilir ve bireysel kullanım ötesinde incelenir. Medya sistemi sosyal bakımdan örgütlenmiş kültür üreten kurumlardan biri olarak irdelenir. Bu

---

[45] *Ayrıntılı bilgi için bknz: Erdoğan (2001).*

kurumlar ve kitle iletişim araçları kültürel üretimin yollarıdır/araçlarıdır. Hepsi birlikte bilinç biçimleri, düşünme yolları, duygu ve duyarlılık şekilleri, neyi ne için yaptığımız arasında bağ kurmayı üretirler. Çoğu kez kültür ve kitle iletişimiyle ilgili bu tür yaklaşımlarda Adomo, Benjamin, Gramsci, Horkheimer, Marcuse, Lukacs, Faucault, Habermas, Bourdieu, ve Williams ile başlanır. Bazıları için Herbert Schiller, Stuart Ewen, Dallas Smythe, Vincent Mosco ve David Gross daha kolay anlaşılır bir başlangıç olarak gelebilir. Diğer bazıları için İngiltere'den Graham Murdock, Peter Golding, Nicholas Garnham ve Stuart Hall bir başlangıç olabilir.

Kitle kültürü düşüncesi günümüzde Marksist epistemoloji tarafından etkilenmiş yaklaşımlarda zengin ve ayrıntılı bir şekilde işenmektedir. Örneğin T. Gitlin gibi yeni kitle kültürü perspektifi savunucuları konuyu Gramsci'nin "ideolojik hegemonya" bağlamında ele alırlar. Bunu kitle iletişimine uygularlar ve medyayı güçlü endüstriyel ve siyasal elitlerin sistematik bir şekilde kendi amaçlarına uygun bir şekilde egemen düzene kitlelerin katılmasını (mass concent) sağlamak için kullandıklarını belirtirler.

YÜKSEK VE ALÇAK KÜLTÜR

Kültür ile ilgili incelemeler bu son yüzyılda hiçbir zaman tek bir akademik disiplin içinde sınırlı kalmamıştır. Kültürel antropologlar, sosyologlar, sosyal-psikologlar, siyaset bilimcileri, iletişimciler, tarihçiler, siyasal ekonomistler ve sosyal bilimlerin hemen her bölümü kültür ile ilgilenmişlerdir. 20. yüzyılın başından beri tartışılan kültür konusundan biri de alçak ve yüksek kültür tartışması olmuştur. Bu tartışma günümüzde de "kaliteli niteliği ve egemenliği" sürdürmek isteyenler tarafından savunulmaktadır: Televizyon ve kitle kültürünün "bayağılığı" ve "toplumsal değerlere tehlike olduğu" ileri sürülmektedir.

Tutucu okulların en tutucu (ve gerici olarak nitelenenleri) kültüre yüksek veya alçak gruplaştırması içinde yaklaşmışlardır. Yüksek kültür denince akla ilk gelen isim Matthew Arnold'dur (1822-1888). Şair, eğitimci, okul müfettişi ve edebiyat eleştirmeni Matthew Arnold kültürü sağlıklı demokratik devletin önemli öğesi ve "dünyada düşünülen ve söylenen en iyiyle kontak" olarak gördü. Matthew'e göre kültür

güzellik, zeka ve mükemmellik gibi karakterlere sahiptir. Bu karakterleri bütün insan toplumları için aynı olarak varsayar. Daha iyi bir dünya ancak daha çok insanın bu kültürü paylaşmasıyla mümkündür. Bu "kültürel elitizme" göre, alçak kültürün büyük kısmı köşede bucakta yer alan, ciddiye almaya bile gerek olmayan değersiz bir sosyal olgudur. Alçak kültürü temsil eden popüler veya kitle kültürü bayağı, değersiz ve zararlıdır. Bu bağlamda, "alçak kültürlerin" medeni toplumun mahvı yönünde çalıştığı ve modern toplum için büyük bir tehlike olduğu sürekli vurgulanmıştır: Örneğin, Oswald Spengler (1980), *Batı'nın Gerilemesi* (The Decline of the West) adlı kitabında, 1900'lerin başında, batının "sonbaharı" yaşadığı ve beyaz olmayan ırkların, özellikle "sarı tehlikenin" Avrupa'yı yıkacağını savundu. Buna benzer görüşü Pareto, Nazi Alman aydınları ve sonra Ortego Y. Gasset ve T.S. Eliot gibiler de paylaştılar. Başta liberal ve sonradan tutuculuğa saplanan Ortega Y. Gasset (1957) *"Kitlelerin Başkaldırısı"* kitabında egemen sınıfların korkularını dile getirdi: Gasset'e göre seçkinsiz bir toplum asla düşünülemez ve kitle gücü çeteciliktir. Burjuva toplumsal ve siyasal eşitlik, kitlelerin gittikçe artan şekilde haklarını aramaları ve sosyalist sistemlerin kurulması, ikinci Dünya Savaşı sonrası, tutucuları daha da büyük kaygıya düşürdü. Örneğin, T.S. Eliot bu kaygılarla, "*Kültürün Tanımlanması Üzerine Notlar*" adlı kitabında, "kültür standartlarının" gitgide gerilediğini ve bir zaman gelecek hiçbir kültürün kalmayacağını savunmuştur: Eliot'a göre tek kurtarıcı Hıristiyanlık ve seçkinliktir. Çünkü "yeni eğitilmiş kitleler kültürü iletme işine girişince" kültürü yozlaştırdılar. Eliot (1949) o denli gericiliğe saplanmıştı ki burjuva demokrasisinde belli bir toplumsal düzeyin altındaki kişilere eğitimin yasak edilmesini savundu. Eliot kapitalist toplumsal ilişkiler ve sınıf yapısı hakkında bilimsel bir düşünü biçimine sahip olmaktan yoksundu: "Kitle toplumu ahlaki bir merkeze, evrenselce kabul edilen bir ahlak yasasına sahip değildir. Endüstri ve maddecilik ahlaktan-yoksundur, çünkü açık-seçik ve laiktir." Benzer şekilde, Dwight MacDonald da 1960'lara gelindiğini ve seçkinlerin ortadan kalktığını, ciddi kültürün silindiğini ve bunda suçlunun kitle/popüler kültür olduğunu savunmuştur. Dolayısıyla, tutucu okulun her yeni kuşağı uygarlığın tehlikede olduğunu ve medeniyeti korumak

gerektiğini, çünkü sonun "ufukta" olduğunu ileri sürmüştür. Bunun en son örneğini "Medeniyetlerin çatışması" sunumuyla Huntington yapmıştır. Bu tür kaygılar sonucu farklı kültürler, inançlar, azınlıklar, beyaz-olmayan ırklar, fakirler, "kültürsüz-kitleler" diye adlandırılırlar ve suçlanıp saldırılarla karşılaşırlar (Alemdar ve Erdoğan, 1995).

Kültürel seçkinciler uzak geçmişi güzellik ve gerçek için referans noktası olarak kullanırlar: İyi kültür geçmişin bir şeyidir, modern hayat yapmacıktır. Ressamlık gerçek sanattır, fotoğraf değil; tiyatro sinemadan; siyah-beyaz film renkli filmden üstündür. Kabalaştırılan, ticarileştirilen, kişisel ilişki düzeyinden uzaklaştırılan ve görevselci ve tekniksel yapılanı reddederler. Her yeni teknolojiye ve kitle kültürüne şüpheyle yaklaşırlar. Bu yeni bir şey değil; örneğin, Sokrates Atina'nın hastalıklarına neden olarak yazının icadını göstermişti.

LİBERAL ÇOĞULCU YAKLAŞIMLAR

Arnoldian elitist/seçkinci görüşün yanında, kültürü bu ikilem dışında ele alan yaklaşımlar gelişmiştir. Örneğin John Bodley ve Clifford Geertz gibi antropologlar kültürü daha betimleyici bir şekilde ele alırlar. Özellikle liberaller, ticari aydınlar ve post-endüstriyalistler "halk arzu ettiğini, istediğini alır" görüşünü savunarak kitle kültürünü farklı bir yere yerleştirirler. Edward Shills göre (1964) çoğunluğun doğasından gelen entelektüel sınırlılığa bakarsak (yani çoğunluk doğuştan mankafa olduğu için), bayağı ve vahşi kültür gerçekte kitlelerin hakkettiği ve zevk almaya devam edecekleri kültürdür. Shills gibi entelektüellerin görüşü de kapitalist dünyanın "ekmek ve sirk" kültürel politikasını destekler. Bu destekleme çabasında Alvin Toffler gibiler de Amerikanın kültürel bir gelişme deneyine sahip olduğunu ve iyi kültürün iyi ticaretle el ele gittiğini anlatırlar: Böylece Alvin Toffler ve benzerleri kültürel emperyalizmin hem post-modern peyzajını yücelterek savunurlar hem de, aynı zamanda bu peyzajı kendi varlıklarıyla renklendirirler. Newcomb ve Hirsch (1984) gibi kültürel yorumcular, eleştirel yaklaşımların kitle iletişim araçlarının içeriğinin ideolojik karakteri görüşünü reddederler ve televizyonu kültürel forum olarak tasvir ederler. Aynı paralelde, Barkin ve Gurevitch (1987)

televizyonu herkes için her şey olabilecek "boş araç" olarak nitelerler: İzleyicinin istediği şekilde kullandığı bir araç.

Ana akım kültürel kuramlar ve incelemeler genellikle kültürel antropolojinin ve sosyolojinin etkisinde gelişmiştir. Bu gelişim 1970'lerde ve sonrasında semiyotik yönelimin istilasıyla dönüşüme uğramıştır. Kültürde liberal çoğulcu gelenek kendini "ana yoldan" ayırmış ve "eleştirel okul" oldukları iddiasına girmiştir. Örneğin, bu yeni geleneğin Amerika'daki önde gelenlerinden Grossberg'e göre (1993:1) kültürel yaklaşımdaki değişim kültürel incelemelerin yayılma derecesinde olmaktadır: Yayılma ırksal-azınlık, uluslar, gelenekler ve akademik disiplinler boyu olmaktadır. Kültürel inceleme pozisyonlarını ayıran çizgiler yoğunluklarını ve görünürlülüklerini değiştirmektedir. Grossberg'e göre kültürel incelemeler ve idealleştirilen fantezi ve entelektüel pratiklerin boş vizyonu gibi bir şey global entelektüel çevre olmuştur. Liberal çoğulcu kültürel incelemeler Amerika, Avustralya ve Avrupa'da yaygınlaşmıştır. Kapitalist düzenin dünyadaki "bağımlıları" bu eğilimi Asya ve Afrika'da kopyalamaktadır.

Fiske ve Grossberg 1980'lerde hem aktif izleyici tezinin direnişi olarak niteleyebileceğimiz liberal çoğulcu kültürel analizi hem de kitle iletişiminde Postmodernizmi getirenlerin önde gelenleri oldular. Fiske ve Grossberg'in direniş tezi kültürel emperyalizm tezinin anti-tezidir: Kültürel emperyalizm tezi, izleyicinin ideolojiden kendini özgür kıldığı aktif seçiciliği ve anlam vermesi yoluyla geçersiz olur. Kültürel emperyalizm karakteriyle yüklü mesajın yükü izleyicinin aktifliğiyle gelen aktif direnişiyle anlamını yitirir. Bu bağlamda, Fiske'nin "polysemy" kavramı, medya mesajının tek hegemonyacı bir anlam taşımadığı, birçok anlam taşıdığını ifade eder.

Fiske Althusserci "ideolojinin subjesi olan insanlar" görüşünün "direnişi imkansız kıldığını" ve Gramsci'nin hegemonya kuramının direnişe çok daha önemli yer verdiğini belirtir. Kültürel incelemeler, metinleri benzer şekilde anlam verme için mücadeleler sitesi olarak görür. Bir metin biçiminden geçerek çalışan egemen ideoloji farklı konumdaki izleyiciler tarafından direnilebilir, kaçınılabilir veya çeşitli ölçüde üzerinde pazarlık-yapılabilir (Fiske, 1987:40,41,312). Örneğin, Fiske Amerikan Dallas televizyon serisinin çeşitli kültürdeki izleyici

temelli anlam verme nedeniyle kültürel çeşitlilik teşviki yaptığını belirterek hem liberal çoğulculuk ideolojisini destekler hem de Kültürel ve ekonomik emperyalizmin ekonomik yapı ile ideolojik yapı arasındaki ilişkiyi reddeder.[46]

Aslında, egemen ve karşıt ideolojinin üretilmesi izleyicinin ne kendi özgür anlam üretimi denen üretimle olur; ne yönetici sınıfların ideolojik pratikleri tek televizyonla kısıtlıdır, ne de izleyiciler bu pratiklerle ilk kez karşılaşmaktadırlar. İletişim bir yaşam koşulunun günlük ilişkilerdeki ve sembolsel temsillerdeki anlatımıdır. İletişim bu koşulun hem kendi içindeki hem de diğer koşullarla ilişkilerini ve sonucu anlatır. Bu ilişkileri belirleyen üretim biçimleri tarafından belirlenmiştir ve insanın günlük egemenlik ve mücadelesi iletişimle yürütülebilir. Örgütlü yer ve zamanı da içeren koşullar, koşullar ve insan, çelişkiler, egemenlik ve mücadeleler içindeki bir bütündür. Bu bütündeki egemenlik ve mücadele iletişimleri ve bu iletişimlerin ideolojisinde yönetici sınıfın veya izleyicilerin aktifliği, "özgür bireyin herkes ve her şeyden bağımsızlığının ve özerk seçeneğinin aktifliği değildir. Benzer şekilde, izleyicinin egemen-kodları izleyici istediği şekilde yorumlayacağı için (yeniden-anlamlandırması nedeniyle), egemen ideolojinin, mesaj ve amacın önemi ortadan kalkmaz. Ayrıca, izleyicinin yorumu, gerçek anlamıyla, milyonlar arasında kendi özgürlüğünün ve öznelliğinin ifadesi olamaz. Öznel olarak görünen anlamlar var olan anlamlar yelpazesi içine düşer. Yoktan var edilen veya eşsiz bir anlamı ifade edemez. Yaşanan koşullardaki yeknesaklık veya ikili zıtlık veya alternatif bolluğu belli yer ve zamandaki egemenlik ve mücadele yapısının göstergesidir. Çoğulcu anlamlandırma veya izleyicinin kendi anlamını kendinin çıkarması kesinlikle ne izleyicinin yaşam koşulunun ötesinde, ne üstünde, ne de o koşuldaki egemenlik ve mücadelelerin ideolojik anlamlandırmalarının dışındadır. Aktif denilen izleyicinin aktif ve özgürce yaptığı anlamlandırma, egemenlik ve mücadelenin düşünselinin o insandan geçerek ifade edilmesi, böylece egemenlik ve

---

[46] *Pazarlık-yapma, müzakere veya uyuşma aslında, güç ilişkileri içinde olur ve güçsüzün çok fazla vazgeçmesiyle sonuçlanan bir çözüme ulaşır. Bu nedenle de, Fiske'nin ve benzerlerinin özgürlükçü çoğulculuk görüşü dengesiz güç ilişkileri içinde anlamını yitirir.*

mücadelenin yeniden üretilmesidir. Aktif izleyici bunu, bilinçli veya sahte bilinç dediğimiz kendi sömürüsüne arzuyla katılmasıyla yapabilir. Bu eğlence pratikleri olarak anlamlandırılan faaliyetler olabilir. Bunları "sadece zevk için seyrediyorum, zevkle, gülerek, rahatlayarak, dinlenerek katılıyorum" demesi öznelliği ve eşsizliği anlatmaz. Aynı haberi bir aile içinde seyreden iki kişi farklı anlamlandırabilir. Bu anlamlandırma örgütlü haber ideolojisinin egemen yapısının amacına paralel veya karşı-okuma biçimlerinden biri olabilir. Eğer farklı okuma varsa, bunun anlamı izleyicinin egemene direndiğini anlatmaz. Egemen ideoloji sadece birbiriyle tümüyle uyum içindeki öğeleri içermez. Egemen ideoloji içinde, o ideolojinin materyal temeliyle uyumsuz veya o ideolojinin bazı öğeleriyle çatışan karaktere sahip öğeler olabilir. Fakat önemli olan o öğenin egemen yapı için görevselliğidir. Bu nedenle kapitalist ideoloji hem deneyime dayanan deneyci bilimsellik ve rasyonellik taşır, hem de birçok metafizik değerler ve açıklamalarla doludur. Egemenin konuştuğu egemenlik diliyle halkın konuştuğu dil arasında fark vardır: Her iki dil de egemen yapı ve ideoloji için görevseldir. Egemenlik egemenin diliyle geliştirilirken, aynı egemenlik teşvik ettiği cehaletin diliyle egemenlik altındakileri oldukları gibi tutarak ve egemenliğin gereklerine göre olmaları gerektiği gibi yönlendirerek sürdürülür. Dolayısıyla, geriye, aktif izleyici, çoğulcu ve semiyotik demokrasi gibi açıklamalara dönersek, bunların da aslında egemenliği meşrulaştıran ve olduğundan farklı gösteren anlatımlar olduğunu görürüz. Dünya ne "metindir" ne de "metinle" ve "televizyon önünde mücadele" ile dönmektedir. Dünyayı ve dünyasını yapan insandır ve bunu da üretim ilişkileriyle yapar. Yapış tarzının (kültürün) anlamı da, öncelikle "metinde" değil, yapış şeklinin kendisinde gizlidir (Erdoğan, 2002).

1990'larda yeni-Durkeimciler iletişimde kültürün alınışı (ritualler, kültür) üzerinde dururlar; izleyicilerin medya tecrübesi kolektif bütüne bağlılık duygusunu verir; medyaya, böylece diğer sosyal kurumlar ve örgütlerden sadece birkaçının rakip olabileceği bir karakter verilir. Fakat her medya biçiminde (örneğin her siyasal söylemde ve medya programında) "kolektif arzu" olduğunu ileri sürmezler. Aksine, medya iletişiminin çoğunun "kolektif arzu" anlarıyla çok az veya hiçbir ilişkisi

olmadığını belirtirler. Yeni-Durkeimciler medyadaki çok ilgi çeken ender anlara eğilirler.

BÖLÜM XI

MARKSİST VE ELEŞTİREL KURAMLAR

GENEL BİLGİLER

Marksist ve eleştirel kitle iletişim kuram ve araştırmaları kesin ve katı sınırlar içine hapsedilmiş bir yaklaşımdan çok, zengin yaklaşımları içerir. Kitle iletişiminin ulusal ve uluslararası siyasal ekonomisinden, egemen, karşıt ideolojiler ve bilinç yönetimi ilişkisine kadar çeşitlenen geniş bir ilgi alanına sahiptir. Bu yaklaşımlar aynı zamanda pozitivist-deneyci kurama karşıt eleştirel görüşleri de sunarlar. Marksist ve eleştirel okullar içindeki yaklaşımların çıkış noktası Karl Marks'ın görüşleridir. Bu yaklaşımlara Marksizmi ekonomik indirgemecilikle betimledikten sonra Marksizm ile bağını çeşitli ölçülerde koparan özellikle dil bilimi (linguistics), göstergebilim ve edebiyat kökenli "kültürel incelemeler" de dahil edildi. Bu yaklaşımlar incelemelerine ya pozitivist-deneyci ve idealist okulları eleştirmekle başlarlar ya da kendi yönelimlerini Marksist ve eleştirel okulların diğer yaklaşımlarından seçtiklerinin değerlendirmesini yaparak sunarlar. Özellikle 1970'lerden sonra, Marksist siyasal ekonomi yaklaşımları yaklaşımlar ile Marksist üretim biçimi ve ilişkileri üzerine eğilmeyi "ekonomik indirgemecilik" olarak niteleyen ve ideolojik ve düşünsel süreçlere belirleyici öncelik veren "kültürel incelemeler" arasında ciddi bir kopuş ve uzaklaşma oldu. Aynı zamanda uzlaşma arayan çabalar da ortaya çıktı.

MARKSİST VE ELEŞTİREL OKULLARIN DİLİ

Marksist ve eleştirel okulların kendilerine özgü dilleri vardır. Anayol okulların kavramlarını ya hiç kullanmazlar ya da eleştirel bir biçimde değerlendirirler.

İletişim, mesaj, gönderen, etki

İletişim Marksist okulda gönderen-mesaj-alıcı çizgisel modelinden farklı olarak ele alınır. Konu "göndericinin mesajının etkisi" değildir. "Etki" konusu Marksist ve eleştirel okullarda, egemenlik ve mücadele,

ideoloji, bilinç yönetimi ve sahte-bilinç, ekonomik çıkarı ve düzeni gerçekleştirme bağlamları içinde ele alınır. Mesaj konusu "mesaj hazırlama, etkili mesaj, içerik analizi ve sunum sırası" gibi konular yerine, Marksizmde ürün olarak; kültürel incelemelerde "metin" olarak ele alınır. "Gönderen" konusu örgütlü yapılar ve profesyonel ilişki ve pratikler içinde incelenir. Gönderici-mesaj-alıcı-etki modelinin yer ve zamandan yoksunluğu yerine, iletişim insanın kendini ve toplumunu üretmesinin zorunlu bir koşulu olarak görülür: İletişim insan etkinliklerinin ayrılmaz parçasıdır. Nerede bir insan etkinliği varsa, orada iletişim vardır. İletişim insan ilişkilerinin bir zorunluluğu, ayrıcalığı ve önceliğidir. Malların üretimi, dağıtımı, dolaşımı ve pazar ilişkileri iletişimin alanına girer. Düşüncelerin üretimi, dağıtımı ve dolaşımı da iletişim kavramının kapsamı içindedir. İletişim gerçek zaman ve gerçek yerde gerçek insanla olur. [47]

Bu okullar mesajın etkisini belirlemek ve arttırmak için psikolojik tutum ve anlam verme çözümlemesi (liberal çoğulcu kültürel inceleme) ve mesaj içeriği çözümlemesi (klasik niceliksel içerik analizi) yapmaz. Bunun yerine, eğer mesaj üzerinde duracaksa, iletiyi genel iletişim sürecinde koşullarından soyutlamadan, iletinin toplumsal anlamı ve sonuçları üzerinde durarak yapar. Araştırılan ideolojik pratik, hegemonyacı söylem veya karşı mücadeledir. Marksist yönelimli gösterge bilim odaklı incelemeler iletinin içeriğini yeğlenen bir egemen anlam üretme, iletme, saklama, destekleme ve yeniden-üretme bakımlarından açıklamaya çalışır.

Alıcı, İzleyici, Okuyucu, Seyirci, Dinleyici

Tutucu ve liberal okulların "alıcı" anlayışı 1940'lara kadar "etkiye açık pasif izleyiciydi". Sonradan aktif izleyici tezi egemen oldu. Alıcılar/izleyiciler birbiriyle bağıntısız, heterojen ve atomlaştırılmış kişiler olarak görülür. Bazen de aile, arkadaş grubu, cinsiyet, yaş, gelir düzeyi ve eğitim bakımlarından homojen kültürel alt-gruplardan oluşan insanlar (müşteri, izleyici, okuyucu) olarak ele alınır. Bunun görünen amacı bir ortak faktöre göre insanları gruplandırmaktır. Marksist ve eleştirel yaklaşımlar alıcıyı sosyal sınıf içine konumlandırır ve sınıflar

---

[47] *İletişimin kapsamlı ve eleştirel tanımı bknz: Erdoğan, 2002/2005.*

arası ilişkiler açısından değerlendirir. Bu bağlamda kitle iletişiminin ürettiği nihai malın alıcıları (okuyucu, dinleyici, izleyicileri) gazete, televizyon, radyo ve bilgisayar gibi "bitmiş ürünü taşıyan araçlara" sahip olan, fakat üretim ve dağıtım araçlarına sahip olmayan, üretim ve dağıtımda "emekçi" olarak çalışan insanlar konumundadır.[48] Tutucu ve liberal okulların savının aksine, izleyiciler iletişimin içeriğini ve üretim koşullarını saptama olanaklarına sahip değildir. Ücretli (maaşlı) olarak çalışıp ürettiklerini, eğer paraları yeterse, tüketici olarak "seçip" alma olanağına sahiptir. Bitmiş paketlenmiş bir ürünün tüketicileridir.

Aslında, toplumsal anlamda, "alıcı ve gönderen" toplumdur. Alıcı (ve gönderen) sosyal yapı kendi içinde hem egemenliği hem de mücadeleyi yaşayan ve tecrübeleyendir. Dikkat edilirse, alıcı ve gönderen olarak nitelendiğinde sosyal bağlam ve yaşam süreçleri içinde ayırt etme zorlaşmakta ve daha kötüsü üretim biçimi ve ilişkileri ya normalleştirilmekte ya da ortadan kaybolmaktadır.

Gürültü, İletişimin Çökmesi ve İletişimsizlik

Marksist ve eleştirel okulların dilinde "gürültü" kavramı yer almaz. Pozitivist-deneyci yaklaşımlar açısından göndericinin kodlanmış amacına (mesajına) engel olan (kapitalist çerçeve dışındaki ve bu çerçeveyi eleştiren) her şey "gürültü" veya iletişim çökmesidir: Öğrencilerin yürüyüş ve gösterileri kapitalist ile işçiler arasındaki anlaşmazlık, grevler, anlaşma çabalarının sonuçsuz kalması, karı koca arasındaki anlaşmazlık, iki arkadaş arasındaki küskünlük vb çeşitli "gürültülerden" kaynaklanan iletişim çökmesidir:

Eğer gürültüler (=gereksiz, haddinden fazla veya bozguncu istekler) azaltılır ya da ortadan kaldırılırsa (=istenen/söylenen yeniden bir başka biçimde, daha açık seçik olarak, uzlaşmaya yönelik bir yolla, örneğin elektrik vererek ve tırnaklarını sökerek anlatılırsa) ve taraflar inatçılıktan, bağnazlıktan, katı tutumlarından vazgeçip açık görüşlü, hoşgörülü, anlayışlı bir şekilde iletişime başlarsa, iletişim çökmesi

---

[48] *Sosyal iletişimde güç yapısına bağlı olarak gelen ilişkiler ve iletişimde, güçlünün alıcı olmasıyla güçsüzün alıcı olması arasında ne fark vardır? Bir Amerikan filmini yayınlamak için satın alan televizyon şirketiyle, o filmi seyreden birey arasındaki "alıcı olma" farkı nedir?*

biter, iletişim tamir edilir ve her şey yoluna girer. Bu görüşte yapısal eşitsizlik, emek sömürüsü, sınıflar ya da gruplar arası çıkar çatışması ve egemenlik ilişkileri göz ardı edilir. Bu görüşün dayandığı kuramlar "gönderici" amaçlarının gerçekleşmesi çerçevesinde kurulmuştur ve göndericinin egemenliğini kurma ve geliştirme amaçlıdır.

Türkiye'de, iletişimi profesyonel çıkarlarına uygun bir şekilde sözel ifadeye indirgeyen bazı psikologlar, kendini iletişim uzmanı diye satan bazı şarlatanlar ve bazı işletmecilerin kullandığı ve nereden geldiği belli olmayan "iletişimsizlik" kavramı, gürültü ve iletişim çökmesi kavramlarının bir tamamlayıcısıdır. Bu kavramlarla gelen tanımlama, İletişimi tek taraflı amaçlı fonksiyonellik içinde ele alır ve amaç gerçekleşmeyince bunu çökme veya iletişimsizlikle anlamlandırır.

Aslında, kendi fiziksel ve sosyal varlığını sürdürmek zorunda olan insan için "iletişimsizlik" söz konusu olamaz. İletişimsizlik, yani iletişimin olmaması insan denen biyolojik yapının ve toplum denen sosyal yapının ölümü demektir. İşsizlik tembellikten kaynaklanan iletişim çökmesi veya iletişimsizlik değildir. Belli bir üretim ve ilişki biçiminin sonuçlarından ve yarattığı durumlardan biridir. İşsizlik yoğun bir iletişimi ve sonucunu anlatır. Toplumda iletişimsizlik o toplumun yokluğu demektir: İletişim yoksa, toplum da yoktur, çünkü iletişim olmaksızın toplum oluşamaz. İnsanın kendi dışıyla ilişkilerini yürütmesi gereği olan iletişimde "iletişimsizlik" olamaz. İnsanlar arasındaki ilişkide iletişim çökmez; iletişimin tarzı değişir. İlişkinin, dolayısıyla iletişimin nicel ve nitel olarak değişmesi çöküşü değil, değişimi anlatır. Küsme, kavga veya tartışma iletişim çökmesini veya iletişimsizliği anlatmaz. Küskünlük, kavga veya tartışma tarzında olan bir iletişimi anlatır. Bunlar uyuşmayan amaç, beklenti ve örtüşmeyen isteklerin ve duyguların getirdiği iletişim tarzlarıdır. [49]

Geri besleme (feedback)

Bu kavram da Marksist ve eleştirel kuramlarda kullanılmaz. Geri-besleme iletişimde belli beklentileri gerektiren bir normalliği anlatır. Bu anlatımda olumsuz geri-tepki ve karşıtlık bu normalliğin dışındadır.

---

[49] *Kölesini kaybeden köle sahibi için, elbette bu bir çöküşü anlatabilir. Ama köle için bu bir kurtuluştur.*

Çünkü, eğer "geri-beslemeyi" yapısal görevsel anlamda alırsak, geri-besleme "gönderene" yararlı geri-iletişimde bulunmak demektir. Aslında bu karşılık verme örgütlü yer ve zamandaki ilişki biçiminin doğasına göre yapılır. Ordu gibi bir örgütlü yerde, "geri besleme" soruşturmasız bir şekilde verilen emri yerine getirmeyi zorunlu kılar. Bir kapitalist şirkette çalışan ile çalıştıran arasındaki ilişkide "geri besleme" çalışanın işini doğru ve gereğince yapmasıdır. Aksi taktirde, geri besleme'de uyumsuzluğun giderilmesi (ve iletişim çökmesinin tamiri) için, örneğin azarlanmaktan işten atılmaya kadar giden bir "mesaj gönderme" ile gerçekleştirilir.[50]

Elde Edilebilirlik, Erişme, Ulaşma (access)

Liberal okulun çok sık olarak kullandığı bu kavram, iletişim araçlarına sahip olma ve bu araçların içeriğini tüketme olanağının varlığı veya yokluğu anlamına kullanılır: Demokrasilerde isteyen ve amacı için çalışan herkes medyaya ulaşabilir. Bu yaklaşımda, erişebilirlilik konusu ve sorunu medyanın iletişiminin en son ucundaki araca sahiplik veya aracın varlığı (örneğin televizyon alıcısının, radyonun, kütüphanenin, gazetenin ve walkman'in olup olmaması) içine sıkıştırılmıştır. Televizyon, radyo ve basın gibi araçları halkın tüketim için kullanma olanağı ile bu araçlara sahip olanların üretim ve dağıtım için kullanma olanakları arasında önemli fark olduğu açıktır. İncelemelerde elde edilebilirlikle ilgili sorulardan bazıları şunlardır: Evinde televizyon alıcısı var mı? Odanda radyo var mı? Kütüphane yakın mı? Eve günlük gazete alınır mı? Evde kaç tv ve radyo var? Bu aslında medyanın tüketim yanıdır. Halkın televizyon, radyo ve basın gibi araçları tüketim için kullanma olanağı ile bu araçlara sahip olanların üretim ve dağıtım için kullanma olanakları ve sonuçları arasında çok ciddi sonuçlar. Bu sonuçları pozitivist-deneyci okul iletişim profesyonellerini "halkın bilgi edinme hakkını koruyan" gayri resmî temsilcileri olarak sunarak kapatmaya çalışır. Böylece, halk profesyoneller yoluyla iletişim araçlarının üretimde kullanılması olanağına sahip olur ve halka istediği verilir. Sonuçta, egemen

---

[50] *Dikkat edilirse geri besleme ve iletişim çökmesi gibi kavramlar egemen bir ilişkinin yürütülmesinde ve meşrulaştırılmasında oldukça görevseldir.*

ideolojinin tüketim için sundukları halkın istedikleri olarak maskelenir. İngilizcede "access" denen "medyanın tüketim için elde edilebilirliği, kullanıma hazır ve var oluşu" kavramı, Marksist ve Marksist yönelimli okulda mülkiyet ve üretim, dağıtım ve tüketim ilişkileri içinde incelenir.

"Media" ve "Means" Farkı

Media kavramı ile *means* kavramı arasında hem kapsam, hem de ideolojik olarak farklar vardır. *Media* teknolojinin geliştirdiği iletişim araçlarıdır. Pozitivist-deneyci okul bu teknolojik araçları fetişleştirir, özerk kılar, üzerinde kuruldukları ilişkilerden soyutlar ve devrimler yapan ve ideolojilere son veren aktörler olarak sunar. Marksist okullar teknolojik iletişim araçlarını sadece televizyon, radyo, basın, uydular olarak dar bir çerçeve içinde değil, vericileri, teypleri, bilgisayarları, baskı makinelerini, kağıdı, mürekkebi, telgrafı, telefon tellerini, kameraları, stüdyoları, binaları, video ve ses donanımları gibi birçok aracı ve insan ilişkilerini içeren kapsamlı bir şekilde ele alır. Bunlar iletişimin maddi teknolojik araçlarıdır. "Means of communication" sadece iletişim araçlarını içermez, aynı zamanda iletişimi üretmede, dağıtma ve tüketmedeki araç ve gereçleri örgütlü yapı ve ilişki biçimlerini, özlüce iletişimin yapılış yolunu içerir.

Kitle İletişimi

Kitle iletişimi uzmanlaşmış grupların, teknolojik araçları (basın, radyo, tv) kullanarak geniş, heterojen ve dağınık izleyicilere simgesel içerikleri yayma tekniklerini ve örgütlerini içerir (McQuail,1969:2). Endüstrileşme öncesi dönemdeki iletişim sistemi yüz yüze iletişimle sınırlanır. Gerçekte, yüz yüze ilişkiden ayrı olarak, çeşitli anlam verme biçimleri (binalar, resim, heykel, para, manşet, bayrak, türkü madalya ve her türlü toplumsal törenler, ritüeller) endüstri öncesi toplumlarda bazen karmaşık düşünceleri ve ilişkileri anlatmak için kullanılmıştır. Mısır Piramitleri ve yüz binlerce kil tabletler böyledir. Agora'ya ve Roma arenalarına katılma ve Ortaçağ Avrupa'sında kiliseye düzenli olarak giden yetişkinlerin oranı günümüzün Avrupa'sında düzenli gazete okuyanların oranından çok daha fazlaydı. Kilise, dinsel ayinlerde, günümüzün Avrupa'sındaki tekelci basını kontrol edenlerden çok daha fazla simgesel içerik üzerinde merkezi denetim

uygulamıştır. Kısaca kitle iletişimi ve üzerindeki merkezi denetim pek yeni bir şey değildir (Curran,1982:202). Marksist ve eleştirel kuramlar kitle iletişimini üretim yapan ve dağıtan endüstriyel yapı olarak ele alır.

İdeoloji

İdeoloji en geniş anlamıyla toplumda kontrol ve mücadele ile ilgili fikir kümeleridir. İdeoloji denildiğinde, değerler, kavramlar, düşünceler ve sembol sistemlerinden geçerek düzeni meşrulaştırmak için egemen yapıların nasıl çalıştığı akla gelir. İdeoloji şeylerin nasıl olduğu, dünyanın "gerçekte" nasıl çalıştığı ve çalışması gerektiği hakkında fikirleri verir. Bu fikirler çoğu kez semboller ve kültürel pratikler içine işlenmiştir. İdeoloji var olan şeyleri yapma yollarını, neyin doğal olduğunu ve toplumdaki rolleri kabul etmeye yönlendirir. Marks'a göre ideoloji doğallaştırır, tarihselleştirir ve sonsuzlaştırır. İdeolojik yapılar doğal görünür (Doğallaştırma). İdeolojik yapılar bir tarihsel gelişmeye mantıksal sonuç olarak görünür (tarihselleştirme; historicization); Doğal durum olduğu veya doğal duruma erişildiği için, ideolojiye göre, şeyler böyle kalacaktır (ebedileştirme; eternalization).

İLETİŞİMİN MATERYAL YAPISI

İletişim insanın toplumsal hayatını üretmesinin zorunlu koşullarından biridir. Materyal hayatını üreten insan bunu ancak üretim ilişkileriyle yapabilir. Bu ilişkileri kurmak ve yürütebilmek ise ancak iletişimle mümkün olabilir. Kitle iletişimi teknolojik araçlarla aracılanmış bir yönetimsel İletişimdir. Kitle iletişiminin materyal yapısı iletişimin üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesi ve bunlar için gerekli örgütlenme, araç, iş gücü ve sermaye ilişkileri gibi öğeleri içerir.

Üretim

Bu kavram sadece maddi üretim değil, düşünce, bilinç, yasa, ahlak, din, siyaset ve bütün toplumsal örgütlerin, kısaca toplumsal yaşamın toplam üretimi anlamına gelir. Üretim kavramı "ürün üretimi" kapsamı içinde kullanılır. Ürün üretimi bir teknolojik aracın üretimi olabileceği gibi, bu teknolojik aracın ürettiği de olabilir. Örneğin bir televizyon programı bir üründür. Bu ürünü üreten teknolojik araçlar da bu araçları üreten teknolojilerin bir ürünüdür. Dikkat edilirse, ürün

kurulan nedensellik bağındaki bir sonuçtur. Bu sonuç materyal olabileceği gibi düşünsel olabilir. Her materyal sonuçla gelen veya o sunucu açıklayan veya anlamlandıran bir düşünsel de vardır. Dolayısıyla, düşünsel sonuç her zaman vardır. Televizyon programının yarattığı veya desteklediği düşünce veya davranış tarzı da bir üründür. Pozitivist-deneyci okul bunu "mesaj veya program" içine çökertmiştir. Kültürel analizciler "metin" kavramını kullanırlar.

Yeniden-üretim

Yeniden-üretim (reproduction) insanın kendini ve toplumunu materyal ve düşünsel olarak sürdürme faaliyetlerini anlatır. Yeniden-üretim, ekonomik anlamda, bir ürünün belli üretim teknolojisi ve faaliyetleri yapısı içinde tekrar üretilmesidir. İdeolojik anlamda, bu "yeniden" kavramı, üretilenin ve üretim ilişkileri biçiminin hem sembolik anlatılması hem de meşrulaştırılmasındaki sürekliliktir. İnsanın kendini yeniden-üretmesi kendi varlığını sürdürmek için yemesi, içmesi, vücuduna bakması, eğlenmesi, dinlenmesi ve çocuk yapmasıdır. İnsan dahil evrenin tüm varlıkları yeniden üretimle kendilerinin devamını ve sürekliliğini sağlarlar. Bu amaçla girişimlerde ve faaliyetlerde bulunurlar. Yeniden üretim kesinlikle kopyalama, aynısını yeniden-yapma ve aynısını yetiştirme içine indirgenmemelidir. İnsan tarihi gelişim ve değişim tarihidir. İnsan tarihini kendini ve toplumunu yeniden üreterek yaparken, sadece durumunu korumayı değil, aynı zamanda kendini ve çevresini değiştirmeyi amaçlar. Bu sırada egemenliğin yanında mücadele de yeniden-üretilir ve geliştirilir. Tarihin tekerrürden ibaret olduğu iddiası, tarihi tekerrür ettirerek kendi pozisyonlarını ve durumlarını sürdürme çabasında olanların zorladığı ve sunduğu tarihtir.

Yaşamın iletişimi kendisiyle ve çevresiyle süreklilik gerektirir. Toplum sadece belirli bir andaki gereksinimlerini değil, aynı zamanda üretim koşullarını da tekrar üretmek zorundadır. Günlük örgütlü faaliyetlerle üretilen üretim koşulları üretim güçlerini ve üretim ilişkilerini kapsar. Üretim güç ve ilişkilerinin yeniden-üretilmesi, başka bir deyişle teknolojinin örgütlenmesi, geliştirilmesi, işgücü ve ücretlerin denetimi, iş gücünün yetiştirilmesi, toplumsal ilişkilerin, değerlerin, inançların, kuralların, yasaların meşrulaştırılması ve uygulanması,

egemen toplumsal örgütlerin (devlet, hükümet, meclis, okul, din, kitle iletişim araçları, aile gibi) önde gelen işlevleridir. Bu tür yeniden-üretimle belli üretim ilişkileri ve biçimi korunup sürdürülmeye çalışılır.

Üretim Biçimi

Pozitivist-deneyci okulda, üretim biçimi kavramına rastlamayız; onun yerine mesaj hazırlama, program yapma ve haber toplama teknikleri gibi kavramlar kullanılır. Marksist okul, medya üretim biçiminden bahsederken, medyanın örgütlenişi, örgütlü ilişkiler düzeni ve ürünün bu ilişkiler ağı içinde yaratılması üzerine eğilir.

Marks üretim biçimi kavramını çok sık kullanmış fakat tek bir cümleyle tanımlamamıştır. Kavram üretim araçlarının, iş görme yöntemlerinin hepsini, bütün üretim ilişkileri ve fikirler yapısını içerir. Çünkü toplumsal üretimde aynı zamanda, kültür, gelenek, görenek, ideoloji, fikir, yasa, devlet, ulus vb. dediğimiz, maddesel üretime bağlı ve iç içe olan maddesel-olmayan üretim de yapılır. Üretim biçimi ile Marks tarihin belli yer ve zamanında insanın kendini ve toplumunu üretme şeklini, yani belli bir toplum biçimini anlatır.

Üretim Güçleri ve Üretim İlişkileri

Bu kavram üretim araçları, üretim deneyimi ve becerileriyle toplumsal faaliyetlerde bulunan insanları anlatır. Toplumdaki değişimin itici gücü üretim güçleri ve bu güçlerdeki değişimdir. Gelişmeler bu güçlerin konumuyla açıklanabilir.

Üretim ilişkileri, en genel anlamıyla, toplumsal üretim sırasında (günlük yaşamın üretiminde) insanlar arasında olan ilişkilerin bütünüdür. Marksist anlayışta üretim ilişkileri medya ile ilgili ticari üretim (haberler, programlar, filmler) ve bilinç ile ilişkili ideolojik üretim faaliyetlerindeki ilişkiler anlamında kullanılır.

Ekonomik Belirleyicilik

Bu kavramla Marks'ın üretim biçimi ve ilişkileri düşüncesi ekonomiye ve ekonomik ilişkilere indirgenir. Bu yorum yanlıştır. Marks toplum düzeninin ve bu düzende insanlar arasındaki ilişkilerin temel saptayıcısının düşünce (idea, fikir) olmadığını ileri sürer. Düşünceler ve yasalar dahil, toplumsal yaşamın belirleyicisinin toplumun kendini üretiş biçimi olduğunu belirtir. Yasaları ve hükümetleri biçimlendiren ve

yöneten, ekonomik biçimlenmenin ve kurumlaşmanın belirleyicisi olan belli yer ve zamandaki tarihsel üretim biçimidir. Dolayısıyla, üretim biçimi aynı kaldıkça, örneğin kapitalist toplum biçimlenmesinde seçimle güç arayan "komünist partiler" hükümet olsa bile, örneğin yaratılan zenginliğin bölüşümünde bir değişim bekleyemeyiz. Kitle iletişiminde veya genel kültürel veya entelektüel üretimde, belirleyici olan "ekonomi" değil, ekonomiyi de içeren üretim biçimidir. Dolayısıyla, örneğin, medya patronlarının medya içeriğinin biçimlenmesinde doğrudan veya dolaylı müdahalesi veya etkisi olmasa bile, bunun anlamı asla "egemen fikirlerin egemen sınıfın fikirleri olduğu" savının geçersiz olduğu değildir. Köleliği ve bilincini üreten sistemi yürütenler iş bölümündeki katmanlarda pozisyonlanmış kölelerdir. Bu köleler sahibinin materyal amacını gerçekleştirirken aynı zamanda bu materyal ilişkinin bilincini de gerçekleştirirler. Kendini en özgür sanan köle (örneğin bir köşe yazarı) bu bilince en bağlı olandır. Düşünceleri belirleyen şey, ne birey olarak patron ne de ekonominin kendisidir. İnsanın bilinci, toplumdan geçerek kendini ne zaman, nerede ve nasıl ürettiğiyle ve ne zaman, nerede ve nasıl üretildiğiyle belirlenir.

Sermaye

Sermaye temel olarak şunları içerir:

a. hammaddeler: Yer üstü ve yer altı doğal zenginlikler.

b. iş araçları: üretimde kullanılan makineler

c. emek: insanın kol ve beyin gücü emeği ve değişim değerleri

Pozitivist-deneyci okulda, sermaye "demokrasi, özgürlük ve serbest ticaret" ideolojisi içinde gizlenmiştir.

Egemenlik

Pozitivist-deneyci okulda bu kavram çok ender kullanılır. Onun yerine, çok çalışma ve eğitimdeki başarıya bağlı olarak kazanılmış gelire dayanan meşru dikey sosyal tabakalaşma (katmanlaşma) vardır. Toplum egemenliğe değil, haklı ve karmaşık işbölümüne göre biçimlenmiştir.

Egemenlik kavramı kullanıldığı koşullara göre anlam kazanır. Genel olarak bir sınıfın ya da bir ülkenin diğer bir ülke üzerinde kurduğu ve uyguladığı egemenliği de içeren, fakat bu dar anlam

ötesinde ekonomik, kültürel, entelektüel ve ideolojik alanları da kapsayan kontrol ve yönetim anlamınadır. Egemenliğin doğrudanlığı, kapsamı ve etkenliği tarihsel koşulların özelliklerine göre değişir. Örneğin feodal yapıda ve 19. yüzyılın başlarındaki kolonicilik ile bir yüzyıl sonraki ekonomik ve kültürel emperyalizmle yeniden biçimlendirilen kolonicilik biçimlerinde sınıflar ve uluslararası egemenlik ilişkileri önemli farklılıklara sahiptir. Marksist ve Marksist yönelimli aydınların çoğu egemenliği total egemenlik veya manipülasyon olarak almazlar ve daha çok insanların düşünce ve hareketlerine normal görünen sınırlar koyarak, belli bir ideolojik çerçeve içinde kısıtlayarak sağlanan dinamik etkinlik olarak alırlar. Egemenlik ne denli yoğun, kapsamlı ve etken görünürse görünsün yine de bu egemenin sürdüğü sistem içinde (ve sistemler arasında) sınıf mücadelesi devam eder. Egemenlik ilişkilerde gizli ve açık düşmanca çatışmanın varlığını ifade eder.

İLETİŞİMİN DÜŞÜNSEL YAPISI

Marks'ın düşünceler, bilinç ve ideoloji ile ilgili yazıları kendi yapıtları içinde serpiştirilmiştir. En kapsamlı olanı "Alman İdeolojisi" içinde yer alır.

İnsanlar materyal ve düşünsel yaşamlarını her gün sürdürmek için birbiriyle sosyal ilişkiye girerler. Bu ilişkiyi gerçekleştirmek ancak iletişimle mümkündür. Bu ilişkilerden geçerek insanlar düşüncelerini üretir ve değiştirirler. Marksist iletişim anlayışında, insanlar kavramların ve düşüncelerin üreticileridir. Toplumsal ilişkilerini maddi üretimleri ile bağıntılı olarak kurarlar ve kendi toplumsal ilişkileriyle bağıntılı ilkeler, düşünceler ve kategoriler üretirler. Toplumsal ilişkilerin değişimi ile bu düşünceler de değişir. Dolayısıyla düşünceler ilkeler, kategoriler tarihi ve geçici ürünlerdir. Düşünce, din ve ahlak, bağımsızlığa ve tarihe sahip değildir. İnsanlar kendi maddi üretimini ve ilişkilerini geliştirerek aynı zamanda kendi düşüncelerini ve düşünce ürünlerini de değiştirirler. Marksist yaklaşım "*gerçek, aktif insanlardan başlar ve bu insanların gerçek yaşam süreçleri temeli üzerinde bu yaşam süreçlerinin yankılarının ve ideolojik reflekslerinin gelişmesini" inceler.* İnsan beyninde biçimlenen düşler aynı zamanda zorunlu

olarak deneyci biçimde doğruluğu araştırılabilir ve maddi öncüllere bağlı maddi yaşam süreçlerinin yüceltilmeleridir. Ahlak, din, metafizik, geri kalan bütün ideoloji ve bunlara karşılık olan bilinç biçimleri, bu nedenle, bağımsız değildirler: Hiç bir tarihe, gelişmeye sahip değildirler; fakat insanlar, kendi maddi üretimlerini ve ilişkilerini geliştirerek, kendi gerçek varlıkları, düşünceleriyle birlikte düşüncelerinin ürünlerini de değiştirirler (Marks, 1847:109; Marks ve Engels, 1846: 13, 14). Benzer biçimde, "metnin" veya "kültürün" tarihi ancak insanla ve insanın kendini ve toplumunu üretme biçimi ve ilişkileri içinde olabilir. Metinler-arasılık (Intertextuality) düşünsel ürünler bağlamında değil, ancak bu bağlamların olduğu örgütlü yer ve zamandaki insanla anlam bulabilir. İnsanı anlattığı iddia eden fakat insanın merkezden edildiği yerde öykülemeler, hurafeler ve masallaştırmalar başlar.

Bilincin Üretim Biçimi İçinde Belirlenmesi

İnsan üretilmiş bir bilince sahiptir. Bilinç, başlangıçtan beri, toplumsal bir üründür ve insan var oldukça kalır. İnsan bilinci ilk olarak yakın çevrenin ve öteki insanlar ve şeyler hakkındaki bilinçtir. Aynı zamanda, tümüyle yabancı, güçlü ve yenilemez olarak görünen doğanın bilincidir. İnsanın bilinci artan üretim, gereksinimler, nüfus ve ilişkilerle yayılır ve gelişir. Maddi ve düşünsel işbölümünün artmasıyla bilinç "gerçek olan bir şeyi" insanın kavraması olur. Bu andan itibaren bilinç kendini dünyadan azat etme ve saf kuram, teoloji, felsefe, ahlak ve benzerlerinin şekillenmesine yol tutma pozisyonundadır. Bu kuram, felsefe ve teoloji varolan toplumsal ilişkilerle çelişkiye düşse bile, ancak varolan üretim güçleriyle çelişkiye düşmesi sonucu meydana gelebilir. Yani, yaşam, bilinç tarafından belirlenmez, fakat bilinç yaşam tarafından belirlenir. Yaşamın bilinç tarafından saptandığını ileri süren yaklaşımda bilinç, yaşayan kişi gibi ele alınır. Bilincin yaşam tarafından saptandığını belirten yaklaşımda yaşayan kişilerin kendileri gerçek yaşamda yaşadıkları gibi ele alınır ve bilinç tamamıyla onların bilinci olarak düşünülür. Yani insanın oluşumunu bilinci belirlemez, insanın toplumsal oluşumu bilincini belirler. Pozitivist-deneyci yaklaşımda başlama noktası yaşayan birey olarak alınan bilinçtir. Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımda başlama noktası yaşayan

bireylerin kendileridir ve bilinç sadece bu bireylerin bilinci olarak alınır. Bilinç asla bilinçli varlıktan başka bir şey değildir ve insanların varlığı kendi gerçek yaşam süreçlerinden başka bir şey olamaz. Dil pratik bilinçtir; bilinç gibi, sadece gereksinimlerle, zorunluluklarla ve öteki insanlarla ilişkilerle gelişir (Marks ve Engels, 1846: 15, 20).[51]

Düşünceler ve Toplumsal Değişimin Anlamı

Toplumsal etkinlik varolan yaşam koşulları temeli üzerinde yer alır. Bu varolan yaşam koşulları insanın beyninde düşünceler olarak yansır. İnsan bu düşüncelerle yaşam koşullarına karşılık vererek toplumsal etkinliğini yerine getirir. Marks'ın deyişiyle maddi yaşam koşullarının üretim biçimi toplumsal, siyasal ve entelektüel yaşam süreçlerini **genel olarak** belirler. Gelişmenin belli bir döneminde maddi üretim güçleri varolan üretim ilişkileriyle çelişkiye düşer. Bunu izleyen bir toplumsal devrim dönemi başlar. Ekonomik temelin değişmesiyle geniş üstyapının tamamı hızla az çok dönüşüme uğrar. Yasal, siyasal, dinsel, estetik ya da felsefi kısaca ideolojik formlar arasında daima bir ayırım yapmak gerekir: Bizim bir kişi hakkındaki düşüncemiz, o kişinin kendini nasıl düşündüğüne dayanmadığı gibi, böyle bir dönüşüm dönemini kendi bilinci ile muhakeme edemeyiz: Tersine bu bilinç maddi yaşamın çelişkileriyle, toplumsal üretim güçleri ve üretim ilişkileri arasında varolan çelişkiyle açıklanabilir[52] (Marks, 1859).

Marks'ın burada belirtmek istediği açıktır: Ekonomik altyapı diye basitçe belirtilen ekonomik üretim biçimi ve ilişkileri, doğrudan siyasal üstyapı diye bilinen düşünceler, inançlar, değerler, kültür, bilgi, ideolojiler, yasalar, kurallar ve bütün bunlarla ilgili örgütlenmeler ve

---

[51] *Dilin dışında gerçek olmaması ve dilin insanı belirlemesi mutlak olsaydı, o zaman insanın gelişme olasılığı olabilir miydi? Dili ne, ne için ve nasıl geliştirecekti? Dilin belirlediği gerçek ve insanın dili değiştirme olasılığı ortadan kalkmıyor mu?*

[52] *Bizim diğer kişiler hakkındaki bilgilerimiz o kişilerin kendilerini nasıl düşündüğüne dayanamaz, çünkü onların nasıl düşündüğünü bilemeyiz. Kişileri ancak ilişkiler içinde anlayabiliriz. Toplumu ve değişimini de benzer şekilde, üretim biçimi ve ilişkilerini inceleyerek anlayabiliriz. Toplumu nasıl hikaye edildiğinden değil, hikaye edilme dahil, nasıl üretildiğinden hareket ederek anlayabiliriz.*

ilişkiler tarafından belirlenmez. Marks üstyapının dönüşümünde altyapının kesin, doğrudan, hemen ortaya çıkan bir belirleyiciliğinden söz etmiyor. Böyle doğrudan bir belirleme olsaydı mücadeleye çok az bir yer kalırdı, çünkü değişen ekonomik yapıya uygun bir üst-yapı oluşurdu; üretim güçleriyle üretim ilişkileri arasında bir çelişki oluşmazdı. Eğer egemen düşünceler ekonomik yapının asıl doğasını yansıtsaydı, geniş çalışan kitleler sınıf çıkarlarına uygun bir şekilde örgütlenir ve davranırlardı.

Bizim Olmayan "Bizlik": Egemen Düşünceler ve İdeoloji

Her tarihi dönemde, egemen sınıfın düşünceleri topluma egemendir: Marks'a göre, maddi üretime sahip olan veya üretimi denetleyen sınıf, aynı zamanda düşünsel üretimi de denetler. Bunu da özellikle üretim ve dağıtımı denetleme yoluyla sağlar ki, bu yasalarda düşünceyi açıklama özgürlüğü olarak kendini gösterir. Burjuva yasalarına göre herkes düşüncesini açıklama özgürlüğüne sahiptir, fakat bunu ancak dağıtım araçlarına ve olanaklarına sahip olanlar kullanabilir. Bu nedenle, Marks düşünceyi açıklama özgürlüğünü, özellikle basın özgürlüğünü, mülkiyet özgürlüğü olarak niteler. Marks'a göre, egemen düşünce, maddi ilişkilerin ifadesinden başka bir şey değildir.

Başka bir deyişle, egemen düşünceler, düşünce halinde kavranan ilişkilerdir. Bu kavrama sonucu egemen sınıfın düşünceleri, o dönemin egemen düşünceleri olur. Düşünsel üretim araçlarından yoksun olanlar bu egemenliğin altına girerler (Marks ve Engels,1846: 39).

Marks'a göre, eski egemen sınıfın yerini alan her yeni sınıf, amaçlarına ulaşmak için kendi çıkarlarını toplumdaki herkesin çıkarları olarak sunmak zorundadır. Bu nedenle, çıkarlarını düşünceler halinde açıklarken, bu düşünceleri tek akılcı ve geçerli olan düşünceler olarak gösterir. Devrimi yapan her sınıfın çıkarları başta herkesin çıkarları gibi görünür. Bunun nedeni açıktır: Çünkü devrilen sınıfa karşı tüm toplum savaşmıştır. Egemenlik altındayken ve egemenliği yeni ele geçirdiğinde, bu yeni sınıfın kendi sınıf çıkarı kendine özgü bir çıkar olarak henüz gelişmemiştir; öteki sınıfların çıkarlarıyla bağlanmıştır. Bu nedenle, devrimden başlangıçta öteki sınıfların üyeleri de yararlanır. Bu da, burjuva devrimini örnek alırsak, devrimden sonra

proletaryanın kendisini burjuvazi düzeyine yükseltmesiyle, yani proleter olmaktan çıkıp, burjuva olmakla olur. Her yeni sınıf, bir öncesine göre, egemenliğini daha geniş tabana dayandırarak sağlar. Karşılık olarak, egemenlik altındaki sınıfların mücadelesi bu yeni egemen sınıfa karşı daha keskin olarak çıkar (Marks ve Engels, 1846: 40).

Toplumda kurulu ilişki biçimlerinin gelişen üretim güçleriyle çelişkileri arttıkça, egemen sınıf içindeki ve bu sınıfla bağımlı sınıf arasındaki çatışma büyür. Bu ilişkilerin önceki kavramlaşmasında gerçek bireysel çıkarlar genel çıkarlar olarak sunulurdu, sonraları bu kavramlar idealleştirilen deyimlerle (ulusal çıkar, birlik, devlet gibi) bilinçli yanılsamalar (herkesin özgür, eşit olduğu, çok çalışmayla zengin olunacağı gibi) ve kasıtlı olarak yapılan kandırmalar içine girilir. Bunlar sahte olarak suçlandıkça, daha çok dogmatikçe ileri sürülürler ve kurulu düzenin dili daha kandırıcı, daha ahlakçı ve daha dinci olur.

Tarihte önemli rol oynayan ideolojilere Marksist yaklaşım bağımsız bir tarihsel gelişme tanımaz. Çünkü tarih, düşünceler ve ideoloji insandan öte, insandan ayrı bir varlığa sahip değildir. Tarih, amaçları peşinde giden insanların etkinliğinden başka bir şey değildir. İdeoloji ve düşünceler ise, maddi ilişkilerin ve koşulların anlatılışıdır. Bugün Marksist yaklaşıma yapılan eleştirilerden biri de ideolojinin ve düşüncelerin rolünü kabul etmediği iddiası ki, gerçekte bu eleştiriler Marksist diyalektiği anlamamaktan kaynaklanır. Bu tür eleştiriler bilerek ya da bilmeyerek Marksist diyalektiğin önemli bir yanını, karşılıklı ilişkiyi ihmal ederler. Bir kez tarihsel bir öğe, öteki öğeler, ekonomik gerçekler tarafından, ortaya çıktıktan sonra kendi durumuna, kendi çevresine ve hatta kendi oluş nedenlerine karşılık verebilir (Engels, 1893:74). Daha açıkçası, Marksist yaklaşım, düşüncelere, ideolojilere, dine bağımsız bir tarihsel gelişme tanımaz, fakat bunların insan tarihine etkisini reddetmez.

Egemen görüşler ve örgütler belli bir üretim biçiminin ürünleridir: Ne ebedi gerçeği, ne de zorunlu ve değişmez insan birliği biçimlerini ifade ederler: Toplumdaki egemen güçlerin dünya görüşü ve çıkarlarının ifadesidirler.

Üretim ilişkileri, üretim güçlerini geliştirme yerine geriletmeye ya da engel olmaya başladığı zaman, üretim biçiminde değişim kaçınılmaz olur. Başka bir deyişle, tarihteki bütün çatışmaların kökeni, üretici güçlerle bunlar arasındaki ilişki şeklinin çelişkisindedir. Fakat bir ülkede çatışmanın olması için, bu çelişkinin zorunlu olarak bu ülkede olması gerekmez: Uluslararası ilişkiler, geri endüstriye sahip ülkelerde benzer çelişkiler çıkarmak için yeterlidir (Marks ve Engels, 1846:74).

Marksist Din İletişimi ve Egemen Uyduru

Marksist din anlayışı bilinçli ve bilinçsiz olarak çarpıtılmış ve yanlış iletilmiştir. Bu çarpıtmalarla ve yanlış sunumla, dinsiz komünizme ve komünistlere karşı, dünyanın hemen her ülkesinde, bütün dinliler birliğe davet edilir. Kapitalist anlayışın mekaniksel-maddeciliğinin dinsizliği ve laiklik ilkesi Marksist materyalizme yüklenir. Marksist maddecilik, maddeye tapan kapitalist-pozitivist maddeciliğe karşıttır. Marksist maddecilik, en özlü anlamıyla, toplumu ve toplumsal ilişkileri incelemede üretim biçimi ve ilişkilerine dayanarak başlayan bir inceleme yöntemidir. Marks, dini insanın güvenlik, teselli ve güzellik gibi derin gereksinimlerini içeren gerçek yaşamın çok yönlü yansıması olarak görür. Marksist yaklaşım dinin kitlelerin hayatına getirdiği rahatlığı ve teselliyi ortadan kaldırmaya teşebbüs edecek bir yapıya sahip değildir. Ne de, pozitivist-bilimin kendini reddeden sahtekar tutumuyla, dini siyasette sömürü aracı olarak kullanmayı da amaçlamaz. Marksist görüş bu konuda çok açıktır. Din dahil her tür pratik ve düşünsel yapıların değişimi ancak onları oluşturan ve besleyen koşulların değişimiyle ortaya çıkabilir. Burjuva maddecilerinin yaptığı gibi, düşünenleri işkenceye tabi tutarak, zindanlara atarak, öldürerek ya da yasal baskılarla düşünceler değiştirilemez.

Marksist kuram dinin sınıf mücadelesinde oynadığı rolü tarihsel bakımdan inceleyip anlatırken, dini ne suçlar, ne de dinin insanlara ahlak ve kardeşlik duygusu verdiğini söyler, Dinle ilgili (iyi veya kötü) her şeyi toplumsal güçlerin ve hareketlerin kendilerini kavramlarla ifade etmeleri olarak kabul eder, bunu bu güçlerin ve hareketlerin doğal görünümü olarak görür. Dini sorgulayanlar, dinin kökenini, çeşitli şekillerini, devamlı değişim ve gelişmesini, ne bir ilahi fikirde, ne de

insanın doğasında, fakat yaşamın somut koşullarında, üretim güçlerinde, ilişkilerinde ve toplumsal örgütlenmede aramalıdırlar.

Marks'a göre din, somut dünyanın "ahlaki tedbiri, kutsal tamamlanması, bu dünyanın haklı çıkarılması ve avunmak için evrensel temeldir; din insan öz varlığının düşsel tasavvurudur, çünkü insan öz varlığı (ruhu) doğru gerçeğe sahip değildir." Dine karşı mücadele, dinin "ruhsal kökü olduğu" bu dünyaya karşı dövüştür. Din, baskı altındaki ezilen yaratığın "iç çekişidir, kalpsiz dünyanın kalbidir, ruhsuz durumun ruhu olduğu gibi ve halkın afyonudur." Marks'a göre, halkın "düşsel mutluluğu" olan dinin kaldırılması halkın gerçek mutluluğunu gerektirir; düşlerden vazgeçme isteği, bu düşlere muhtaç olan koşullardan vazgeçme isteğidir. Yani, düşleri ortaya çıkaran ve düşlerle beslenen koşulların ortadan kalkması ve aynı zamanda gerçek mutluluğu sağlayan koşulların gelmesiyle düşler silinip gider. Marks'a göre, tarihin amacı (yani insanın amacı) bu dünyanın gerçeğini kurmaktır. Böylece cennetin eleştirisi dünyanın eleştirisine, dinin eleştirisi doğrunun eleştirisine ve teolojinin eleştirisi siyasetin eleştirisine dönüşür (Marks, 1844: 226, 227).

MATERYAL VE DÜŞÜNSEL ÜRETİM BAĞI

Materyal hayatın üretimi sırasında insanlar bu üretime anlam veren düşünseli de üretirler. Kitle iletişimi ürünleri diğer materyal ürünlerden farklı olarak, içeriğiyle bilişin, bilincin ve ideolojinin üretimini yapar. Özlüce, kitle iletişimi aynı anda iki üretimi birden yapar.

Materyal hayatın ve bilincin üretimi arasındaki bağ çoğu kez basitleştirilerek alt-yapı üst yapı ilişkisi olarak ele alınır. Alt ve üst yapı kavramları çok tartışılan ve yanlış anlaşılmış (ya da yanlış sunulmuş) kavramlardır. En basit anlamda, altyapı toplumda üretim güçlerini, biçimlerini ve ilişkilerini içeren dinamik ekonomik yapı anlamına kullanılır: Üstyapı, altyapı tarafından oluşturulur. Altyapıyı tutmak, geliştirmek ve değiştirmek için karşılık veren örgütlenmeler, düşünceler, ideolojiler ve ilişkiler olarak ortaya çıkar. Dikkat edilirse, üstyapı bir sonuç olarak ele alınmaktadır. Aslında, belli bir üretim biçimi ve ilişkileri oluştuğu andan itibaren, karşılıklı bir etkileşim başlar. Altyapının sürekli olarak üstyapıyı kendine tamamen uyduracak

şekilde kesinlikle saptadığı, dolayısıyla üstyapının sadece bağımlı değişken olduğu fikrini Marks ve Engels kabul etmezler.

Altyapı, Marksist anlamda, maddi temel ve ilişkiler demektir. Üst-yapı ise, bu materyal temele "tekabül eden", o temelden çıkan ve temele destekleyici ve geliştirici tepkiler gösteren, fikirler, yasalar, eğitim ve toplumsal yönetim yapısıdır.

Alt-yapının üst yapıyı belirlediği, dolayısıyla Marksizmin "ekonomik indirgemecilik" olduğu fikrinin geçersizliği Marks'ın insan ve tarih anlayışında açıkça görülür: İnsan kendi tarihini yapar. Bunu kendini içinde bulduğu koşullarda yapar. İnsanlar ne içinde bulundukları koşulların esiridirler, ne de bu koşullardan bağımsız olarak kendi tarihlerini yaparlar. Yaşadıkları koşullarda oluşturdukları düşüncelerle koşulları değiştirmek için mücadeleyle kendi tarihlerini yaparlar. Böylece kendilerini ve toplumlarını oluşturur ve değiştirirler.

Kitle iletişimi, burjuva sosyologlar tarafından özellikle "mass media" (kitle araçları) gibi kavramlarla ifade edilir. Medyaya toplum içinde olduğu halde toplum üstü bağımsız bir karakter verilir ve iletişim araçlarının maddiliği karanlığa gömülür, maddi olmayan yanları abartılır. Bunun bir sonucu olarak kitle iletişim araçlarının ürünü (ileti, içerik) iletişim sürecinin yerini alır. Marks yaklaşımında incelemesini iletişim araçlarının (means) maddiliğinden hareket ederek yapmıştır. Örneğin ona göre, endüstri ve tarımın üretim yöntemindeki devrim, aynı şekilde üretimin toplumsal sürecinin genel koşullarında, yani taşıma ve iletişimin araçlarında bir devrimi zorunlu kıldı: İmalat döneminden sanayi dönemine aktarılan taşıma ve iletişim araçları bu yeni dönemin hızına, geniş dalgalanmalarına, sermaye ve emeğin üretimin bir alanından ötekine sürekli aktarılmasına ve yarattığı dünya pazarının gereksinmelerini karşılamada yetersizdi ve kendilerinin bu yeni sanayi biçimine hoş karşılanamaz bir engel olduğunu gösterdiler. Böylece yolcu gemilerinin yapımı, iletişim ve taşıma araçlarında (means) yaygın değişiklikler, nehirde işleyen buhar gemileri, demiryolları, okyanusta işleyen buhar gemileri ve telgraflar ile, geniş çaplı, sanayinin yöntemlerine yavaş yavaş uyduruldular. Marks'ın bu yaklaşımı basın, radyo, televizyon gibi öteki araçların kökenini araştırmada yol gösterici olabilir. Bunu izleyen adım belli iletişim

biçimlerinin sınıf yapısında, enformasyon pazarının görünümünde, para ve finans pazarlarında, tarımda, toplumsal hareketlerde, işçi direnişi biçimlerinin görünümünde devletin rolünde, enformasyon aygıtında, şehir ve köy arasındaki ilişkilerde ve işçi pazarında uyandırdığı etki biçimlerine bakabiliriz. Fakat her şeyden önce, iletişim araçlarının toplumsal ilişkileri ayarlamak ya da ayaklandırmasında oynadığı rol soruşturmalıdır. Bu bakımdan Marks sınıfların, bilincin, düşüncelerin ve ideolojinin üretimi üzerinde durmuştur.

Günümüzde, kitle iletişimin maddi yapısı, özellikle kitle iletişiminin üretimindeki teknolojik yapılar ve materyal ilişkiler anlamınadır. Düşünselin üretiminin materyal hayatın üretimiyle bağı sadece günlük materyal yaşamın üretimi sırasında kendiliğinden olmaz. Aynı zamanda, "üst yapı kurumları" veya Althusserci deyimle "devletin ideolojik aygıtları" olarak nitelenen örgütlü yapılar tarafından üretilir. Bu üretim günlük yaşamın üretilmesindeki egemenlik ve mücadelelerin dinamik yansımaları olarak oluşur ve değişir.

Toplumsal yapı ve devlet sürekli belli maddi sınırlar, varsayımlar ve koşullar altında aktif olan gerçek insanların yaşam süreçlerinden çıkarak gelişir. Devlet topluma dışarıdan zorla kabul ettirilmiş bir güç değildir, aksine, gelişmenin belli bir evresinde oluşan toplumun ürünüdür. Devletin varlığının nedeni, birbiriyle çatışan sınıfların olmasıdır. Sınıf düşmanlığını denetleyen devlet, normal olarak ekonomik bakımdan egemen olan sınıfın kontrolündedir. Egemen sınıf devlete sahip olmakla, ezilen sınıfın sömürüsünde ve aşağı tutulmasında yeni araçlara ve olanaklara sahip olur. Eski devlet, her şeyin ötesinde, kölelik koşullarını garantileyen köle sahiplerinin devletiydi. Feodal devlet köylü serfleri ve köleleri tutmak için soyluların bir organıydı. Çağdaş temsili devlet, sermaye tarafından kitleleri sömürme mekanizmalarını garantileyen ve geliştiren araçtır. Devlet sonsuzdan beri varolmamıştır. Devleti ve devlet gücünü bilmeyen toplumlar da varolmuştur. Gelişmenin belli bir evresinde, toplumun sınıflara ayrılmasını içeren evrede, devlet bu ayrılma nedeniyle zorunlu olmuştur. Üreticilerin üretimi özgür ve eşit birleşme temeli üzerine yeniden örgütlediği bir toplum, devleti antikler müzesine kaldıracaktır (Engels, 1884a: 216, 217). Devlet, egemen sınıfın

bireylerinin kendi ortak çıkarlarını teyit ettiği ve bir dönemdeki sivil toplumun tümünün özetlendiği bir şekildir. Bütün toplumsal örgütlerin biçimlenmesinde, devlet arabulucu olarak etkinlikte bulunur ve bu örgütler siyasal bir biçim alır. Dolayısıyla, yasanın özgür isteğe dayanması bir düştür. Hukukun din kadar az bir bağımsız tarihe sahip olduğu unutulmamalıdır. Sivil hukukta toplumdaki mülkiyet ilişkileri genel isteğin sonucu olarak ilan edilir (Marks ve Engels, 1846: 13, 60, 61). Devlet kendini önce insanlar üzerinde ideolojik bir güç olarak sunar. Özellikle tarihçiler, siyasetçiler, hukukçular ve yasa yapıcıları gibi profesyoneller devleti sınıflar üstü, toplum çatışmaları ötesinde bağımsız bir varlık olarak görürler. Dolayısıyla, ekonomik ilişkiler kökenini silip ortadan kaldırırlar. Sonuç olarak hukuksal biçim, ekonomik içerikten soyutlanır ve kendine özgü tarihsel gelişime ve bağımsızlığa sahip olduğu iddia edilir. Devletin ve hukukun bağımsızlığı iddiaları arttıkça devletin ve hukukun belli bir sınıfın organı olması da artar (Engels, 1888: 342).

Devlet ve toplumun yapısı, siyasal bakımdan, iki ayrı şey değildir: Devlet toplumun yapısıdır, aktif, bilinçli ve resmi ifadesidir. Devlet genel ve özel yaşam, genel ve özel çıkarlar arasındaki çelişki üzerine kurulmuştur. Devletin varlığı ile herhangi bir tür köleliğin varlığı birbirinden ayrılamaz (Marks,1844a: 216,217). Çağdaş devlet tarafından insan haklarının tanınması, eski devirdeki (antik çağdaki) devletin köleliği tanımasıyla aynı anlama sahiptir. Eski devrin devletinin temeli kölelikti. Çağdaş devletin temeli, sivil toplum ve bu toplumun bireyi; yani öteki insanlarla tek bağı özel çıkar olan, ücretli işin kölesi olan, bencil gereksinimleri olan, bağımsız kişidir. Çağdaş devlet bu temeli tanıdı, fakat yaratmadı. Çağdaş dünyada herkes köleliğe ve toplumsal yaşama aynı anda katılır. Fakat sivil toplumun köleliği görünüşte en büyük özgürlüktür. Çünkü, "imtiyaz" (örneğin mülkiyet sahibi olma), yerini "hak" ile değiştirmiştir, yani herhangi bir hakka sahip olmayı, bu hakkın gerektirdiği yaşamın unsurlarına sahip olmadan, özgürlük kabul etmek. Bu gerçek, kişinin mutlak köleliğinin ifadesinden başka bir şey değildir (Marks ve Engels, 1845:218,219). Örneğin, Amerika'da pamuk tarlalarında çalışan, mal gibi alınıp satılan, efendisine ve toprağa bağlı zenci köleler endüstrileşmenin

gerekleri sonucu burjuvazi tarafından bu tür kölelikten azat edildiler. Burjuvazi, feodalitenin kölelerine özgürlük verdi, ama bu onları burjuvazinin ücretli köleleri haline getirdi. Zencilerin ve tüm işçilerin yüz yüze geldikleri bu yeni ilişkiler ve durum, en büyük özgürlük olarak sunuldu. Sivil toplumun üyelerini birlikte tutan, birbirine bağlayan devlet değil, insanların temel gereksinmeleri, çıkarlarıdır. Bu nedenle, gerçekte, devlet sivil hayatı değil, sivil hayat devleti ayakta tutar (Marks, Engels, 1845: 220). Sivil toplumu koruduğu bahanesiyle çeşitli başka organlarını (ordu, polis gibi) harekete geçiren devlet, gerçekte, kendi varlığını biçimlendiren toplum şeklini, çıkarlar düzenini, dolayısıyla kendini korumak zorunluluğu ile hareket etmektedir. "Günümüzün toplumu" bütün uygar ülkelerde varolan ve her ülkenin kendine özgü tarihsel gelişimi ile az çok farklı ve gelişmiş olan kapitalist toplumdur. Öte yandan, günümüzün devleti Almanya'da, İsviçre'de, İngiltere'de, Amerika'da, kısaca her ülkede farklıdır. Bu farklılıklara karşın, bu devletlerin hepsi de çağdaş burjuva toplumuna dayanır ve belli temel ortak özelliklere sahiptirler (Marks, 1875: 255).

"Özgür devlet" nedir? Alman İmparatorluğunda devlet, Rusya'daki devlet kadar özgürdür. Özgürlük, devleti topluma egemen olan bir organdan, topluma tamamıyla bağımlı organa dönüştürmeyi içerir. Bugün devlet şekilleri devletin özgürlüğünü kısıtlama derecesine göre az ya da çok özgürdür (Marks, 1875: 255).

Devlet egemen "irade" üzerinde durmaz, bunun yerine, kişilerin maddi yaşam biçimlerinden çıkar ve egemen bir "irade" şekline sahiptir. Eğer bu "irade" egemenliğini yitirirse, bu sadece "iradenin" değiştiğini değil, aynı zamanda insanların iradelerine karşın yaşamları ve maddi varlıklarının da değiştiği anlamına gelir (Marks, 1846: 227).

Yasa ilkel toplum ve özel mülkiyetle aynı anda gelişir. Sivil hukukun gelişmesi mülkiyet ilişkilerinin gelişmesiyle oluşup biçimlendi. Sivil hukukta varolan mülkiyet ilişkileri genel iradenin (halkın isteğinin) sonucu olduğu ilan edilir (Marks ve Engels, 1846: 61). Pozitivist-deneyci kuramda yasalar anayasa ile ilgili yasalar, sanki Tanrı vergisi gibi varlıkları ve geçerlilikleri hiç soruşturulmaz: Sorun, kişilerin bu yasalara uyması, uymayanların da çeşitli yollarla uydurulması olur. Marksist yaklaşım, yasaların toplumsal üretim biçiminden çıktığını ve

bu biçimin değişimiyle değiştiğini belirtir. Bunu Engels (1890: 54) şöyle açıklar: Çağdaş devlette yasa hem genel ekonomik konuma ve bu konumun ifadesine karşılık olmak zorundadır; hem de, iç çelişkilere karşın, kendi içinde tutarlı olmak zorundadır.

Toplumların iş yerlerinde, işe alınmaktan çalışma koşullarına ve işten atmaya kadar çeşitlenen ilişkilerden geçerek üretilen bilinç, devletlerin okullar, polis ve ordu gibi resmi baskı ve eğitim kurumlarında üretilenlerle desteklenir. Günümüzde bu planlı üretim işini kitle iletişim araçları özelikle kapitalist pazar ideolojisini yayma işinde yaygın bir şekilde yapmaktadırlar.

Dikkat edilirse, iletişim insan ve toplumun var oluşunun her anı ve yerinde olan bir kaçınılmazlıktır. Kitle iletişimi ise, öncelikle pazarın üretimi ve pazarın bilinç yönetimi içinde yer alır. Bu gerçeğe rağmen iletişimin "nereye aitliği" sorusu üzerinde tartışılan önemli bir sorun olmuştur. Bu sorunla birlikte ideoloji, maddi taban ve belirleyicilik, üst yapıyı bağımsızlaştırma gibi tartışmalar ortaya çıkmıştır.

İletişimin Nereye Altliği Sorunu

Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımların en baş sorunlarından biri, gerçi büyük ölçüde çözümlenmiştir, iletişimin, özellikle kitle iletişiminin üst-yapının mı yoksa alt-yapının mı bir parçası olduğu; üst-yapı mı yoksa alt-yapı birimi mi olarak ele alınması sorusu olmuştur. iletişim, en geniş anlamıyla, fikirlerin, sembollerin, anlamların iletimi, alışverişi olarak ele alınırsa, o zaman üst-yapı birimidir. Dolayısıyla, üst-yapı gibi ele alınıp incelenmelidir. Elbette bu, bilimin toplumsal oluşumları ve etkinlikleri incelemede "gruplandırma, sınıflandırma, kategorileştirme" alışkanlığının bir yansımasıdır. Fakat gene de önemlidir. Çünkü üst-yapı olarak ele alındığında, eğer üst-yapı birimi değilse, o zaman kuramsal hata yapılmış olunur. Bu durum, özellikle kitle iletişim araçları söz konusu olduğunda ortaya çıkar: Kitle iletişimi nereye aittir? Örneğin, Althussercilere göre devletin ideolojik aygıtlarının yani-üst yapının önemli bir parçasıdır. Kültürelciler için de genellikle bu böyledir. Bize göre, eğer inceleme ve tanımlama için ayrılması gerekirse, ideolojik faaliyetleri ve içeriği nedeniyle üst-yapıya ve ekonomik örgütler olarak alt yapıya-aittirler. Fakat şunu unutmayalım; alt ve üst-yapı birbirinden bağımsız iki ayrı şey değildir.

Marksist siyasal ekonomistlere göre, kitle iletişimi, ticari bir örgüt olarak ekonomik alt-yapıya aittir; Siyasal ekonomi içinde, son gelişmelerde, bazılarına göre (örneğin Murdock ve Curran), medya ürettiği ürün bakımından aynı zamanda üst-yapının önemli bir parçasıdır. Bize göre, aynı yorum her endüstrinin üretimi için de geçerlidir: Maddi üretim biçimi aynı zamanda kendinin düşüncel ve ideolojik üretimini de yapar. Fakat kitle iletişiminin diğerlerinde farkı, ürününün karakterinin giyecek, yiyecek, içecek gibi materyal bir karaktere değil de, sembolik, ideolojik ve düşünsel karakter taşımasıdır. Elbette eğer işe ürünün "anlamsal içeriğinden" başlarsak, o zaman "metin analizi" veya "kültürel" analizi başlangıç noktası yaparız. Fakat eğer ürüne ürünün üretim biçimi ve ilişkileri içindeki yerinden başlayarak yaklaşırsak, o zaman Marksist siyasal ekonomik incelemesi yapmamız gerekir.

İdeolojiye Yaklaşım Biçimi Sorunu

İkinci bir sorun ideolojinin ele alınışıyla ilgili olandır. Marks'ın *Alman İdeolojisi* yapıtında ideoloji kavramının kullanılışı farklı yorumlara yol açmıştır. Marks ideolojileri belli bir toplumsal bilinç biçimi olarak tanımlar. İdeoloji yasal ve siyasal ilişkilerle birlikte üstyapıyı meydana getirir. Bu üstyapı üretim ilişkileri tarafından belirlenen "gerçek temel" üzerinde kurulmuştur ve bu temele tekabül eder. Gerçi "tekabül etme" aynen yansıtan belirleyici bir ilişkiyi zorunlu kılmaz, fakat "gerçek temel" üzerinde kurulması bu üstyapının üretim biçimi ve ilişkilerinden çıkıp geldiğini anlatır. Marks, özellikle Grundrisse'de ideolojilerin kendi görece bağımsızlığı, kendilerine özgü farklı özellikleri olduğunu, dolayısıyla "tabana" bağımlılığı karmaşık ve dolaylı bir bağımlılık olduğunu belirtir.

Bennett'e göre (1977), ideoloji kavramı "çarpıtma" anlamı taşır. Fakat bu çarpıtma Marks'ın kullandığı anlamda öznel istekle yapılan bir saptırma ve tahrif etme değildir. Egemen toplumsal ilişkilerin ortaya çıkardığı bir sonuçtur. Marks egemen sınıfın egemen düşüncelerinden ve bu düşüncelerin zihinsel üretim yoluyla zihinsel üretim araçlarına sahip olmayanlara olan ilişkisinden söz ettiğinde, sınıflar arası düşünce, düşünce üretimi, tüketimi ve alışverişini açıklar. Kitle iletişimi açısından bu bağlamda belli inceleme konuları ortaya çıkarır:

Birincisi, düşünsel üretim araçları olarak kitle iletişim araçlarının sınıfsal sistem içindeki yerinin saptanmasıdır. Bu da, bu araçların mülkiyet yapısı ve egemen sınıfların bu araçların işleyişi üzerindeki denetleme biçimlerinin incelenmesini gerektirir.

İkincisi, kitle iletişim araçlarının ilettiği (veya çerçevesi için de çalıştığı) düşünceler, değerler sistemi ve kitle iletişim araçlarının düşünsel üretime nasıl katkıda bulunduğudur. Genellikle burada incelemeler kitle iletişim araçlarının işleyiş ve üretim yöntemleri, profesyonelleşme, metin çözümlemesi gibi ideolojik pratiğin yapısı, biçimi ve nasıl çalıştığı üzerinde durur.

Üçüncüsü egemen üretim ilişkileri içinde karşıt, devrimci iletişim biçimlerinin ve ilişkilerinin oluşumu ve gelişimini araştırır.

Dördüncüsü kitle iletişim sisteminin, çelişkileriyle birlikte, genel toplumsal yapının ekonomik, siyasal ve ideolojik yanları ve bu yanların birbiriyle ilişkisi içinde aldığı yerin makro bakımdan incelenmesidir. Bu konular ekonomik, siyasal veya toplumsal pratiğin somut sorunlarıyla ilgilidir, soyut değildir. Marksist incelemenin amacı, kitle iletişimi hakkında karşıt iletişim sistemlerinin üretiminde kullanılabilecek, egemen ideolojinin etkilerini karşılığı ile denkleştirebilecek ve ezilen toplumsal gruplar ve sınıflar içinde devrimci bilincin şekillenmesine katkıda bulunabilecek bilgî elde etmektir.

Marks'ın bilinç ve ideoloji ile ilgili incelemelerinin kapsam ve derinlik bakımlarından yetersiz olduğu açıktır. Marks, bu konuya eğileceğini belirtmesine rağmen, kapitale ve diğer etkinliklere ayırdığı zaman nedeniyle vakit bulamadı. Fakat gene de, yukarda belirttiğimiz yapıtlarında, temel bir görüş ortaya koydu. Düşünceler, fikir, bilinç ve ideoloji anlayışından hareket ederek yapılan Marksist incelemeler, örneğin, iletişim yapısının ideolojisi ve ideolojik pratikleri; bu pratiklerin toplumsal yapı içindeki anlamları; medya-profesyonelliği ve ideolojisi; iletişim ürününün ideolojik içeriği; egemen kültür ve anlayış ve bunların iletişimdeki yeri; kültürel/ideolojik egemenlik ve emperyalizm; kitle iletişim araçlarının egemen ideolojik pratiklerin içinde aldığı yer; ideolojinin kültürel, siyasal ve iletişim etkinliklerinde tuttuğu yer; kitle iletişim araçlarının ideolojik propaganda için kullanılmaları; haberin, eğlencenin, basının kültürel ve ideolojik yapısı ve bunun toplumsal

yaşamdaki anlamları; yerel-kültürel pratiklerin egemen ve dış kültürel ürünlerin egemen baskısıyla düştükleri durum; yabancılaşma ve bilinç yönetiminde kitle iletişiminin yeri; emperyalist ideolojik egemenliğin iletişim ürünlerinin biçimleriyle taşınması gibi konulara eğilirler.

Maddi Taban ve Belirleyicilik Sorunu

Maddi taban, yani alt-yapı sorunu, üst yapıyı belirleme, üst-yapıyla ilişkisinin karakterinin niteliği sorusunda, yukarda tartıştığımız gibi, problematik olarak ortaya çıkmıştır. Marks *Siyasal Ekonominin Eleştirisine Katkı* yapıtının önsözünde kapitalist üretim biçiminin ideolojisini inceleme niyetini belirtmiş, ancak, ömrü geniş çapta bir inceleme yapmaya yetmemiştir. Dolayısıyla, bu konunun incelenmesi ve geliştirilmesi Marks'tan sonrasının bir sorunu olmuştur.

Marks'ın yaklaşımının yapısını belirten temel kavram üretim biçimidir. Kavramı, sadece toplumun ekonomik çalışmasına uygulamak ve üretim biçimini sadece maddi mallara sınırlamak mümkündür. Fakat üretim biçimi denildiğinde bütünüyle tarihsel bir toplumdan bahsediliyor. "Üretim biçimi eşittir ekonomi" yanlış bir tanımdır. Üretim biçimi bütünüyle bir toplumun materyal ve düşünsel kendini nasıl ürettiğini anlatır. Dolayısıyla, bu kavramı sadece ekonomik yapı değil, aynı zamanda siyasal ve hukuksal üstyapılar için de kullanabiliriz. Örneğin adalet sisteminin kendini üretmesi suç ve cezanın üretilmesine bağlıdır. Suçun olmadığı, üretilmediği yerde, yasasıyla, polisiyle, mahkemesiyle ve hapishanesiyle adalet sistemi ve bu sistemi besleyen hukuk fakültesi gibi diğer sistemler yoktur.

İletişim aygıtlarının çalışma biçimi ürün üretimi ve ilişkisini belirler; insan etkinliklerinin tümünü koşullandıran üretim ve ilişkinin/alışverişin genel mekanizmalarına karşılık olur. Genel olarak, iletişimi üretim biçimi bütün üretim araçlarını, çalışma yöntemlerini ve iletişimin süreci içinde kişiler arasında yerleşmiş üretim ilişkilerinin tümünü içerir. Bu alan içinde, televizyon, radyo, sinema, basın sistemlerinin nasıl kurulduğu incelenir. Bu sistemlerle belli toplumsal ilişki modellerinin nasıl başarılı bir şekilde yerleştirildiği araştırılır. Sınıf mücadelesi koşulları içinde üretim güçlerinin gelişmesi sonucunda bu sistemlerin nasıl değişmiş ve değişmekte olduğu üzerinde durulur.

Üretim biçimi aynı zamanda yasal, siyasal ve ideolojik üstyapıları da içerir. Bu bakımdan basın ve düşünce özgürlüğü, düşünceler ve toplumsal pratikler ve iletişimcilerin profesyonel ahlak ilkeleri ile uğraşan ideolojik biçimler oluştururlar. Bu ideolojik biçimler, iletişim ve haber alanı içinde, iletişim sürecini belli bir çerçeve içine hapseder ve üretim biçimi içindeki toplumsal ilişkilerin tümünü üretme fonksiyonunu meşrulaştırır. Burada üzerinde durulan konular basın ve ifade özgürlüğü hakkındaki düşünceler, iletişim devrimi miti, iletişim işgücünün toplumsal bölünme ilkesi, halkoyu kavramı, nesnellik, kitle kültürü, kalkınma, iş ve boş zaman ayrımı gibi konular ele alınır. Bu düşüncelere ve kavramlara karşılık olan toplumsal pratikler ideolojinin çalıştığı/işlediği alanının ayırt edilemez bir boyutudur.

Marksist yaklaşımların pozitivist-okul eleştirilirken alt-yapı konusu açıktır: Genel olarak iki önemli nokta pozitivist-deneyci okul tarafından ya unutulmuş ya da görmezlikten gelinmiştir: Birincisi, ideoloji sadece düşünceler veya temsiller sistemi değildir; her şeyin ötesinde ve üstünde toplumsal pratikler setidir (yani birbirine bağlı bir bütün oluşturan parçalar bütünüdür). Böyle olunca, gazeteciliğin ideolojisi sadece nesnellik, basın özgürlüğü, halkoyu, iletişim bilimi hakkındaki düşünceleri değil, aynı zamanda gazeteciliği düşünmenin ve gerçekleştirmenin tek yolu olarak kuran pek çok pratikleri kapsar. İkincisi, eğer her kapitalist toplumda bir burjuva kültürü, bir egemen ideoloji varsa, demokratik ve sosyalist kültürün elemanları da vardır. Dolayısıyla, ideolojinin analizi egemen ideoloji alanına hapsedilemez. Çünkü, eğer egemen bir ideoloji varsa, aynı zamanda egemenlik altında olan bir ideoloji, daha doğrusu egemenliğe karşı mücadele eden bir ideoloji veya ideolojiler de vardır. Bize göre, Marksist incelemeler egemen ideolojiler üzerinde büyük ağırlık vermiş fakat işçi sınıfının kültürü ve iletişimi üzerine yeterince eğilmemiştir. Öyle ki üstyapıya eğilen metin analizcileri, üst-yapıyı alt yapıya çökerterek alt-yapıyı da üst-yapının bir parçası yapan yaklaşımlar (örneğin post-Althusserciler, post-modernistler), tekelci kapitalizmin kitle üretiminde bilinç endüstrisinin gücü içinde mücadeleci sınıfları eriten Frankfurt okulu, yaklaşımlarında çalışan sınıfların mücadele kültürünü büyük ölçüde dışarıda bırakmışlardır.

Marksist ve Marksist yönelimli okula göre, egemenlik yönetici sınıfın üretimin koşullarını denetleme pratiğidir. Özellikle sanayileşmiş toplumlarda, egemenlik pratikleri egemenlikle birlikte gider: Bu pratikler ve ötekilerle, egemen sınıf günlük yaşama kendi yönetimini sokar, fakat toplumsal iletişim ilişkileri sadece egemenlik tarafından şekillendirilmez. Sınıf sisteminin evriminden çıkan çelişkiler ve çatışmalar tarafından da biçimlendirilir. Bu çelişkiler ve çatışmalar egemenliğin yapısına meydan okur ve toplumsal değişim için bir dürtü sağlar. Egemenlik ve çelişki mücadeleyi büyütür (Mosco, 1983).

Bize göre, üstyapı, alt-yapı gibi insanların toplumsal varlıklarının ifadeleridir. Düşüncelerin ve görüşlerin üretilmesi bağımsız bir şekilde, kendiliğinden, insanın iradesinden bağımsız olarak oluşmaz. Düşünceler maddi etkinliklere, gerçek yaşam süreçlerine ve pratiğine, insan ilişkilerine bağlıdır. Düşünceler bir şeyler ve birileri içindir; bir şeyler ve birileri hakkındadır. Düşünceler hakkındaki düşünceler bile insan yaşamıyla ilişkilidir. Düşünce iletim ve üretim kurumlarının hem kendileri hem de ürettikleri örgütlü yaşamdan ve yaşamın materyal ve materyal olmayan ifadelerinden bağımsız değildir. Düşünen insan örgütlü güç yapıları ve ilişkileri içinde yaşayan insandır. Dolayısıyla, düşüncesi materyal ilişkiler yapısından bağımsız değildir; aynı zamanda o materyal ilişkiler yapısını da değiştirme gücünden yoksun bırakılmıştır. Özgürlük ve bağımsızlık satan bir gazeteciyi düşünün: Onun sattığı özgürlük ve bağımsızlık bağlı olduğu firmanın çıkar ve mülkiyet ilişkileriyle belirlenen özgürlük ve bağımsızlıktır. Bu çerçeveye aykırı olan "özgür düşüncenin" ifadesi risklidir: Gazeteci egemen olan düşünsel üretim pratikleri ve doğasını kendi farklı "düşüncesini ifade ederek" farklı "praksisle" değiştiremez. Bu lüks ona verilmemiştir. Dolayısıyla, yoksun bırakılmış sınıflar için risk alıp mücadele koşulu yaratılmıştır.

Üstyapıyı Bağımsızlaştırma Sorunu

İnsan yerine bilinçten hareket etmenin ortaya çıkardığı yanlışlığı Marks şöyle belirtir: Kurulu iletişim ilişkileri kendilerini aynı zamanda siyasal ve yasal ilişkiler olarak ortaya koyar. Dilde bu ilişkiler sadece kavramlar biçiminde görülür. Bu kavramlar bir bakıma esrarengiz güçler olarak kabul edilir. Bu kabul yanında, siyasal bilimciler ve

hukukçular günlük bilinçte bu kavramlara aynı zamanda belli bir geçerlilik ve daha fazla ilerleme tanırlar; bu kavramlarda mülkiyet ilişkilerinin gerçek temellerini görürler. Örneğin, varolan ilişkiler yasalara göre düzenlendiği için, gerçek ilişkilerin temeli gibi görünür ya da öyle gösterilir. Eğer varolan sistemde günlük etkinliklerin nasıl yapıldığına bakarsak zorunlu olarak bu sonuca varırız: Örneğin, ev alacak veya satacak olan, bunu yasalara uygun işlemlerle yapar. Böylece bu işlemlerle ev alışveriş ilişkisinin temeli bu ilişkileri düzenleyen yasalar olarak görünür.

BÖLÜM XII

1980'LER ÖNCESİ:
MARKSİST VE ELEŞTİREL KURAMLAR ARAŞTIRILAN KONULAR

Marksist ve eleştirel iletişim kuramlarının orijini eski Yunan'da Plato'nun gerçeği elde etme yöntemi olarak kullandığı sokratik diyalektik anlayışına kadar gider. Fakat en belirgin ve somut şekliyle Marks'ın insan ve toplum anlayışından gelir. Eleştirel kuram adı altında birçok yaklaşım toplanabilir: Frankfurt Okulu, Marksist ve yeni-Marksist siyasal ekonomi, eleştirel kültürel incelemeler, Marksist Feminist kuram, post-kolonicilik bunlardan sadece birkaçıdır.

Eleştirel iletişim kuramlarında toplumdaki iletişim sorunu materyal ve düşünsel üretimde yanlış yansıtma, bilinç yönetimi ve dışarıda bırakmayı, yabancılaşmayı getiren ve sürdüren üretim tarzı ve ilişkileri sorunudur. Bu kuramlar iletişim yapısının, ilişkilerinin ve ürünlerinin işlevlerini, amaç ve sonuçlarını, evrenselliğini, normalliğini, doğallığını ve geçerliliğini soruşturur ve açıklar.

Kitle iletişimiyle ilgili olarak Marksist yaklaşımlar temel olarak iki yönde gelişmiştir. Birincisi kitle iletişiminin kapitalist ülkelerde gelişmesini iletişimin üretimi ve ilişkileri bağlamında ele alan yaklaşımlardır. Bu yaklaşımlar Marksist veya Neo-marksist tarihsel materyalist veya siyasal ekonomi yaklaşımları olarak nitelenir. Marks'ın üretim biçimi ve ilişkilerine ağırlık vererek toplumdaki iletişimi anlamaya çalışır. Üzerinde durduğu inceleme alanına, konusuna ve ele aldığı iletişim aracına göre değişiklikler gösterir. İkincisi, Marks'ın düşünce, ideoloji ve bilincin üretimi ve işlevleri üzerindeki görüşlerinden hareket ederek geliştirilen yaklaşım ve incelemelerdir. Bu çalışmalar başta ideoloji ile üretim ilişkileri arasında bağ kurmuşlar ve kültür/bilinç endüstrilerinin yapılarıyla ideolojik egemenliği ilişkilendirmişlerdir. Bu yaklaşım ve incelemeler "eleştirel okul" ve "eleştirel incelemeler" olarak isimlendirilir. Eleştirel okul denince ilk akla gelen Frankfurt okuludur. Eleştirel okul geleneğine sonradan

"kültürel incelemeler" eklendi. Eleştirel kültürel incelemeler özellikle İngiltere'de Hoggart ve Williams'ın önderliğinde kurulan merkezle 1960'larda başlamıştır. Eleştirel kültürel incelemeler zamanla Marksizm'den uzaklaşan ve idealist felsefeye yaklaşan bir dönüşüme uğradı. Bu dönüşüm sırasında, özellikle 1980'lerde eleştirel kültürel incelemeler bağımsızlık ve öncelik iddialarıyla üretim biçimi ve üretim ilişkileri temelinden kopartıldı.

Marksist yaklaşıma göre, iletişim sorunu, özlüce, (a) üretim, dağıtım, dolaşım ve tüketimin doğası ve ilişkileri ve (b) ideoloji, bilinç yönetimi, egemenlik ve mücadele bağlamında ele alınır.

Bazen yapısalcı metin çözümleyiciler (Althusserci ve post-Althusserciler) kültürelcilerden ayırt edilerek üçüncü bir grup ve Frankfurt okulu dördüncü bir grup olarak ele alınır. Buna benzer olarak, Samuel Becker, Marksist yaklaşımları dört kategoriye ayırır: (1) Hitabet ve edebiyat bakımından metin yorumlaması (rhetorical and literary criticism) yaklaşımı; (2) kitle iletişimi belirtilerini kültürel paternlere bağlayan kültürel incelemeler; (3) toplumsal, siyasal veya ekonomik değişime karşı kitle endüstrilerinin ve pratiklerini değerlendiren karşılaştırmalar; (4) kapitalist toplumdaki kitle iletişim araçları ve enformasyonun örgütsel altyapısının siyasal ekonomi yaklaşımıyla incelenmesi (Becker, 1984).

Bu kitapta önce, yaklaşımların genel eğilimine, toplumsal incelemeyle ilgili sorularda işe hangi yandan başladığına bakılarak, marksist yaklaşımlar iki genel kategoriye ayrıldı: (1) Maddi üretim ve ilişkilere ağırlık veren yaklaşımlar, (2) kültürel ve ideolojik alana ağırlık veren yaklaşımlar. Bunu yaparken, ne bu yaklaşımların birbirine karşı olduğu, ne de altyapı ve üstyapı ikileminin birbirinden ayrı olduğu düşüncesiyle hareket edildi. Sadece toplumsal oluşum ve sürecin hangi genel yanına ağırlık verdiklerine göre sınıflandırıldı. Sonra, bu iki kategori içine düşen yaklaşımları sunuldu.

1960'larda Marksist felsefeye dayanan iletişim açıklaması önem kazanmaya başladı ve gelişti. 1980 öncesi Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımlar kabaca üç ana kategori içine düşerler:

(1) **İletişimin siyasal ekonomisi ile ilgili konulara eğilen yaklaşımlar**: Bu yaklaşımlar (a) İletişimin siyasal ekonominin ulusal

yanının inceleyen yaklaşımlar: Kapitalist iletişim sistemini ve faaliyetlerini inceleyen araştırma ve kuramlar ve (b) uluslararası ekonomik düzene ve iletişimde emperyalizm sorusuna eğilen yaklaşımlar: Yeni-sömürgeciliğin veya emperyalizmin genel iletişim yapısını inceleyenler olarak iki alt-bölüme ayrılabilir. Birinci tür yaklaşımlar sosyo-ekonomik yapıya öncelik veren siyasal-ekonomi yaklaşımlarıdır. Bu yaklaşımlar iletişim konusunu ekonomik ilişkiler ve yapılar konusu içinde ele alır ve incelerler. Bu incelemelerde Marks'ın Kapital'indeki yapı inceleme anlayışı egemendir. İletişimde, Marksist yaklaşım, örneğin, iletişim kurumlarının ekonomik yapısı; pazar ilişkileri; tekelleşme ve pazar kontrolü; iletişim ürünlerinin üretimi ve dağıtımındaki yapısal durum ve ilişkiler; üretim biçiminin ve teknolojisinin yapısı; iletişim profesyonelleri ve emekçilerinin iletişim örgütleri içindeki yeri ve sahiplikle olan ilişkisi; iletişimde mülkiyet ilişkileri; mülkiyet ilişkilerinin ürünün yapısını belirlemesi; kapitalist iletişim düzeni, düzenin örgütleniş ve çalışma ve gelişme biçimi, iletişim faaliyetlerinin amaçları ve iletişim örgütlerinin görevleri ele alınır ve açıklanır. Siyasal-ekonomi incelemeleri, üretim tarzından ve ilişkilerinden hareket ederek, düşünsel ve yönetimsel üst-yapıyla ilgili yorumlar yaparlar. Bu incelemeler, aynı zamanda, uluslararası iletişimde, kurumsal ve teknolojik yapıların transferi, ürün transferi ve bu yapılarla birlikte gelen profesyonel pratiklerin ve ideolojinin transferi üzerine eğilirler. Marks'a ve bu tür yaklaşımlara yapılan ana eleştiri "ekonomizm," yani çok fazla ekonomi ve çok az "insan arzusu" ve bilinçli veya bilinçsiz insan etkinlikleri üzerine olmuştur: Örneğin, ilerde, S. Hall ve kültürelcilerin eleştirilerinde göreceğimiz gibi, Marksist "yansımacılık," yani üst-yapının ayna gibi aynen alt-yapıyı yansıttığı görüşünün yanlış olduğu ve bire bir (ayna gibi yansıma) olmadığı belirtilir. Marks hiçbir zaman "ayna gibi yansıma" olduğunu belirtmedi, fakat belirleyici egemen faktörün üretim biçimi ve ilişkileri olduğunu ve düşünsel üst yapının ve üst-yapı örgütlerinin kendilerini bağımsız olarak görmeye başladıklarını ve alt-yapıya tepkide bulunduklarını açıkladı. Bu nedenle, Hall ve benzerlerinin Marks'ı "teknolojik determinist" olarak ele alan "Marksist" yaklaşımlara karşı öne sürdükleri eleştiri Marks'ın kendisine uygulandığında yanlıştır.

(2) **Üst yapıya (ideoloji, kültür ve kültürel örgütlere) eğilen yaklaşımlar:** Bu yaklaşımlar 1980 öncesinde (a) kültür ve ideoloji eleştirisiyle gelen Frankfurt okulunun kitle kültürü eleştirisi, (b) Althusserci yapısalcılık ve Gramsci'nin anlayışından etkilenen eleştirel kültürel incelemeler yaklaşımları ve (c) uluslararası iletişim kuramında, Marksist ve Neo-marksist bağımlılık kuramından gelen kültürel emperyalizm tezi olarak üç ana gruba ayrılabilir. 1970'lerde kültür ve iletişim görüşlerine Gramsci'nin önemli etkileri oldu. Gramsci Marksist yaklaşıma "hegemonya," "tarihsel blok," "sosyal ittifak" kavramlarını getirdi. Hegemonya bir sosyal grubun toplum üzerinde entelektüel ve ahlaksal liderlik ve kendi projeleri etrafında yeni sosyal ittifaklar sistemi kurması kabiliyeti olarak tanımladı. Bu ittifakı "tarihsel blok" olarak niteledi. Gramsci için "hegemonya fabrikada doğar." Bunun bir yorumunu şöyle yapabiliriz: "Metin" ve "metini okuma" (örneğin televizyon programını seyretme ve anlamlandırarak televizyon önünde mücadele verme) mücadelenin merkezi değildir. Mücadelenin merkezleri materyal üretim ve ilişkiler düzeninin kanlı ve canlı alanlarıdır. Bu alanlar mülkiyet yapıları içinde örgütlenmiş ve denetim altına alınmıştır. Dilsel yapısalcılıkta ideoloji, üretim süreci dışında bırakılarak kendi kendini üreten ve kendi kendine egemenlik sürdüren ve mücadeleler veren baskın bir konuma getirilmiştir.

Eleştirel kültürel incelemelerin çıkış noktaları Marks'ın Alman İdeolojisi, Kapital, Ekonomi Politiğin Eleştirisine Giriş, Kutsal Aile ve Grundrisse'de parçalardır. Bu incelemeler 1960'ların Neo-Marksist Bağımlılık ve Emperyalizm kuramlarıyla gelişmiştir. Bu incelemeler uluslararası ekonomik düzen; bu düzende yer alan ülkelerin iletişim sisteminin özellikleri; bu özelliklerin neden bu biçimi aldığı; ekonomik emperyalizmin ve sömürünün iletişim alanında da uygulanması; teknoloji ve örgüt satışıyla kapitalist yapıların diğer ülkelerin yapılaşmasını biçimlendirmesi veya etkilemesi; iletişim ürünü akımıyla sadece ekonomik çıkar sağlama değil, aynı zamanda bilinçleri ve kültürel pratikleri etkileyerek kapitalist pazar sisteminin satışının yapıldığı; bütün bunlara karşı mücadele biçimlerinin ne olduğu veya ne olabileceği üzerinde dururlar. Eleştirel kültürel incelemeler frekans dağılımına dayanan klasik niceliksel içerik analizini ve önceden

kodlanmış survey anketi metodunu terk etmişlerdir. Buna neden olarak da, bu yöntemin "bitkin ve geri medeniyete" ait oldukları belirtilmiştir (Lewis,1997:84).

Kültürel araştırmalar sayıma ve istatistiğe dayanan niceliksel eğilim yerine, belli bir sosyal süreci yakalayıp anlam kurmayı detaylı bir yazılı, görüntülü veya sözlü söylemsel bağlam içinde açıklayan niteliksel karaktere sahiptir. [53]

Niteliksel kültürel analiz bir tv izleme durumuna baktığında "burada insanlar tv izliyor ve seyrettiklerine bir anlam vermeye çalışıyor" üzerine eğilir. Niceliksel kültürel içerik analizi ise sayısal dağılıma veya merkezi yönelime eğilerek "ne kadar kimin" (yüzde kaç kişinin) ne anlam verdiğine bakar. Niteliksel incelemede anlamlar sosyal süreçler olarak ele alınırken, diğerinde sayılarla belirlenen niceliksel dağılım üzerinde durulur. Özlüce, Marksist yönelimli kültürel incelemeler ve liberal çoğulcu kültürelciler, kelimenin en geniş anlamıyla, belli kültürel anlam taşıyan kelimelerin frekans dağılımlarıyla değil, kelimelerin anlam yükleriyle oynarlar. Kültürel incelemelerin bazıları, Marksist yönelimli diğer kültürelcilerden gelen şiddetli karşı eleştirilere rağmen anlam verme analizlerinde niceliksel metodu kullanmışlardır. Örneğin İngiltere'de Glasgow Grubunun yaklaşımı böyle olmuştur. Bunun yanında eğer kültürel farklılıklarla ilgili yorum amaçlı ve izleyici izlemelerinin dağılımı üzerine incelemeler yapılırsa, genellikle çeşitli niceliksel yöntem geliştirilmiştir (örneğin D. Morley, J. Radway, I. Ang, D. Hobson, B. Hodge, J. Lewis). Fransa'da P. Bourdieu survey metodunu kullanarak sınıf analizi ve kültürel farklılık araştırmasına önderlik etmiştir.

Uluslararası kültürel ilişkilerde tutucu okulun kültürel kontak ve alışveriş tezine alternatif olan ve kapitalizmin uluslararası serüveninin kültürel yanının açıklayan kültürel emperyalizm tezi 1960'ın sonlarında (özellikle Latin Amerika'da) önem kazandı. Bu kuram Amerikan akademisyenleri (örneğin Schiller), UNESCO ve UNESCO'yla çalışan

---

[53] *Bağlam olarak nitelediğimiz "context" kavramını kesinlikle "içerik" olarak ele almıyoruz, çünkü içerik ayrı bir şeydir. Söylemsel bağlam, söylemi bağıntılı olduğu bütünlük içinde ele almak anlamınadır.*

Latin Amerikalı, Amerikalı ve Avrupalı akademisyenler tarafından yaygınlaştırıldı. 1970'lerde Kanadalı D. W. Smythe ve Belçikalı A. Mattelart buna katıldı. Bu tez UNESCO'daki Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni hareketine kuramsal temel oldu. Örneğin Nordenstreng, Varis ve Galtung'un yaptığı "enformasyon akışı" incelemeleri UNESCO'da karar verileri olarak ele alındı. Schiller ve Mattelart gerçi UNESCO'nun girişimine şüpheyle baktılar, fakat yazıları UNESCO hareketine önemli etkiler yaptı.

1970'lerin sonunda özellikle Latin Amerika'da yaygın olan Neo-Marksist bağımlılık kuramına bağlı olarak gelişen kültürel emperyalizm tezi, bağımlılık kuramında olduğu gibi ciddi değişimlere uğramak zorunda kaldı (Erdoğan, 1997, 1998, 2002). Mattelart (1979:57) kültürel egemenliğin içsel (ulusal) faktörlerine de ağırlık verilmesi gerekliliği savını getirdi. Yani kültürel emperyalizm, Schiller'in tanımında olduğu gibi, yerel (ulusal) işbirlikçilerin oynadığı önemli rolle gerçekleşmektedir. Mattelart, ayrıca Amerika'nın yanında Fransa gibi ikincil emperyalist güçlerin de emperyalizmde ele alınması gereğini savundu. Mattelart "alıcıların" pasifliğini soruşturarak, Frankfurt okulunun kitle kültürünün "silip süpürücü" uluslararası etkisi görüşünü eleştirdi.

1980'lerde kültürel emperyalizme karşı olan eleştiriler arttı. Örneğin Fejes (1981) ve benzerleri Mattelart'ın yukarda belirttiği noktalar üzerinde etraflı yorumlarda bulundular.

Kültürel emperyalizm tezi özellikle Amerikan kapitalizminin ekonomik yayılması, büyük miktarda yapılan Amerikan kitle kültürü ve medya ürünlerinin ve teknolojisinin transferinin anlamı ve ilişkilerine ağırlık verdi. Analiz daha çok, kültürelci değil, Marksist siyasal ekonomi eksenliydi. Kültür emperyalizm kuramına göre (a) Uluslararası iletişimi ve teknolojiler uluslararası şirketlerin yayılmasını, genişlemesini destekledi; (b) iletişimde egemen olanların hepsi de artan bir şekilde önde gelen uluslararası şirketlerdi; (c) Bu firmalar "askeri-endüstriyel-iletişim kompleksi" denen ve içinde Pentagon'un (kapitalist devletin) de bulunduğu işbirliği gücünün parçalarıydı; (d) Kapitalizmin ekonomik, yapısı, kültürel emperyalizmle, kültür endüstrileriyle tamamlandı ve desteklendi.

1923'de kurulan ve yoğun faaliyetlerini 1930'lardan itibaren Amerika'da devam ettiren Frankfurt Okulu kültürel incelemelinin geleneğini 1970'lerde ve 80'lerde J. Habermas devam ettirdi.

Medya ve iletişimde, Bağımlılık kuramına dayanan ilk neo-Marksist yapıt Schiller'in 1969'daki "Kitle İletişimi ve Amerikan İmparatorluğu" kitabıdır. Bu yapıtta, Schiller, Amerikan kitle iletişim yapıları ve politikalarının siyasal ve ekonomik faaliyetlerini eleştirdi. Bunu 1973'de, yaygın biçimde okunan *Zihin Yönlendirenler* kitabı izledi. Schiller, emperyalizm ve kültür üzerine eğilen incelemelerini 1970 ve 80'lerde yayınladı. Schiller'in siyasal ekonomi yaklaşımını destekleyen, Kanadalı Smythe tarihsel materyalist yaklaşımla enformasyon kontrolü, tekelci kapitalizmin "izleyiciyi' emtialaştırmasını inceledi. 1970'lerin ortasından itibaren Marksist ve Marksist yönelimli araştırmalar yoğunlaştı. İngiltere'de Open University ve Leicester Center for Mass Communication Research (Bennet, Curran, Murdock, Golding ve benzerleri) kapitalist iletişimin yapısını ve işleyişini, mülkiyet ilişkilerini, pazar yapısı ve devletin dolaylı yoldan etkisini incelediler. Glasgow Media Grubu haber analiziyle buna katıldı. O. Boyd-Barrett Marksist iletişimi uluslararası alanda medya emperyalizmi tezi altında sundu. İngilizler, özellikle Thacher rejiminin tepkili ortamında yoğun Marksist ve Marksist yönelimli araştırmalar yaptılar ve kuramsal tartışmalara girdiler. Etkili öncülüğe 1979'un sonlarında kıta Avrupa'sından A. Mattelart ve benzerleri katıldı. Avrupa'da, Latin Amerika'da, Afrika'da ve diğer kıtalardaki entelektüeller bu tartışmalara çeşitli biçimlerde girdiler.

1960 ve 1970'lerde, Marksist yaklaşımda toplum, sınıf egemenliği yapısından ele alındı. Medya çeşitli sınıf görüşlerinin çatıştığı ideolojik arenanın bir parçası olarak nitelendi. Belli sınıf egemenliği ortamı içinde, son/nihai kontrol tekelci sermayenin elinde olduğu ve artan bir şekilde eline geçtiği belirtildi. Özerklik peşindeki iletişim entelektüelleri ve uzmanlarının egemen sınıfların çıkarlarıyla uygun yorumlar sundukları bulundu. Medya izleyicileri bu egemen çerçeveleri onlara egemen medyanın tanımlamalarını red ettirmeyi sağlayacak alternatif anlamlandırma sistemlerinden yoksundurlar (Curran ve Gurevitch, 1977:4, 5).

1980 öncesinde, hem siyasal ekonomistler hem de eleştirel kültürelciler iletilişim sorununa Neo-Marksist toplum modeli anlayışıyla yaklaştılar. Her iki grup da ekonomik çıkar ile ideolojik temsiller arasında bir bağ gördüler. Her ikisi de medyanın evrensel toplumsal çıkarlar yerine egemen çıkarlara hizmet ettiğini işlediler.

1990'da Curran, 1970'lerdeki eleştirel siyasal ekonominin, özellikle Open University'nin tuttuğu yolun (iletişimde iki temel perspektif sunmalarının) nedenini (a) İkinci Dünya Savaşından sonra İngiliz Akademik hayatında bir kenara itilen ve güçsüzleştirilen Marksist yönelimi gündeme sokmak ve (b) iletişim alanında Amerikan egemenliğine, özellikle "etki incelemeleri" ve toplumun çoğulcu modeline, karşı direnmek amacını güttüğünü belirtir (Curran, 1990:137).

BÖLÜM XIII

KİTLE İLETİŞİMİNİN ÜRETİM BİÇİMİ VE İLİŞKİLERİ İLETİŞİMİN SİYASAL EKONOMİSİ

> Yaşayan insana ulaşmak için, biz, insanın düşündüğünden, düşlediğinden veya insanın düşünüldüğünden, hayal edildiğinden ve hikaye edildiğinden başlayarak yola çıkmayız. Biz gerçek, etkin insandan başlayarak yola çıkarız ve insanların gerçek hayat süreci temeli üzerinde bu hayat sürecinin yansımalarının ve ideolojik yansımalarının gelişmesini gösteririz.
>
> Marks ve Engels, 1846: 14)

Engels (1843) Siyasal Ekonominin Eleştirisinin Özeti (*Outlines of a Critique of Political Economy)* yapıtında, siyasal ekonominin çıkışını ticaretin gelişmesi ve lisanslı sahtekarlık sisteminin (zenginleme biliminin) gelişmesiyle açıklar. Siyasal ekonomi farklı varsayımlardan hareket eder ve iki temel şeyi ifade eder:

(a) Birincisi, siyasal ekonomi "economics" denilen disiplinin 19. Yüzyılın sonunda çıkmasından önce, ekonomiyi inceleyen disiplindi. İsim değişikliği bu iki disiplinin fokus alanlarını yansıtır. Klasik siyasal ekonomi emeği ekonomik değerin kaynağı olarak düşünen bir teoriye dayanıyordu. Bu teorinin yaratıcıları, özellikle Adam Smith, David Ricardo ve Alfred Marshall, serbestlik doktrini (laissez passer laissez faire) ve ekonomik kar elde etme ile ilgili yorumlarında var olan egemen sistemi evrenselleştirdi, doğallaştırdı ve meşrulaştırdılar. Robertson'dan Marx'a kadar ve sonraki Marxist düşüncede olan siyasal ekonomistler kapitalist sistemde üretilen ekonomik değerin temelinin (karın orijininin) emeğin sömürüsü olduğunu belirterek egemen sistemin meşruluğunu, dolayısıyla siyasal ekonominin doğallaştırdığı ve evrenselleştirdiğini soruşturdular.

Görüldüğü gibi siyasal ekonomi kavramı sadece Marksizme ait değildir. Dolayısıyla, her siyasal ekonomi incelemesi, eleştirel görünse bile, Marksist bir analiz karakteri taşımaz.

(b) İkincisi, siyasal ekonominin "siyasal" yanıdır: Bu yanla, siyasal ekonomi toplumlardaki kurumlar ve güç ilişkilerini ve bunların gereksinimlerimizi tanımlamamızı ve karşılamamızı nasıl etkilediklerini inceler. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının ne denli özel bir yere sahip olduğu ortaya çıkar. Dikkat edilirse, burada siyasal ekonomi incelemesinin altında yatan temel varsayım ortaya çıkar: Ekonomide olanlar toplumsal güç ilişkilerini yansıtır ve etkiler. Kapitalist mülkiyet dengesiz sosyal güç yaratan bir kurumdur. Pazar ve diğer kurumlar dengesiz sosyal güce dayandıkları için siyasaldır. Dolayısıyla, ekonominin, siyasetin ve toplumun incelenmesi birbirinden bağımsız olarak ele alınıp ayrılamaz. Bunların ayrı olduğunu ileri sürmek veya sanmak ekonomide var olan güç ilişkilerini saklar ve ekonomi ile siyasal ve toplumsal birlikteliği ortadan kaldırır. Bu da ekonomik sömürüyü ve belli çıkarların belirlediği siyasalı doğallaştırmaya ve meşrulaştırmaya, dolayısıyla insanlık durumu için sorumlu tutmadan azat etmeye yardım eder. Siyasal ekonomi, örneğin kitle iletişim sürecinde bu güç ilişkilerini ve kurumları ayırt etmeyi, onların etkilerini incelemeyi, sonuçlarını açığa çıkartmayı, olası çözümler ve alternatifler sunmayı sağlar.

Engels'in belirttiği gibi (1877) siyasal ekonomi, en geniş anlamıyla, insan toplumunda temel materyal gereksinimlerin üretim ve mübadelesini (exchange) yöneten yasaların bilimidir. Bu yasaların evrensel değişmezliğe sahip olduğu iddiası yanlıştır. Konusunu ele alış biçimi nedeniyle, siyasal ekonomi tarihsel bir bilimdir. İnsanların üretim ve değişim yaptığı koşullar ülke içinde ve ülkeler arasında değişir. Siyasal ekonomi, bu nedenle, bütün ülkeler ve bütün tarihsel dönemler için aynı olamaz. Belli bir tarihsel toplumda üretim ve değişim tarzı ve bu toplumu doğuran tarihsel koşullar, onun ürünlerini dağıtım tarzını belirler. Kitle iletişiminin örgütlenmesi, üretimi, değişimi ve dağıtımı da aynı üretim, değişim ve dağıtım biçiminin bütünleşik bir parçasıdır (Erdoğan, 2001a).

Marks'ın yukarıda sunulan kuramsal çerçevesi içinde kitle iletişimini inceleme kaçınılmaz olarak önce kitle iletişiminin tarihsel olarak toplumsal üretim tarzları ve üretim ilişkileri içinde konumlandırılmasını gerektirir. Bununla birlikte örgütlü etkinlik olarak

kitle iletişiminin kendi örgütlenme biçimleri, ürettiği ürünleri üretim biçimleri ve üretim ilişkileri ele alınması gereken konulardır. Aynı zamanda, kitle iletişiminin ürettiği emtia ile üretilen veya üretilmek istenen 'izleyici-tüketici" ile ilişkileri, kendine bağlı olan ve kendinin bağlı olduğu endüstrilerle olan ilişkilerinin incelenmesi önde gelen sorunsallardır. Bunlar kitle iletişiminin incelenmesinde odak ve hareket noktasını belirler. Böylece, iletişimin siyasal ekonomisi,

- kitle iletişimiyle ilgili ekonomik ve siyasal biçimlenmeleri,
- bu biçimlenmelerin ulus içi ve uluslararası ekonomik ve siyasal yapılarla olan bağlarını,
- bu biçimlenmelerin tarihsel gelişimini,
- belli bir zaman ve yerdeki durumunu,
- kitle iletişimi teknolojileriyle aracılanmış iletişimin üretimi ve üretim ilişkilerini,
- İlişkilerdeki karşılıklı bağları inceleyerek kitle iletişimini açıklamaya çalışır.

Dikkat edilirse, kitle iletişiminin veya herhangi bir örgütlü çıkar yapısının siyasal ekonomisinin incelenmesinde sadece bu yapının tarihsel gelişimi ve belli yer ve zamandaki durumunun belirlenmesi ve yukarıda belirtilen bağların kurulması ve incelenmesi yeterli değildir. Siyasal ekonomi yaklaşımı kitle iletişiminde üretimden insanı soyutlamayan üretim ilişkilerinin ve değer yaratılmasının karakteriyle ilgilenir ve bunu yaparken toplumsal ve uluslararası bir bağlam sunar. Böylece kitle iletişiminin belli zaman ve yerdeki üretim tarzını genel toplumsal ve bu toplumsalın bağlı olduğu uluslararası siyasal ve ekonomik pazar ile ilişkilendirerek doğasını anlamaya çalışır.

Dolayısıyla siyasal ekonomi, en geniş anlamıyla, sistemin nasıl çalıştığı ve belirleyici sonuçlarını inceler. Belli tarihsel üretim biçimine eğilir ve farklı üretim örgütlenmelerinin farklı dağıtım/bölüşüm kalıbı üreteceği üzerinde durur. İnsanların temelde sosyal olduğu varsayımı yerine, kişilerin benliği/özlüğü, kişiliği birbiriyle ilişkileri içinde oluştuğu ve geliştiği temelinden hareket eder. Siyasal ekonomiye göre, insanların içinde var olduğu sosyal ilişkiler yapısı, insanların anlamlar veya sembolik biçimler alışverişiyle sürdürülür. Siyasal ekonomide medya incelemelerinin alanı genel toplumsal üretim, devir ve kendine-

ayırma (artık değerin gaspı) süreçlerinden hareket ederek medyayı kapsar. Bu yaklaşımlar kitle iletişim sorunsalını üretim biçimini, üretim ilişkilerini, sınıf, sınıf oluşumu ve sınıf bilincini merkeze taşıyarak işe başlarlar. Bu bağlamda kitle iletişim olgusunu, sistemini, çalışmasını ve sonuçlarını incelerler. Kitle iletişiminin üretimi, üretim ilişkileri ve koşulları üzerinde dururlar. Bu sırada kitle iletişiminin örgüt yapısı, sahiplik, tekelleşme, pazar kontrolü, kitle iletişimi örgütlerinde iş koşulları, çalışma politikaları ve pratikleri, toplu sözleşme gibi konulara eğilirler. Bu tür araştırmaları yapanlara örnek olarak Smythe, Schiller, Murdock, Parenti, Schudson, Chomski, Garnham, Mosco ve Wasco verilebilir. Bu gelenek uluslararası alanda kitle iletişim teknolojilerinin, teknolojik yapıların transferi ve kültürel ürünlerin akışı, ürünlerin ideolojik içerikleri ve bilinç yönetimi, profesyonel ideolojiler ve medya pratikleri üzerinde durur; Kendi sömürgeci değerlerini, etik anlayışını, özlüce pazar yapısını destekleyen bilinç biçimini yayan kültürel egemenliğin, kültürel emperyalizmin olduğunu açıklar. Uluslararası bağlamda bu yaklaşımı kullananlara örnek olarak Boyd-Barret, Schiller, Hamelink, Nordenstreng, Varis ve Mattelart verilebilir.

Schiller 1960'ların ortalarından beri iletişimin uluslararası bağlamını siyasal ekonomi açısından ele almış ve incelemiştir. Dan Schiller babasının geleneğini sürdürmektedir. Benzer şekilde Kanadalı Dallas Smythe izleyicilerin emtialaşması ve medyada bağımlılığın üretilmesi üzerinde durmuştur. Janet Wasko film endüstrisi ve finans kapital ile ilgili siyasal ekonomi araştırması yapmıştır. M. Pendakur film ve video endüstrisinin kürsel bağlamda siyasal ekonomisine eğilmiştir. N. Chomsky ve E. Herman medya kontrolü, medyanın küreselleşmesi, endüstriyle devlet ilişkisi üzerinde durmuştur. R. McChesney internet ve telekomunikasyon yasası üzerine eğilmiştir. Benzeri konular Kanada'da M. Raboy ve M. Martin tarafından işlenmiştir. V. Mosko ve R. Babe emtialaştırma ve iletişimin siyasal ekonomisi üzerinde çalışmışlardır. İngiltere'de Nicholas Garnham, Peter Golding and Graham Murdock, Fransa'da Armand ve Michele Mattelart bu kuramsal yaklaşımın temsilcileridir.

Geleneksel egemen iletişim yaklaşımları ve metindeki dilsel yapıyla uğraşan yaklaşımlar siyasal ve ekonomik sonuçlarla ve bu sonuçların

yarattığı insan durumuyla ilgilenmezler. "Post-modern durum" analizleriyle gelen sunumlarda işsizlik, asgari ücret, fazla mesai alamama, uzun çalışma saatleri, iş garantisinin yokluğu ve ortadan kaldırılması, kitleler halinde işten çıkartma, kitleler halinde emekli etme gibi insanın gerçek yaşam koşulu yer almaz.

GENEL KARAKTERLERİ VE TARTIŞMALAR

Üretim ve malın fetişleştirilmesi

Genel olarak bu yaklaşımlar ekonomik süreçler ve kitle iletişimi üretiminin yapılarına eğilirler. İdeoloji bu süreçler ve yapılarda ikincil plandadır. İdeoloji kendi başına bağımsız bir etkinliğe sahip değildir, fakat genellikle bilinç yönetimi ve sahte bilinç sınırları içinde çalışır. Kapitalist toplumda bütün etkinlik ve ürünler pazar dünyasının ve mantığının parçalarıdır. İletişim etkinliği ve ürünleri egemen toplumsal ilişkilerden kaçamaz. Bu kapitalist iletişim biçimini yerleştirmek ve doğal bir etkinlik şekline büründürmek için kitle iletişim araçları her ürün ve etkinlik gibi hem fetişleşme sürecinden geçerler hem de fetişleştirirler. Böylece insanlar materyal şeylere ve kendilerinden başkaya başkalaşırlar (=bir çeşit psikolojik metamorfoz); başkalaşım ve başkalaştırma süreçlerinde "şeylere" hayat ve canlılık verilir: Para "çalışır"; sermaye "üretir"; kitle iletişim araçları "etkiler".

Meşruluğunu güvence altına almak için, kapitalist üretim biçimi egemenliğinin akılcılığını kanıtlayan fetişlere gereksinim duyar. Fetişlerin ortaya çıkışı üretim güçlerinin gelişmesiyle yakından ilişkilidir. Bir sürecin ya da olgunun fetişe dönüştürülmesi, üretimin gerçek koşullarından soyutlanmış, yalıtılmış bir nesne biçimi içine kristalleştirerek bir fetiş haline getirilmesidir. Nereden ve nasıl geldiği gayret, çok çalışma, biriktirme ve aklını kullanma gibi kişisel davranış özelliklerine bağlanır. Böylece mülkiyet yapısı ve ilişkilerinden soyutlanarak sunulur. Üretim araçlarına sahipliğin ve denetimin getirdiği emek sömürüsünü olası kılan üretim ilişkileri biçimi özel girişim, demokrasi, yatırım, iş kurma, kişisel özgürlük, bağımsızlık gibi kavramlarla fetişleştirilir. Böylece, sömürü sonucu elde edilen zenginlik artıdeğerin birikimi sürecinden koparılıp ayrılır. Aynı biçimde burjuva

iktisatçıları değerin saptanması hakkındaki kuramlarını "eşyanın doğası" ve ürünlerin kendileriyle açıkladıklarında fetişleştirirler. Her fetiş gibi, iletişim fetişi de egemen olan yayma teknolojisinin baskıcı ve manipüle edici gücünü gizler ve onu özgürlük ve mutluluk gücü olarak niteler. Halka da bu aldatıcı görünüş sunulur. İletişim araçları, fetişler evreninde, bir aktör olurlar (bir görevi gören, yapan olurlar) ve doğal bir güç görünüşünü alırlar. Bu tür ayırma ve uzaklaştırma, egemen sınıfın bu ideolojik aygıtlar üzerindeki tekelini reddetmesine izin verir.

Medyanın ne olarak sunulduğu ve etki eleştirisi

Pozitivist-deneyci kuramda kitle iletişim araçları kendi başlarına hareket eden, bağımsızlığına sahip "özneler" olarak sunulur. Böyle kullanılınca, kitle iletişim araçlarının görev nitelikleri bu araçların kendileriyle sınırlanır ve kahraman ya da kötü adam bu araçlar olur. Bu aynı zamanda, egemen sınıfın ahlakçı maskesi ardında gizlenerek radyo, televizyon ve basının aşağılık, terbiyesiz, bayağı, saldırgan ve müstehcen içeriği, zararlı, kötü ve rahatsız edici etkisi hakkında eleştiri yapma hakkını da getirir: Bu ikiyüzlü eleştiri sonunda izleyiciyi (okuyucuyu) bu tür içeriği istediği ve izlediği için suçlu bulur. Kitle iletişim araçlarının sahip oldukları faaliyet özgürlüğünden dolayı toplum üzerinde etkili oldukları düşünülür: İletişim teknolojisi ve kitle kültürünün bütün iletilerine yüklediği işlevi gizlemek için, emperyalizm kitle iletişim araçlarını devrimci ajanlar statüsüne ve çağdaş iletişim olgusunu da devrimin kendisine yükseltmiştir.

Üretim ve İşçinin yabancılaşması

Kapitalist üretim tarzı ve ilişkileri içinde insanlar birden fazla yabancılaşma deneyimlerler: (a) İş alanındaki yabancılaşmada insan ürettiği nesneden yabancılaşır; Üretilen nesneden yabancılaşma üretim sürecinin, üretim faaliyetinin bir sonucudur. Mallar/emtialar insan emeğinin yabancılaşmış ürünleridir. (b) İnsan üretim sürecinden yabancılaşır: Neyin nerede, hangi koşulda, ne amaç ve sonuçlarla üretileceğine karar verme gücünden insanın tümüyle yoksun bırakılması; iş koşullarının tümüyle insanın dışında, ona rağmen belirlenmesi. (c) Ürün üretildikten sonra, ücret vererek üretilenden ve zenginlikten emeğin yoksun bırakılmasıyla gelen yabancılaşma; (ç)

Kaynaklarla bağ kuran paranın, özü ve değeri tanımlaması ve tapılan amaç haline gelmesiyle oluşan yabancılaşma (d) kendini gerçekleştirememe nedeniyle veya üretim tarzının getirdiği materyal ve bilişsel egemenlik altında biçimlenmiş kendiyle, kendi kendinden yabancılaşması. (e) diğer insanlardan yabancılaşma: İnsanın işine, işinin ürününe ve kendisine olan ilişkisinde gerçek olan, aynı zamanda diğer insanlarla olan ilişkisinde de gerçektir.

Marks'ın belirttiği gibi (1844) "emeğinin ürünü ne olursa olsun, işçi olduğu gibi" değildir. Bu nedenle, ürünü daha çok oldukça, işçi daha az "kendisi" olur. İşçinin ürününe yabancılaşması sadece emeğinin bir nesne olması değil, fakat ürünün işçinin dışında, bağımsızca, işçiye yabancı bir şey olarak varolması ve işçiye karşı duran kendi başına bir güç olması anlamına gelir. Bu nesneye işçinin verdiği yaşam, düşman ve yabancı bir şey olarak işçiye karşı durması demektir.

Teknolojinin sunumu ve eleştirisi

Kitle iletişim araçları teknolojiye dayanır. Bu nedenle, teknoloji hem altyapıda, hem de üstyapıda itici güç olarak etkili olur ve yeni bir ideolojinin merkezini oluşturur: Teknoloji geleneksel kapitalist çelişkileri bastıracak ve kapitalist ütopyayı kuracak yeni bir dönemin başlatıcısı olarak sunulur. Teknoloji ideoloji olarak reddedilir ve ideolojinin sonu olarak anlamlandırılır. Acosta'nın belirttiği gibi (1979:151) olgunluğa eriştiğini ve çelişkilerinin üstesinden geldiğini öne süren bir sistemin kendini haklı göstermek için "ileri sürdüğünü" reddeden bir ideolojiyi yükseltmesi mantığa aykırı olmaktan da öte bir durumdur. Doğal olarak, egemenliğini yitiren burjuvazi ideolojilerin son bulduğunu ve ideolojileri gereksiz yapan ve üstesinden gelen teknolojik gerçek karşısında ideolojilerin faydasızlığını ilan etmeyi yeğler. İdeolojinin sonunu ilan etme, gerçekte kullanılan ideolojik çerçeve içinde belli bir tutarlılığa sahiptir. Çünkü kullanılan tanımlamalar, nitelemeler, yöntem ve bulgulara yaklaşım açısıyla bu tür sonuca ulaşılması doğaldır. Teknolojiyi ideolojik olarak reddetmek ve yansız olarak sunmak kapitalist ideolojinin kendi ideolojisinin meşruluğunu ve ideolojisizliğini iddia etmektir. Teknoloji yansız değildir; teknolojinin iyilik ya da kötülük için veya belli amaçlar ve ya alternatif amaçlar için kullanılması sadece kimin kontrol ettiğine bağlı

değildir. Tekelci kapitalist ekonomik sistemin ve siyasal sistemin sınırlamaları altında işbaşında olanlar hiçbir yeni teknolojiyi toplumun çıkarı için uygulayamazlar. Toplumsal fayda varsa, ancak kapitalist amaçla bağlı olarak gelir.

İletinin ideolojik niteliği

İdeoloji bir sınıf egemenliğinin akılcılığına ait olan işaretler sistemi olarak da tanımlanabilir. Bu işaretler toplumun temelini maskeleme işlevi görür: Eğer ideolojik işaretler örtme niteliğine sahip olmasaydı, gerçeğin anlamını saptama ve nesnelliğini tanımlamada getirilen gizemleştirmeyi açığa çıkarırdı. İdeolojik sürecin çalışma biçimi (modis operandi) gerçek itici güçlerin unutulmasını, halkın varolan toplumsal düzenin kökenini görmemesini ve doğal düzen gibi yaşamalarının sağlanmasını içerir. Böylece, bütün toplumsal örgütlerin ve kurumların toplumsal baskı araçları olduğu gerçeği ortadan kaldırılır. Yaratılan mit toplumsal olgunun kendi gerçeğini boşaltır ve sistemi haklı gösterir. Olguları tarihsel anlamlarından kopartır ve "eşyanın doğasına" katar. Böylece, mit gerçeği evcilleştirir ve sistem tarafından dayatılan sahte gerçeğin çıkarı için eklemler.

İdeolojilerin temsiller sistemi olarak, kişilerin yaşadığı deneylerden ayrılamaz olduğunu söylemek, aynı zamanda kişilerin alışkanlıklarını, zevklerini ve reflekslerini kapladığını söylemektir. Bunun anlamı halkın büyük çoğunluğunun bu temsillerin temellerinin asla bilinçlerinde görünmeden yaşamaları demektir. Bu toplumsal doğa olarak yaşanan ve yaşamın tümüne nüfuz eden bir üretim biçiminin kabul ettiği bir durumun sorusudur. İzleyicilerin çoğunluğunun farklı anlama gelecek ileti çözümlemesini kabul etme olasılığı çok azdır. Çünkü bir tarafta kendilerinin "doğal, günlük" yorumları ve öbür tarafta bu doğal, normal yoruma zıt bir yorum vardır.

Kapitalist Kasıt

Marks, Kapital'in girişinde egemenliğin psikolojik okumasının yanlışlığına dikkati çekmiştir: "Ben kapitalisti veya toprak sahibini güllerle süslü renklerle asla boyamadım. Fakat, burada, biz kişilerle ekonomik kategorileri oluşturdukları veya belli sınıf çıkarlarını ve ilişkilerini destekledikleri ölçüde ilgileniriz."

İdeolojiyle, bilinç yönetimiyle ve üretim tarzı ve ilişkileriyle ilgili bütün söylenenden, egemen sınıfın tarihin bilincinde olduğu veya "kötü" kişilerden oluştuğu anlamı çıkarılmamalıdır. Egemen sınıfın birbirine bağlılığı, gizli anlaşmalar ve fesat tertiplerinin değil, ortak çıkarlarının bir ürünüdür. Fesat ve tertip sistemin kendi yapısındadır. Örneğin fesat ve tertiplerle dolu siyasal yapının tümü, aslında, bu anlam içinde nitelenebilir. Bunlar, kişilerin değil, bir sınıfın ve egemenliğin kendini koruma ve sürdürme tedbirlerini anlatır.

Bankacılar, generaller, sanayiciler, Frankenstein değil, fakat 1930'ların Almanya'sında olduğu gibi aydın ve zarif kişilerdir; oda müziği, opera ve yardımseverlik duyguları onlara yabancı değildir. Onların ahlaksal özellikleri (vurgunculukları, sahtekarlıkları, yüksek kültür sevgileri, duyarlılıkları, hislilikleri, anlayışları, hunharlık ve çılgınlıkları) kişiliklerinden değil, fakat kişiliklerini buldukları ve değerlendirdikleri toplumsal fonksiyonlarından gelir.

MÜLKİYET İLİŞKİLERİ, DENETİM VE BELİRLEYİCİLİK

Marks'a göre mal sahipliği, ekonomik denetim ve sınıf gücü ayrılamaz biçimde birbirine bağlıdır. Marks'tan beri bu bağla, özellikle denetim ve sahiplikle ilişkili birçok görüş ortaya atılmıştır.

Pozitivist-deneyci okulun ortaya attığı tartışmada ana konu çağdaş şirketlerde denetimin sahiplikten ayrılmış olmasıydı. Bu konu sonradan önde gelen (Galbrait, Parsons, Bell, Huntington gibi) Amerikan toplumbilimcileri tarafından ayrıntılı olarak incelendi. Denetimin sahiplikten artan bir şekilde ayrıldığı görüşüne göre, şirketler büyüyüp yeni kaynaklar bulmak için dışarıya gözünü çevirince meşru paydaşların sayısı giderek arttı. Bunun sonucu, kurucu ve ailesinin paylarının çoğunluğunu tuttuğu geleneksel şirket yapısının yerini, kaynakların kullanılması üzerinde etkili bir denetim için yeterli temel sağlamayan küçük sahiplikler halinde bölünen payların oluşturduğu bir yapı aldı. Buna ek olarak, büyük şirketlerin işletme denetimi yeni elit profesyonellerin eline geçti. Böylece, yönetim araçları üzerindeki egemenlik, günümüz şirketinin denetimi için bir temel olarak, üretim araçlarının sahipliğinin yerini aldı (yani günlük işleyişi yürüten ve denetleyenler maaşlı yöneticiler oldu).

Pozitivist-deneyci okulun bu tartışması ilk bakışta akla yatkın görünür. Fakat bu görüşü desteklemek için sunulan deneyci kanıt çok açık değildir. Tersine, kavramlaştırma ve yorumlama sorunları devam eden tartışma konularıdır. İletişim endüstrisi öteki sektörlerden de daha az kanıt olarak kendini gösterir. Sahipliğin yapısı ya da bu yapının denetim düzeyine ilişkisi hakkında kapsamlı bir açıklama ve inceleme yoktur. Murdock ve Golding'e göre (1977:30) denetimin sahiplikten ayrıldığı öne sürülen şirketler arasında bile sahip yatırımcı çağı henüz son bulmamıştır: Önde gelen iletişim şirketleri ağının bir çoğunda kurucu aileden olanlar önemli ve çoğu kez denetimi sağlayan payı elde tutmaktadır ve bir çok durumda bu kişiler yönetimi ellerinde tutarlar. Bu durum bu kişilere şirketin genel politikası ve bu politikanın günlük uygulaması üzerinde önemli bir denetim olanağı verir. Buna ek olarak, geniş firmalardaki pay sahipliği artan bir şekilde birbirinden izole olmuş kişiler kitlesi arasında dağıldığı görüşünün aksine, egemen finans kurumlarının (özellikle bankaların) ve öteki büyük şirketlerin elinde toplanmaktadır. Özel hisse sahiplerinin çoğunun genel pasifliğiyle karşılaştırıldığında, örgütsel yatırımcılar yatırım yaptıkları şirketlerin işlemlerine çok daha fazla karışırlar. Hisselerinin yeterli bir miktarda (bazen % 5) ya da stratejik önemde olduğu yatırım yapan firma genellikle yönetim kurulunda temsilciye de sahiptir.

Kısaca, üretim araçlarına sahip olanlar hala üretim ve dağıtımın ana süreçleri üzerinde büyük oranda denetim uygularlar. Fakat bu üretim araçlarının sahiplerinin ne derecede uyumlu bir grup oluşturduğu sorusuna yanıt getirmez. Bu soruyla ilgili kanıt da azdır. Fakat sahipliğin tekelleşmesi, genişleyen birbirine kenetli şirket paydaşlığı ve yönetimdeki etkinlik, çeşitli sanayi ve finans Kapital sektörleri arasındaki çıkar bağlılığı ve ortaklığını sürdürmeye yardım eder. Varolan araştırmalar sadece kaynak tahsisatının ana süreçleri üzerindeki denetimin hala önemli derecede sahipliğine bağlılığını değil, aynı zamanda sahip olan grubun görülebilir ortak çıkarlarıyla teşhis edilebilir bir kapitalist sınıfı oluşturmaya devam ettiğini ortaya koyar. Bu Marks'ın Alman İdeolojisi'ndeki tanımlamasının hem uygun sorular sormaya, hem de yanıtlar aramaya başlamak için genel bir çerçeve sağlamaya devam ettiğini gösterir.

Mülkiyet ilişkileri ve Denetim

Murdock ve Golding İngiltere gibi kapitalist ekonomilerde kitle iletişimi denetiminin kaynaklar ve işlemler olmak üzere iki düzeyde olduğunu belirtirler. Kaynak denetimi genel amaçları, şirketin etkinlik alanını tanımlama gücü ve üretim kaynaklarını harekete geçirmede genel yolu saptamayı içerir. Bu dört ana etkinliği kapsar:

Genel politika ve stratejinin formülleştirilmesi;

Genişleme ve nerede genişleme (birleşmeler, satın almalar veya yeni pazarlar geliştirme yoluyla) ve yatırımın parçalarını ne zaman ve nasıl satma veya işçilerin işlerine son verme kararları;

Temel finans politikasının geliştirilmesi, örneğin, yeni payların ne zaman çıkarılacağı; temel bir ödünç alıp almama, kimden ve hangi koşullarla ödünç alınacağı;

Karların dağıtımı üzerinde denetim.

İşlem denetimi daha aşağı düzeyde işler ve sağlanan kaynakların etkili kullanılması hakkındaki kararları ve belirlenmiş politikaların uygulanmasıyla sınırlıdır. Bu, denetimcilerin hiç bir yaratıcılığa ya da etkili seçim yapmaya sahip olmadıkları anlamına gelmez. Aksine, üretim üzerindeki denetimde (örneğin haberin seçilmesi) önemli ölçüde bağımsızlığa sahip olabilirler. Bununla birlikte, seçim alanları hala çalıştıkları örgütün amaçları ve kullanmaları için verilen kaynakların düzeyi ile sınırlıdır.

İşlem ve kaynak denetimleri arasındaki bu ayırım "Kitle iletişim araçlarını kim denetler?" sorusunun yerine daha uygun, açık ve doğru soruları getirir: Büyük şirketler üzerindeki kaynak denetimi nerede toplanır? Bu kimin çıkarına hizmet eder? Bu denetim günlük üretimin alanı ve içeriğini nasıl biçimlendirir? İlk soruya en sık verilen yanıta göre, kaynak denetimi şirketin yasal sahiplerinin elinde toplanır ve şirketin etkinliğinin genel amaç ve yönünü bu sahiplerin çıkarları saptar. Bununla birlikte, denetimde olduğu gibi sahiplikte de iki düzeyi birbirinden ayırmak gerekir: Yasal sahiplik ve ekonomik sahiplik. Çünkü şirkette payı olan herkes eşit değildir ve paydaş olmanın zorunlu olarak şirketin etkinlikleri ve politikaları üzerinde herhangi bir denetim ya da etki olanağı getirmez. Yasal sahipliğin ekonomik sahiplik olabilmesi için, payların hissedarlara yöneticileri seçme

hakkını vermesi ve bu hakkın etkinlik derecesine bağlıdır. En çok paya sahip olan ve etkin biçimde örgütlenen pay sahipleri ekonomik sahipliği elde tutarlar ve politikayı oluşturan yöneticiler konusunda karar verirler. Kapitalist şirketlerde yasal sahiplik milyonlarca pay ile binlerce yatırım yapan kişi ve firmalardan oluşur. Fakat ekonomik sahiplik genellikle bir avuç kişinin elindedir (Murdock, 1982: 121 -123).

Murdock (1982) şirket denetimi ile ilgili yaklaşımları dört grup içinde inceler:

(1) Çözümleme odağı "etkinlik" olan yaklaşımlar:

(a) Marksist araçsalcı yaklaşım: Bu yaklaşımda sahipliğin, büyük şirketlerin politikaları ve etkinlikleri üzerinde bir denetim kaynağı olarak merkeziliği üzerinde durulur. Özel düzeyde, belli kapitalist kişilerin kendi özel çıkarlarını sağlamada uyguladıkları denetim ele alınır. Genel düzeyde iletişim endüstrilerinin tümünün kapitalist sınıfın genel veya bu sınıfın egemen bölümlerinin genel çıkarlarını desteklemek için işlemesi yolları incelenir.

(b) Çoğulcu (pozitivist-deneyci) yaklaşım: Bu yaklaşım açısından sahiplik görece olarak önemsizdir, büyük çağdaş şirketlerin etkinlikleri üzerinde etkili denetim gerileyen bir kaynaktır. Özel düzeyde, yöneticilerin gücü ve kullanışı ve iletişim şirketleri içindeki yaratıcı personelin görece bağımsızlığı üzerinde durulur. Genel düzeyde, kitle iletişim araçları elitlerinin bağımsızlığı ve öteki örgütlerin elitleri ile rekabetçi ilişkileri incelenir.

(2) Yapısal çözümlemeler: Bu tür çözümleme amaçlı etkinliklerin ötesine bakar, güç yerine "saptama" üzerinde durur ve seçeneklerdeki sınırlar ve karar verme üzerindeki engellerle ilgilenir. Chomsky ve diğerlerinin egemen düzenin yapısının ve pratiklerinin ürünü belirlemesine olan yaklaşımları buna bir örnek olarak verilebilir.

(3) Neomarksist siyasal ekonomi: Bu yaklaşım şirketlerin politikaları ve işlemlerinin kapitalist kitle iletişim araçları endüstrileri ve kapitalist ekonomilerin genel dinamikleri tarafından sınırlanma ve kuşatılma biçimlerine dikkat eder.

(4) Reklamcı *laisez-faire* modelleri: Bu modeller tüketicinin bağımsızlığının merkeziliği üzerinde dururlar ve sunulan malların çeşidi ve doğasının "serbest" pazarda rekabet eden ürünler arasında

seçimleriyle ifade edilen tüketici talepleri tarafından biçimlendirme yollarına eğilirler. Dolayısıyla, kitle iletişim biçimleri de pazardaki tüketicinin dikkati ve sadakati için rekabet ederler. Sonuçta tüketicilerin istekleri firmaların sunacağı ürünleri belirler.

Marks'a göre, üretim araçlarının sahipliği kapitalist sınıfın elinde toplanmış, bu onların ekonomik üretimi kendi çıkarları doğrultusunda yönetmesini ve "kar" şeklinde sonuçlanan artı-değerin büyük kısmını almalarını sağlamıştır. Bununla birlikte, Marks kapitalistlerin istediklerini yapmada tamamen özgür olmadıklarını belirtmiştir: Kapitalistler, büyüyle ortaya çıkardığı ruhlar dünyasının güçlerini artık denetleyemeyen büyücü ile aynı durumdadır. Kar peşinden koşularak yaratılan ekonomik sistem periyodik bunalımlar ve karlılığı tehdit eden toplumsal çatışmalar üreten öğelere sahiptir. Sonuçta kapitalistlerin etkinlikleri gerçekte karlılığı korumaya çalışan tepkilerdir. İletişim kurumlarını kendi çıkarlarını ilerletmek ve kendi güç ve ayrıcalıklarını pekiştirmek için bir araç olarak kullanırlar. Bu çözümleme, en basit biçimiyle kapitalistlerin belli iletişim kurumları içinde çıkarları ardından nasıl koştukları üzerine eğilir. İkinci temel şekli daha genel bir düzeyde inceleme yapar ve kültürel endüstrilerin bir bütün olarak kapitalist sınıfın ya da en azından egemen bir bölümünün ortak çıkarları korumak için işleyiş biçimine bakar. Marks bunu maddi üretim araçlarını denetleyen sınıfın aynı zamanda düşünsel üretim araçları üzerinde de denetime sahip oldukları, düşüncelerin üretim ve dağıtımını belirledikleri ve bu sınıfın düşüncelerinin o dönemin egemen düşünceleri olduğu şeklinde açıklar. Marks'ın açıkladığı gibi kapitalistin istediği olabildiğince çok elde etmektir. Bizim yapmamız gereken kapitalistin isteğine göre konuşmak değildir; fakat kapitalistin gücü, bu gücün sınırları ve bu sınırların niteliklerini sorusturmaktır.

Denetimde yönetimsel Devrim Düşüncesi

19. yüzyılın ikinci yarısının endüstri kuruluşlarının doğasında önemli değişiklikler olmuştur: Çağdaş şirketler tek sahiplikten ortaklıklara, sahip denetiminden yöneticilerin denetimine doğru gelişti. Marks kapitalistin bu gelişmeyle üretimden kaybolduğunu belirtmiştir. Fakat Marks'a göre, sahipler seçtikleri ve bazen kendilerinin yönettiği kurullar yoluyla genel politika ve kaynak tahsisi üzerinde etkili

denetimlerini sürdürdüler. Sonuç olarak yöneticinin yönetim özerkliği sahiplerin çıkarlarına uyma isteğine bağlıdır. Pozitivist-deneyci okul bu sonucu kabul etmez: Paydaşların çoğalması ve paydaşlığın yönetimden ayrılması şirketlerin denetiminde esaslı bir değişim yaratmıştır. Çağdaş şirketler büyüyüp karmaşıklaştıkça, sadece tamgün çalışan yöneticiler gelişmeleri izleyebilme olanağına sahiptir ve bilgi akımını denetledikleri için, uygun gördükleri politikaları mümkün olan şıklar olarak sunarlar. Müdürler, şirketi hissedarlar adına denetler görünürler. Gerçekte müdürler daha alt yöneticiler tarafından hazırlanmış politikalar ve stratejilere imza atma durumuna indirgenmişlerdir. Yöneticiler en önde gelen denetimciler olarak şirket sahiplerinin yerini almıştır.

Murdock'a göre (1982:133) şirketlerde etkili ekonomik sahiplik sadece en çok payı olan grubun büyüklüğüne değil, aynı zamanda, öteki oy veren paydaşların dağılımına ve paydaşların ortak etkinlik ve birlikte davranma gücüne de bağlıdır. Yani denetim nicel değil, toplumsal bir ilişkidir. Dolayısıyla denetimin çözümlenmesi paydaşlar arasında değişen güç dengesini göz önüne alan bir dinamik perspektifi gerektirir. De Vroey'in de belirttiği gibi, pozitivist-deneyci okulun yönetime ağırlık veren görüşünü savunanlar "şirketleri kim yönetir?" sorusunu sorarlar. Marksistlerin asıl sorusu "şirketler hangi sınıfın çıkarı için yönetilir?" biçimindedir. Bu soru etkinliklerin mantığını soruşturur ve bu insan güdülerinin ötesinde üretimin biçimi ve kişilerin bu biçimdeki yerlerine bağlıdır. Pozitivist-deneyci okul yöneticilerin güdülerinin kar değil kariyer ve terfi etrafında döndüğünü ana ilgilerinin kendi bölümlerinin bağımsızlığını ve etkisini artırma, prestij ve statü kazanma ve beğendikleri düşünceleri ilerletme olduğunu savunur. Bu görüş kapitalist ekonominin etrafında döndüğü temel yapısal zorunluluğu, yani kazanç ve kar artırmayı görmezlikten gelir. Çağdaş şirketlerin toplumsal ve kültürel hayata "hayırsever" olarak veya "sosyal sorumlulukla" katılmaları karlarını artırma amacından vazgeçtikleri anlamına gelmez. şirketlerin bu "toplumsal sorumluluk" imajına önem vermeleri dengesiz bir toplumsal ve siyasal bir iklimde ekonomik amacı daha etkili bir şekilde izlemede bir yol olmuştur.

PROFESYONALİZM, MÜLKİYET VE ÜRÜN İLİŞKİSİ

Bu bağlamda ürünün kime ait olduğu, üretenle ürün ilişkisi, medya profesyonellerinin mülkiyet ilişkilerindeki yeri ve ürün biçimlenmesinde oynadıkları roller önem kazanır. Bu sorulara yanıt arayan aydınlar dikkatlerini yukarda sunduğumuz sahiplik ve denetimin genel kalıpları ve kitle iletişim araçlarının genel pazar durumu üzerinde toplarlar. Bu bölümde, kitle iletişimiyle üretilen ürünü ve bu ürünün mülkiyet ilişkileri içindeki yerinin incelenmesini sunacağız.

Bu yönde, özellikle iki yönelim ortaya çıkmıştır: **Birinci yönelim** ekonomik yapılar ve ilişkiler ile kapitalist toplumdaki kitle iletişim araçları tarafından üretilen kültürün doğası arasında basit bir ilişki olduğunu varsayar. Yani Miliband'ın "Kitle iletişim araçları hem bir egemenlik sisteminin ifadesi, hem de bu ifadeyi destekleme aracıdır" düşüncesi haklı bulunur. Miliband'ın sunduğu, meşruluk ve devletin ayrıntılı bir incelemesinin koşulu olmaksızın, bu tez kitle iletişim araçlarının ve meşrulaştırma görevlerinin kaba ve gereğinden çok basitleştirilmiş bir muhasebesine götürür. Örneğin, Nedzynski kitle iletişim araçlarına sahip olan ve denetleyenlerin tutucu ideolojik görüşlere sahip olan kişiler olması olasılığının çok olduğunu ve bu görüşlerin başında etkisinin o an ve doğrudan olduğunu savunur. Benzer tartışma Paul Hoch tarafından ortaya atılmıştır: Kitle iletişim araçları, devlet aygıtları ile birlikte, egemen sınıfın ortak çıkarları için bir tür sekreter olarak çalışır ve bu çıkarların kabul edilmesini sağlamaya çalışırlar.

İkinci yönelim kitle iletişim araçlarının ürettiği iletiyi, ideolojiyi eleştirel olarak inceler ve üreticilerin amaçları ve düşünceleri ile ilgili sonuçlar çıkarır. Kuşkusuz içerik çözümlemesi izleyiciler veya üreticilerin varsayımları üzerine olası etkiler çıkarmaya çalışır. Bu tür çözümleme (yani kültürel ve metin analizleri), üretim düzeyinde yorum yapmayı ve farkına varabilmeyi tamamen ortadan kaldırır.

Kitle iletişim araçlarındaki mesleki çalışma incelemelerinin çoğu (örneğin Tunstall, Cantor gibi liberal pozitivist-deneyci araştırmacılar) sadece betimleyici olmaya yönelmiştir. Böylece hem meşruluk ve toplumsal düzenin sosyolojik sorunları, hem de çalışma koşullarının

incelenmesi ihmal edilir. Murdock ve Golding'e göre (1977:35) ilişkilerin iki düzeyde ele alınması gerekir:

Birinci düzey çalışma koşulları ile pazar durumunun ilişkisinin kurulmasıdır. Değişen pazar koşulları kitle iletişim örgütünün varolan kaynakları kullanma derecesini etkiler. Varolan kaynaklar stilleri ve ihtirasları değiştirir: Yeni teknoloji ve teknikler için talep değişen çeşitli ekonomik baskılara yanıt olarak gelir.

İkinci düzey kültürün oturduğu çerçeve ve genel değerler setini mesleki pratiğin özel kurallarına ve egemen ideolojiyi mesleki ideolojiye bağlamaktır. Bağ genellikle eksiktir ve sadece kitle iletişim araçları durumu içinde incelenemez. Karşıt değerlerin (egemen değerlere karşı olan, mücadele eden değerlerin) nasıl çıktığı açıklanmalıdır. Fakat kitle iletişim araçları içinde ilişkilerin nasıl işlediğini göstermek zorunludur. İlk görev egemen ideolojinin doğasını açıklığa kavuşturmak ve oluşturduğu önerileri ve varsayımları kesinlikle belirtmektir. İkinci olarak kitle iletişim araçlarının iletilerinde bu öneriler ve varsayımların görünüşü ve kazdığı siper açıkça ortaya konmalıdır. Üçüncü olarak, üretim sürecini yöneten kurallar, standartlar, beklentiler, sıradan değerlendirmeler ve sınırlamalar açıklanmalı, bir genel öneriler ve varsayımlara bağlanmalıdır.

Tarihsel bakımdan, bir mesleki ideolojinin evrimi bu mesleğin değişen pazar ve çalışma koşullarından geldiği gösterilebilir. Bir gazetecilik tarihi, örneğin, 19. yüzyıldaki basının ekonomik ve toplumsal tarihinin koşullarında nesnellik, yansızlık, doğruluk, stil gibi inançların çıkışına dikkat edebilir. Bunu tamamlamak için, bunların ötesinde düzen ve değişimin toplumsal yapısal sorunlarına eğilen kitle iletişim araçları mesleğinin sosyolojisine ihtiyaç duyarız.

PAZAR KOŞULLARI VE ÜRETİM İLİŞKİSİ

Bu bağlamda iletişim pazarının yapısı, iletişimde tekelleşme, neyin, nerede, nasıl üretileceği ve nerede ve nasıl pazarlanacağı soruları önem kazanır. Bunlara yanıt vermeye çalışan aydınlara göre kültürel ürünler, bu ürünlerin yaratılması ve dağıtımını içine alan örgütlü faaliyetler yapısı ve maddi çıkarlar bağı içinde incelenerek anlaşılabilir. Bu bağlamdaki çalışmaların önde gelenleri şöyle sıralanabilir: İletişim

örgütlerinin ekonomik yapılanması ve dev monopoliler haline gelmesinin incelenmesi (Bagdikian, 1989; Slack, 1983, 1984); sahiplik ve profesyonel pratikler (Parenti, 1986; Golding, 1977; Elliott, 1977: Curran, 1977); teknoloji ve örgüt transferi ve emperyalizm (Boyd-Barret, 1977;1997); firmaların uluslararasılaşması ve pazar kontrolü (Schiller ve Mattelart'ın hemen bütün yapıtları); tek yönlü akım (Varis, 1977: Hamelink, 1986); Kapitalizm, iletişim ve sınıf ilişkileri (Murdock ve Golding, 1977); Uluslararası haber ajansları, basın, film ve müzik endüstrilerinin örgütleniş biçimleri ve faaliyetleri.

Örneğin Janet Wasco Marksist siyasal ekonomi yaklaşımıyla Amerikan film endüstrisini incelemiştir. Bankalar ve film endüstrisinin farklı tarihsel dönemlerdeki ilişkilerine eğilen Wasco, bu ilişkilerin nasıl işlediğini, ortaya çıkan profesyonel kuralları ve politikaları ayrıntılı olarak belirlemiştir. Filmlerin finanse edilip edilmemesi kararını bankerlerin temsilcileri tarafından özenle seçilmiş kişiler verir. Bu kişiler geniş oranda kar yapma görevini başaramazlarsa ya işlerine son verilir ya da düzeltmeye yönelik önlemler alınır. Diğer bir ilgi alanı film endüstrisinin artan bir şekilde öteki "yan ürün" etkinlikleriyle bütünleşmesidir: Bu yolla şirketler karını artırmak için halka çeşitli yan ürünleri tüketmeleri için sunarlar ki, bu, günümüzde büyük karlar sağlayan bir girişimdir. Örneğin büyük başarı sağlayan filmler oynadıktan sonra çocuk oyuncakları, oyun makineleri, T-shirtler ve bilgisayar oyunları gibi birçok yan ürünleri çıktı. Sermayenin gardiyanları sadece insanları gereksiz harcama ile uğraşmazlar, aynı zamanda günlük kültürel pratikleri de biçimlendirir ve yönlendirirler.

ÜRÜN VE TÜKETİCİ İSTEKLERİ BAĞI

Pozitivist okulun ana tezlerinden biri de pazar koşullarını kontrol olanağının olmadığı ve "tüketicinin kral" olduğu görüşü ekseninde döner. Kültürel üretimin alanı ve içeriğinin sonuçta izleyicilerin istekleri tarafından saptandığını (=halka istediklerinin verildiğini) savunur: Eğer belli değerler ve dünya görüşleri popüler kitle iletişim araçlarında yoksa ya da zayıf temsil ediliyorsa, bu onlar için etkili bir talebin olmamasındandır. Bu iddiadan açıkça anlaşılacağı gibi, "tüketicinin egemenliği" düşüncesiyle hareket edenler alışveriş ve tüketim alanları

ve pazarın işlemesi üzerine eğilirler. Marksist yaklaşımlar, üretimin örgütlenmesi, bunun önceki mal ve zenginlik dağılımı tarafından biçimlendirilme yolları ile başlar ve sermayenin yapısının üretimi çeşitli şekillerde ve düzeylerde saptadığı üzerinde dururlar: Kitle iletişimi pazarına girmek büyük sermaye isteyen bir iştir. Bunun anlamı, bu pazarın sadece büyük sermaye sahibi olanlara açık olduğudur.

Pozitivist-deneyci okul için, etkili rekabet engelleri sonuçta önemsizdir, çünkü küçük ya da büyük bütün üreticiler eşit ölçüde tüketici talebine bağlıdırlar. Aslında, kitle iletişimi şirketleri gelirlerinin büyük kısmını izleyicilerden değil reklamcılardan ve diğer firmalardan elde ederler. Bu durum "tüketici egemenliği" tezini tersine çevirir; reklamcıları ve reklam verenleri gerçek güç sahipleri ve reklamcıların "önceden bilinebilir izleyici taleplerini" sunumun ana belirleyicisi yapar. Bu da reklamcıların ticari kitle iletişim araçlarını finanse etmedeki baskın rolleri, izleyici isteklerinin ikinci derecede ya da önemsiz olduğu sonucunu getirir.

Pozitivist-deneyci görüşe göre, reklamcılar mümkün olduğu kadar çok sayıda izleyiciye ulaşmak istedikleri için, tüketici tercihleri hala en önemli etkendir. Bu ikna edici fakat haddinden fazla basitleştirilmiş bir savunmadır: Reklamcılar herkese ulaşmaya aynı derecede ilgi göstermezler. Bazıları harcayacak paraya veya şirket harcamalarını yapmak için daha fazla güce sahiptir ve reklamcılar tarafından tercih edilirler (Curran, 1978:246). Sonuç olarak, kitle iletişimi üreticileri, avantajlı olmayanlara daha az dikkat harcarken, tercih edilen azınlığı çekmeye çalışması nedeniyle reklamın dağılımı toplumsal zenginliğin genel dağılımını izler.

Reklamcının istediği, kitle iletişiminin ürettiğinin biçim ve içeriğine önemli etkide bulunur: Örneğin, kaliteli gazeteler hisse senetleri ve borsa haberlerine daha çok yer verir. "Kasıtsız olarak" çağdaş sermaye ve şirket ekonomisi üzerinde durur.

Popüler gazeteler ve özellikle televizyon çok sayıdaki izleyiciye erişme çabası sonucu siyasal tavır almada önemli bir gerileme üretti, sınıf ve tartışmayı ortadan kaldırıp boş zamanın ve kişisel yaşamın tüketici yönelimli alanlarına döndü. (Curran, 1978). Popüler kitle iletişim araçlarının seks, spor ve skandal formülü kitle iletişimi

izleyicilerinin ilgisini çeker. O halde bu tür ürünler popüler bilinç ve popüler kültürün doğru yansıması anlamına mı gelir? Hayır. Raymond Williams'ın (1979) belirttiği gibi, popüler kitle iletişimi empoze etme yerine "dahil etme, içine alma" biçiminde etkili olur: İşçi sınıfı kültürü içinden belli özel elemanlar seçilir ve zevk alınabilir ürünlere dönüştürülüp tekrar işçi sınıfı izleyicilerine sunulur. Bu seçme süreci dengesiz bir şekilde çalışır. Son incelemeler popüler bilincin hem karmaşık, hem de çelişkili olduğunu ikna edici şekilde göstermiştir. Örneğin, İngiliz işçi sınıfı kültürünün cinsellik, kadercilik, krallık ve aristokrasiye sevgi ve hayranlık duyguları taşırken, aynı zamanda politikacı ve yabancılara karşı derin bir güvensizlik ile dolu olduğu hakkında birçok kanıt vardır (Murdock 1982:147). Aynı zamanda işçi sınıfı kültürü halka yakın sosyalist gelenek etrafında örgütlenmiş kapitalizmin güçlü eleştirisini de içerir. Bununla birlikte, geniş, siyasal bakımdan heterojen izleyicileri çekmek ve tutmak gereksinimi popüler kültür içinden değişimci yanlar yerine tutucu olanları seçmesi kitle iletişim araçlarının temkinli oynaması demektir. Böylece, sermaye ve emek arasındaki yapısal karşıtlık "onlar ve biz", "halk ve bürokratlar", "ılımlı çoğunluk ve militan azınlık", "yasaya uyan ve uymayan", "vatan ve düşmanları" arasında siyasal muhalefetler serilerine dönüştürüldü. Sonuçta, statükoyu savunmak için kolayca harekete geçirilebilecek bir popülizmle birleştirildi. Popüler ideolojiler ile popüler kitle iletişim araçları ürünleri arasındaki ilişki, bu nedenle, "çarpıtılmış" olma yerine kısmi ve yetersiz olarak görülmelidir (Murdock, 1982:147). Dün Hıristiyan ayinlerle kutlanan Hıristiyan inancın birliği bugün yerini kitle iletişim araçları ayinleriyle kutlanan ulusçuluk, demokrasi, özgürlük ve tüketicilik beraberliğine bıraktı. Curran'a göre (1982:227) halka dünyayı anlamasını ve yorumlamasını sağlayan kitle iletişim araçları, şimdi kilisenin yerini almaktadır: Papazlar halka güç yapısının Tanrı tarafından düzenlendiğini söylerdi; bugün, profesyonel kitle iletişimcileri izleyicilere güç yapısının demokratik bir şekilde, oy sandıkları yoluyla oluşturulduğunu bildirmektedirler. Muhalif olanlar kilise tarafından Tanrının isteğine karşı gelen dinsizler olarak gayri meşrulaştırılır ve aforoz edilirdi. Bugün de muhalifler "demokrasiyi" reddeden "aşırılar" veya "bölücüler" olarak suçlanırlar. Ortaçağ kilisesi

haksızlığa karşı hak aramanın tek meşru yolunun ezenin vicdanına hitap etmeyi, bu etkili olmazsa yüksek devlet otoritesine başvurmayı öğretti. Bugün çağdaş kitle iletişim araçları benzer şekilde meşru protesto yöntemleri olarak sadece anayasal ve yasal işlemleri yüceltirler. Ortaçağ kilisesi toplumsal adaletsizliği kişinin günahına atfederek eşitsizliğin kaynaklarını maskeledi. Bugün çağdaş kitle iletişim araçları, çok daha karmaşık yollarla, yapısal eşitsizlikleri tanımlama ve açıklamayı izleyicileri yanlış yola sevk edecek şekilde, örneğin eleştirel bakışlarını kendilerine döndürerek yaparlar. Kilise Tanrının görünmez elinin tesadüfîliğine eğilerek toplumdaki aşağı statünün kabulünü teşvik etti (kilisede hala zayıfın, güçsüzün, alçak gönüllülüğünün öldükten sonra cennete gideceği tekrarlanır). Çağdaş kitle iletişim araçları hem zenginliği hem de fakirliği çok çalışmanın yanında şansa bağlayarak benzer kaderciliği teşvik etmektedir.

Bugün kitle iletişim araçları spor yıldızlarına ve gösteri-işindeki kişilere önemli yer verir ve bu izleyicilerin kendilerini bu kişiler yerine koyma yoluyla doyum için araç olur.

Elbette, ortaçağda papalık ve monarşiler arasında olduğu gibi, günümüzün toplumunda kitle iletişim araçları ve öteki güç odakları arasında da çatışmalar vardır. Fakat bu çatışmalar nadiren ciddidir ve genellikle toplumsal ve siyasal yapıyı meşrulaştıran moral çerçeve içinde tutulurlar (Curran, 1982:228; Hall, 1977; Murdock, 1981).

ÖNDE GELEN YAKLAŞIMLAR

SMYTHE: BİLİNÇ ENDÜSTRİSİNİN MADDİ YAPISI

Avrupa'da Marksist ve Marksist yönelimli iletişim merkezi özellikle İngiltere olmuştur. Tartışmaların çoğu da İngiltere'den başlatılmıştır. 1970'lerin sonlarına doğru Kanadalı ekonomist, siyasal aktivist ve meşhur iletişim bilimcisi D. W. Smythe Avrupa Marksistlerinin "siyasal ekonomi" "ve "kültürel" yaklaşımlarını yetersiz buldu ve özellikle "maddi tabanın" başlıca belirleyici gerçeklerini görmediklerini belirterek, "Kör nokta" (blind spot) tartışmasını açtı. 1948'den beri iletişimin Marksist siyasal ekonomisinin kurucusu olarak niteleyebileceğimiz D. W. Smythe, gelişmiş Amerikan kapitalizmindeki

iletişim düzeninin özeliliklerine eğildi ve Avrupalı Marksistleri kendi kıtalarına hapsedilmiş ve Amerikan gerçeğinden uzak olduklarını ve Amerikan gerçeğinin yakında Avrupa'nın gerçeği olacağını belirtti. Avrupalılar, özellikle İngilizler, kendilerini savunarak karşılık verdiler. Aslında Smythe'in ve Amerikan Marksistlerinin Avrupa gerçeğini bilmediğini ve "kör noktaya" sahip olduğunu belirttiler.

Smythe'in Avrupa'ya ihtarı 1977'lerdeydi. Çok geçmeden Avrupa Amerikan gerçeğinin "özelleştirme ve deregulasyon" saldırısıyla karşılaştı; 1990'lara gelindiğinde, iletişimde Avrupa gerçeği Avrupa gerçeği olmaktan çok Amerikan tipi iletişim düzeninin küreselleştirdiği bir gerçek oldu. Smythe, Türkiye gibi ülkeleri, değişimde Avrupa'dan sonraya bırakmıştı. Gerçi Türkiye'de oluşum Avrupa'dakiyle beş altı yıl gibi kısa bir zaman farkıyla oldu, fakat diğer "az gelişmiş" ülkelerde, bu oluşum 1990'lardan beri egemen gündeminin bir parçasıdır.

Dallas Smythe'e göre (1981) kitle iletişim araçları tekelci kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçların amacı bütün nüfus ve öteki örgütlerin önderliği için sorunlar, değerler ve politikalar "gündemini" oluşturmaktır. Bu araçlar izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklamcılara satarlar. Bu izleyiciler kendilerine kitle halinde üretilmiş tüketim malları ve hizmetlerinin pazarlamasında çalışırlar ve pazarlamasında tüketilirler. Bunu P. Baran ve P. Sweezy'nin "sivil satış çabası" diye adlandırır: İzleyiciler, aynı zamanda, siyasal adayların ve kamu politikalarının pazarlanmasında çalışırlar, pazarlamasında tüketilirler: İzleyicilerin üretimi, tüketimi ve çalışması (emeği) olmaksızın, tüketici mal ve hizmetlerinin kitle halinde üretimi ve silahlı kuvvetlerin büyümesi olanaksızdır. Bu çalışmanın yapısal sonucu anonim şirketlerin kapitalist sistemi yaratması olmuştur. Bu sistemde az sayıdaki dev firmalar karmaşık endüstriler tarafından karşılanır ve kitle iletişim sanayileri tarafından yol gösterilir. Smythe bu kitle iletişim araçları endüstrisini, reklam ve araştırma endüstrileriyle birlikte "bilinç endüstrisi" olarak adlandırır (Frankfurt Okulu buna "kültür endüstrisi" der).

Smythe kendi yaklaşımının eleştirel, tarihsel materyalist yöntem olduğunu öne sürer. Marksist tabana dayanan yaklaşımlar ve

kavramlar çerçevesinde tartışmalı olabileceğini belirttiği bu tarihsel materyalist yaklaşımının ana hatlarını şöyle özetlemiştir:

(1) Üretimin materyalliği, hammaddelerin işlenmesinden daha fazla bir şeydir. Materyallik toplumsal üretim ve tüketimde halkı birbirine bağlayan gerçek süreçler anlamına gelmelidir.

(2) Marksistler, Marks'ın zamanındaki rekabetçi pazardan farklı olan günümüzün tekelci kapitalizmin dev şirketlerinin iş cephesinde olduğu kadar talebi de yönlendirme rolüne dikkat etmelidirler. Bu değişim üzerinde Marks, Engels ve Lenin durmuş, ondan beri tekelci kapitalizm konusuna büyük ağırlık verilmiştir.

(3) Talebi yönlendirmek için, tekelci kapitalizm kitle iletişim araçlarını keşfetti. Bu araçların ana ürünü ileti değil reklamcılara satılan izleyicilerdir.

(4) Günümüzde altyapı/üstyapı ilişkisi gerçekçi olarak kabul edilmez. Gerçekçi değildir; çünkü üstyapıya yerleştirilen kitle iletişim araçları altyapının, tabanın ana parçasıdır, çünkü bu araçların ürünü izleyicilerdir ve bu izleyiciler kitle halinde üretilen tüketici mallar ve hizmetlerinin kitle halinde pazarlanmasını başarmada "maddi bakımdan" üretici bir görev yaparlar. Smythe, kitle iletişimini, ABD ve Kanada'da örgütleniş ve işleyiş biçimine dayanarak bu sonuca varıyor. TRT gibi gelirlerinin veya yaşam koşullarının reklama dayanmadığı kitle iletişimi sistemlerinde durum farklı olabilir. Bu nedenle örneğin, Garnham (1979a ve 1990) tarafından eleştirilmiştir.

(5) İş gücünün üretildiği sürecin "izleyici-malın"[54] göze çarpıcılığı ışığında yeniden düşünülmesi gerekir: Kendi iş güçlerini üretirken, izleyiciler kendilerinin iki yüzü arasındaki diyalektik gerilimi deneyimlerler: İzleyicinin bir yüzü (mal çeşitlerini ve adayları seçmede) izleyici olarak çalışmaları ile ilgilidir. Öteki yüzü yaşama ve çocuk yetiştirmelerindeki değerlerle ilgilidir.

(6) Teknoloji burjuva egemenliğinin tehlikeli bir şekilde "gizemlileştirilmesinden" başka hiç bir şeyin saptayıcısı değildir. Ne araç, ne de görünürde reklam olay öğeleri (haber, eğlence, müzik, spor gibi) içindeki ileti kitle iletişiminin gerçek temelidir. Smythe bu

[54] *İzleyici bu bağlamda alınıp satılan emtia olarak ele alınıyor.*

haber, eğlence, film, tartışma, spor gibi programları, kısacası kitle iletişim araçlarının içeriğini "bedava öğle yemeği" olarak niteler. Kapitalist ilişkilerde birini bedava öğle yemeğine götürdüğünde bu yemek herhangi bir esas amaç için bir vesileden başka bir şey değildir: Yemek yenirken alışveriş, iş tartışması yapılır; alınan alınır, satılan satılır, ya da buna karar verilir. Kitle iletişiminin içeriği bedava öğle yemeği olarak, balığı oltaya çekmek için sunulan yemdir.

(7) İdeoloji, bilinç ve egemenlik bugün Marksizm'in öznellik ve pozitivizmle dolu olmaya yönelen alanlarıdır. Bunlar diyalektik bir şekilde, halkın etkinlikleriyle karşılıklı ve bağımlı olarak incelenmelidir. Halkın etkinlikleri daima siyasal, ekonomik ve toplumsal örgütler içinde bazı düşünce, dil ve fiziksel etkinlikleri bağlar. Birinci Dünya Savaşından sonra devrimci hareketlerin gerici ve faşist rejimler tarafından Avrupa'da bozguna uğratılması Avrupalı Marksistleri ideoloji ve bilincin öznel ve yönlendirici açıklamalarına döndürdü (örneğin Frankfurt Okulu). Egemen sınıf biçimlerinin devleti, kiliseyi, eğitim öğretim sistemini ve kitle iletişim araçlarını egemenlikte güç kullanmanın yerine kullandığını keşfetmek bir yenilik değildir. Yıllarca çarkı yeniden keşfetmek ve ayrıntılarla uğraşmak yerine, işçilerin özel sektör ve kamu sektörü arasındaki diyalektik gerilim süreçlerini betimleyecek ve çözümleyecek araçları geliştirmek daha yararlıdır.

(8) Marksistler için maddi üretimin burjuvalar tarafından "teknoloji" olarak kılık değiştirmesinden kurtarılması kadar, sanat ve bilimin de burjuva sınıfının tuzaklarından kurtarılması ve diyalektik bakımdan yeniden düşünülmesi önemlidir. Smythe'e göre kitle iletişim araçları, ilgili sanatlar, tüketici malları ve hizmetleri (giyim, kozmetikler, ayaküstü yemek gibi) ileri kapitalist ülkelerin ve giderek artan bir şekilde Üçüncü Dünya ülkelerinin halkları için günlük gündemler hazırlar. "Gündem" kavramı günlük yaşamda yapacakları şeyleri sıralaması, düzenlemesi, bir şeyi yapma yerine bir başka şeyi yapmaya karar vermesini içerir. Kişiler örgütlerin parçası olarak etkinlik gösterdiklerinde, gündem belirleme görevi bireysel bir süreç olma yerine ortak bir iş olur.

(9) İzleyicilerin gördüğü üç temel hizmet vardır: Tüketici mal ve hizmetlerini kendilerine pazarlarlar. Siyasal arenada şu veya bu aday

için oy vermeyi öğrenirler. Kendi siyasal ekonomik sistemlerinin doğruluğuna inancı öğrenir ve onaylarlar.

(10) Kitle iletişim araçları birbirine bağlı iş örgütlenmeleri ile üretim ve alışverişine dayanan oligopol piyasalar ile bağlıdır.

Reklamcılık, pazar araştırması, güzel sanatlar, eğitim ve öğretim bu bilinç endüstrisinin parçasıdır. Kitle iletişim araçları aynı zamanda şirket bağları ve kesişen pazarlar yoluyla profesyonel ve amatör spora, gösteri sanatlarına, çizgi romanlara, çocuk oyuncaklarına büyüklerin oyunlarına (oyuncaklarına), plak üretimi ve satımına, otellere, havayollarına, bağlayıcı sözleşmelerle ve reklam servisleriyle tüketici mallar endüstrisine (otomobil, giyecek, kozmetik mücevher) bağlıdır. Kitle iletişim araçları aynı zamanda telekomünikasyon, dijital enformasyonun depolanması, tekrar kullanılması, işlenmesiyle ve telekomünikasyon ve bilgisayar işlemleri için araçlar üreten ve elektronik, fizik ve kimya alanlarında araştırma yapan endüstrilerle karşılıklı bağımlıdırlar. Bilinç endüstrisi enformasyon üreten bankacılık, finans ve sigorta endüstrileridir. Bütün bunlara askeri ve sivil devlet organlarıyla olan bağlarını da eklemek gerekir.

Bilinç Endüstrisinin Gündemi

Bilinç endüstrisinin gündemindeki birinci konu, tüketici mallarının ve hizmetlerinin "yeni modellerini" satın almaya ve askeri alışveriş çabalarıyla şişen bütçeyi destekleyen vergileri ödemeye dürtülenmiş halkı üretmektir. Kitle iletişim araçlarının görevi aynı zamanda nihai ürünleri üretmek için şekillendirilmiş izleyicilerin üretilmesidir: Siyasal adaylara oy verme, siyasal sorunlarda "halkoyu" gibi... Kitle iletişimi araçları halka sistemin ideolojisini, belli bir sınıf egemenliğindeki toplumsal sistemi halkın desteklediği veya hücum ettiği "değerler sistemini" öğretir.

Kitle İletişiminin Ana Ürünü

Smythe'a göre, burjuva ve Marksistler kitle iletişiminin ana ürününü iletiler, enformasyon, imajlar, anlamlar, eğlence, eğitim öğretim, yönlendirme, manipülasyon vs. olarak tanımlarlar. Bütün bu kavramlar öznel düşünsel varlıklardır; hepsi de gerçek yaşam süreçlerinden boşanmış yüzeysel görünümlerle ilgilenirler. Eğlence, eğitim, öğretim

gibi kitle iletişimi içeriği "etkilere" veya "amaçlara" aittir. Bunun anlamı öznel süreçlerin gerçek olmaması demek değildir, fakat tekelci kapitalizm altında halkın yapmak zorunda olduğu işlerin maddi bir tabanı vardır. Yiyecek gibi şeyler satın alınmalıdır ve izleyicinin görevi, reklamcıya "ödeme yapan" bu yanıdır.

Marksistler neden materyalist gerçekçi bir iletişim kuramı oluşturmamışlardır? Marks'tan Lenin'e kadar olan, 1920'ye kadar, Marksistlerin reklamcılığın ve kitle iletişiminin tekelci kapitalizm adına talep yönetimi işlevini görmeleri ve bu işlevle uğraşmaları beklenemez; çünkü bu işlev yoktu. Basın reklamcıların değil, siyasal partilerin etki ve parasıyla destekleniyordu. Basın endüstrisi magazin ve gazeteler üretip satıyordu; izleyicilerin üretim ve satımı için örgütlenmiş bir pazar yoktu. Dolayısıyla, Marksistler basını devletin öteki kültürel örgütleriyle birlikte üstyapının parçası olarak gördüler. 1920'den sonra Marksistler kitle iletişim araçlarının önde gelen ürününün "etki" olduğunu düşünmeye devam ettiler.

Gramsci, Frankfurt Okulu (Adorno, Horkheimer, Lowenthal, Marcuse, Habermas), R. Williams, Poulantzas ve Althusser konuya bilinç endüstrisi ve tekelci kapitalizmin talep yönetimi yoluyla işlev görmesini sağlamadaki tarihsel materyalist rolü açısından yaklaşmamışlardır. Baran ve Sweezy talep yönetimi üzerinde durmuşlar, fakat nasıl olduğunu, kitle iletişimi ve reklam hakkında manipüleci bir varsayımla kendilerini yeterli bularak incelemeden geri durmuşlardır. Bu aynı "kör nokta" az çok Marksist görüşle iletişim konusuna yaklaşan aydınların da (Schiller, Nordenstreng, Enzenberger, Hamelink, Murdock, Golding, Smythe) sorunudur. Çünkü bu aydınlar kitle iletişim araçlarının pazar mallarına ve adaylara "izleyicileri" ve kendilerine de "konuları" nasıl ürettiğini hesaba katmazlar. Kuram ve pratik ideolojinin üretimi konusunda, öznellikten ve gerçekten uzak olarak tarihsiz bir tabanda devam etmektedir.

Marks'ın döneminde, kapitalist üretimin önemli yanı işçilerin üretim araçlarından yabancılaşmasıydı. Günümüzde ise, işçilerin üretme ve kendilerini yeniden üretme araçlarından yabancılaşmasıdır. Kapitalizm altında emek gücü kişisel mülk olur; para karşılığı satılır. İşte satılan

emek zamanının tümü için para alınmaz. Eğer alınsaydı ne kar, ne de yöneticilerin maaşları ödenebilirdi.

Gerçekçi Marksist Kuram

Smythe'e göre, idealist kurama karşı olan gerçekçi bir kuram işe iletiyle ya da kitle iletişim araçlarıyla değil, halkla başlamalıdır. Smythe şu önerilerde bulunur: Eleştirel iletişim kuramına yaklaşım izleyici gücünün gerçek zaman içinde nasıl üretildiğini tanıma ile başlamalıdır. İzleyici gücü pazarlara eştir: Ne tür pazar olursa olsun, homojen paketlenmiş mallar ya da televizyon alıcıları, siyasal adaylar için pazar gibidir. Çokuluslu şirketin bir malı üretmeye girişmesi için, malın pazarlamasından artı değerin gerçekleşmesini garanti etmek için bir talebin üretilmesi zorunludur. Burada itici güç ileti veya araç ile değil, önerilen mala izleyicilerin takınacağı tavırdır (para ödemesi, zaman harcaması, üretimi için enerji harcaması, kullanması, atması). Eğer beklenen bir kar yoksa izleyici, ileti, araç ve mal üretimi olmaz. Böylece, izleyici tüketici mallarının pazarlaması için zorunlu bir araç olarak kitle iletişim araçlarının varoluş nedeni olur. Pazarlamacı olarak izleyici gücü, izleyici hakkında çok az bilgiye sahibiz. Gerçekçi çözümlemedeki temel öğe kitle iletişim araçları tarafından üretilen izleyicilerin rolünün herhangi bir mal için karlı bir pazarın yaratılmasında reklamcının genel stratejik planı içinde çözümlemesini gerektirir. Bu çözümleme izleyicilerin kitle iletişim aracından reklam ve "bedava öğle yemeği" karışımını alış yolu ile bu materyallerin içinde işlendiği etkinlikler ve ilişkilerin koşulları arasındaki ilişkiyle uğraşmalıdır. Halk ve izleyicilerin "yeri" gerçek tarihsel durum içinde saptanmalıdır. İzleyici iki yüze sahip olan yeni bir kurumdur: Özel yüzü bilinç endüstrisi için pazar ve pazarlama ajanı olarak görev yapar. Kamu yüzü çeşitli kurumlar yoluyla (aile, kilise, sendika gibi) hayatın mal olmayan amaçları için mücadele eder. Amerika ve Kanada'da izleyici bu iki yüze de sahiptir: Herkes her zaman izleyicidir, çünkü ortak olarak herkes genel malları üretme ve satma girişimindedir. Pazar ilişkilerinin izleyicilerin seyretme ve dinlemesini kapsaması henüz dünya çapında değildir. Fakat Amerika'da bu bir gerçektir. Amerikan televizyonu izleyiciler açısından tek bir genel pazardır. Belli bir iletiyi almayan birinin artık izleyici olmadığı doğru değildir; bu kişi o

iletiyi almayan "izleyiciler" üyesidir. Önceleri izleyici için sorun iletiyi kabul ya da reddetmesiydi; şimdi sorun, pazarı kabul etmesi ya da direnmesidir. "Ekonomist" olarak eleştirilen Marksist temele dayalı yaklaşımlar, gerçekte, egemenlik sürecini tanımlama ve anatomisini belirleme işini görmüşlerdir. Böylece ana çelişkideki öteki etken üzerine çalışma için yol açmıştır: Ana çelişki sermaye ile halk arasındadır ve bugün halk bu çelişkinin asıl yanıdır.

Bilinç, halkın yaşamının tam olarak farkında olmasıdır. Bu kendilerini, öteki insanlarla çeşitli örgütlenme şekilleri içinde ilişkilerini ve doğa ile ilişkilerini "anlamalarını" içerir. Bilinç dinamik bir süreçtir; kişinin aile ve öteki toplumsal kurumlar içinde büyür, durur veya geriler. Duygular, düşünceler, içgüdü, bellek ve bütün duyu araçlarına girer. Bilinç kişilerin gerçek yaşam deneyiminden gelir.

Smythe'a Avrupa'dan tepki Murdock (1978) tarafından gelmiştir. Murdock'un tepkisine benzer eleştiriyi veren Garnham'ın (1979a; 1990) sunumu şu şekildedir: Dallas Smythe "kör nokta" tartışmasıyla, dikkatlerimizi medyanın ideolojik aygıt olmasından, kapitalizmdeki ekonomik görevine çeker. Bunu yaparken, çok fazla indirgemeci bir yaklaşım sunar. Çünkü Smythe'de medyanın malı izleyicidir ve bu aslında kapitalin karmaşık dolaşımında sadece bir andır (incelenmesi gereken bir faktördür.) Ayrıca, Smythe'de "medyanın emtialaştırma rolü" anlayışı, Avrupa'dan çok Amerika gerçeğini yansıtır. Ayrıca, Smythe'in kuramı Marksist kuram içinde emtia biçiminin görevini yanlış anlar; Dolayısıyla, özel emtia biçimiyle (izleyiciyle) genel emtia biçimi arasındaki ilişkiyi ihmal eder. Sonuçta, çelişki fikrinde yetersizdir; Doğrudan el-değiştirilen kültürel emtiaların görevini göz önüne almaz. Devletin rolünü ihmal eder. Kapitalin kendinin reklamını yapmasını yeterince açıklamaz. Medyanın izleyici-üretimi süreciyle sınıf ve sınıf mücadelesinin belirleyicilerine ilişkilendirmede yetersizdir, eksiktir. Bu eleştirileri Smythe kabul etmiştir.

CHOMSKY: MEDYA PROPAGANDA MODELİ

Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımlar içinde, medyanın kasıtlı propaganda aracı olarak kullanıldığı ve içte egemenliği ve dışta emperyalizmi desteklediği görüşü medya faaliyetlinin propagandacı yanının su yüzüne çıkarılmasında önemli bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın önde gelen savunucusu Amerikalı dilbilimci Chomsky'dir.

1970'lerde Chomsky ve Herman eleştirel bir açıdan medya etkisi konusuna eğildiler. Kitle iletişimi ile propaganda arasında bağ kurdular ve *"Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media" yapıtlarında* medya propaganda modelini ortaya attılar. "Manufacturing concent" (rıza üretme) kavramı Walter Lippman'dan kalmıştır, fakat Lippman'dan farklı bir şekilde yorumlamıştır: Resmi olarak insanlar oy verme hakkına sahiptir. Bu hakkın anlamını rıza üreterek ve istenen yönde davranmaya yönlendirecek bir şekilde insanların tercih ve tutumları yapılandırılarak garantileyip ortadan kaldırılabilir. Propaganda modeli güç ve zenginlik eşitsizliği ve bunun medya çıkarları ve seçimlerindeki (ileti seçimlerindeki) çok seviyeli etkiler üzerinde durur: Haberler birbiriyle ilişkili ve birbirini destekleyen beş süzgeçten geçer:[55]

1. Egemen medya firmalarının kar amacı, tekelci sahiplik ve firma büyüklüğü;

2. Reklamın medya için en önde gelen gelir kaynağı olarak kullanılması;

3. Medyanın devlet organları, iş çevresi ve uzmanlara enformasyon kaynağı olarak başvurması;

4. Medyayı disipline sokma aracı olarak "aşırı saldırının" kullanılması: Bu aşırı saldırılar iyi finanse edilmiş "sağdan" gelir.

5. Kontrol mekanizması olarak "antikomünizmin" kullanılması.[56]

İşlenmemiş haberler bu filtreden geçer ve "uygun" olanlar yayın için kalır. Filtre neyin haber değerinde olduğunu belirler. Bu filtreden

---

[55] *Haber üretiminin doğası siyasal ekonomi içine girer; fakat propaganda ve etki (içerik) üzerinde durma siyasal ekonominin birincil ilgi alanı değildir.*

[56] *Şimdi komünist öcü gitti ve yerini terörist öcü, Müslüman düşmanlığı ve Çinli korkusu aldı*

geçerek oluşan ve akan enformasyonu, medya profesyonelleri nesnel olarak nitelerler. Bu filtreyle getirilen sınırlamalar o denli güçlüdür ki, alternatif haber seçimi düşünülemez.

Chomsky "demokratik toplum üzerinde düşünce bekçisi" olarak nitelediği propagandanın Birinci Dünya Savaşından sonra geliştiğini belirtir. Birinci Dünya Savaşında ilk kez devlet tarafından hazırlanmıştı: Amerika Kamu Enformasyonu Komitesini (The Committee on Public Information).[57] Creel Comission adıyla anılan bu propaganda makinesi Amerika'da anti-Alman propagandası yaparak halkı İkinci Dünya Savaşına girmeye hazırladı. İkinci Dünya Savaşından sonra Amerika'da kamuoyu hala Avrupa'daki gibi "sosyal demokrattı." İş çevresi bundan korkuyordu. Yaygın bir proraganda kampanyasına girdiler. İş dünyası okul kitaplarının üçte birinin maliyetini ödemeye başladı. Spor ve rekrasyonu ele geçirdiler. Sahtekar sendika yöneticilerine karşı direnen dürüst vatandaşları konu alan "On the Waterfront" gibi filmleri finans ettiler. Medyada sürekli Amerikan halkı cinayet, uyuşturucu, muhtaç anneler ve dengesiz bütçe korkusuyla bombardıman edildi ve hala edilmektedir.

Medyanın propagandası insanları insanların dikkatlerini başka yöne çekmektedir. Bu yön de spor, seks skandalı, medyatik ve meşhurlaştırılmış kişiler üzerinde toplanmaktadır. Herman ve Chomsky'e göre (1988) kitle iletişimi devlete ve özel faaliyetlere egemen olan özel çıkarlara desteği harekete geçirme hizmetini yapar; Medyanın seçtikleri, üzerinde durdukları, göz ardı ettikleri, bu açıdan incelendiğinde en iyi şekilde anlaşılabilir. Medyanın ana görevlerinin en önemlisi propagandadır. Kitle iletişim araçları mesajları ve sembolleri genel nüfusa ileten bir sistem olarak hizmet verir. Medyanın görevi eğlendirmek, bildirmek, haber vermek, toplumun örgütlü yapılarına insanları bütünleştirecek değerleri, inançları ve davranış kurallarını işlemektir. Sınıf çıkarları çatışması ve zenginliğin belli ellerde toplandığı dünyada, medyanın üstelendiği rolü

---

[57] *İsim bile bilinç yönetiminin bir parçası. Türkiye'ye kadar binlerce kolla uzandılar. Örneğin: bir ara televizyonda reklam sektörünün reklamını yapan uluslararası reklam birliğinin sahtekarca ve akıllıca insanları reklamcılığın faydasına inandıran ve tüketime teşvik eden reklamı gibi.*

gerçekleştirmesi sistemli propagandayı gerektirir. Medyanın devlet tekelinde olduğu ve sansür edildiği yerde, tekelci kontrol bunu gerçekleştirir. Resmi sansürün olmadığı özel sistemlerde ve kamu medya kurumlarında propagandayı görmek epey zordur. Hele medya aktif bir şekilde özel firma ve hükümetin kötü işlerini göz önüne seriyorsa ve kendini ısrarla genel toplum çıkarları ve özgür ifadenin temsilcisi olarak sunuyorsa, propagandayı teşhis çok daha zorlaşır.

Golding ve Murdock, Herman ve Chomsky'nin (1988) enstrümentalist (araçsal) yaklaşımından geri durduklarını belirtirler. Enstrümentalizm, kapitalistlerin kendi ekonomik güçlerini ticari pazar sistemiyle, kamu enformasyonunun kendi çıkarlarıyla uygun olarak akmasını güvence altına almak için kullandığı yollara eğilir. Golding ve Murdock'a göre (1992:18), Herman ve Chomsky'nin kitle iletişiminin "güçlülerin ilişki (discourse) koşullarını düzenleme yeteneğine sahip olması, halkın ne göreceğine, duyacağına ve ne hakkında düşüneceğine karar vermesi" savları kısmen doğrudur. Devlet ve işletmeler haberi imtiyazlı olarak "ulaşma" olanaklarına sahiptirler. Reklamcılar kontrol olanaklarına sahiptir. Medya sahipleri medyanın kültürel tutumunu belirlerler. Golding ve Murdock'a göre, Chomsky ve benzerleri bu tür stratejik "karışmaya" odaklanarak, sistemdeki çelişkiyi görmezlikten gelirler. Sahipler, reklamcılar ve önde gelen siyasal kişiler her zaman istediklerini yapamazlar. Kendilerine kolaylık sağlayan kadar, engelleyen yapılar içinde iş görürler. Bu, onlar üzerinde hem sınır hem de fırsatlar empoze eder. Bu sınırların kaynaklarını ve doğasını incelemek "kültürün eleştirel siyasal ekonomisinin" ana görevidir.

BÖLÜM XIV

KÜLTÜR VE DİLDE SINIF MÜCADELESİ: GÖSTERGEBİLİM YAPISALCILIK

> Man does not create language; language creates man.[58]
> Heidegger

İnsanlar konuşur, yazar, göz kırpar, kızarır, el sallar, giyinir, yer, içer, okur, çalışır, el pençe durur, öfkelenir, bağırır, susar, özlüce günlük yaşamlarında birçok etkinliklerde bulunur. Böylece kendini ve toplumu üretir. Bu üretimde araçlar kullanır. Trafik işaretleri, satılık işaretleri ve yol işaretleri koyar. Sinema filmi yapar ve seyreder. Radyo ve tv programları yapar ve izler. İnsanlar ilişkisel işaretler (göstergeler) üretir ve yorumlar. Bir öğrenci bu cümleleri anlamaya çalışır. Bazıları bu kitabı okumadan bize karşı tutumlarına uygun bir şekilde kitap hakkında yorumlar yapar. Doktor hastaya sorular sorarak hastalığı teşhis etmeye çalışır. Yani gösterge süreçleri ve göstergeleri süreçten geçirme, biz birey olarak istesek veya istemesek de olmaktadır. Göstergebilim bu süreçleri ve süreçten geçirmeleri inceler.[59]

Göstergebilim kendi başına bağımsız bir bilim değildir: Kültürün farklı yanlarıyla ilgilenen dil bilimi, edebiyat, müzikoloji, sanat tarihi, arkeoloji, tarih, sosyoloji, siyasal bilimler, teolojik incelemeler, iletişim bilimleri, biyoloji, kimya, fizik ve diğer birçoğu doğal ve kültürel fenomenin göstergesel karakterlerini incelerler.

---

[58] *Dili insan yaratmaz, insanı dil yaratır. (İnsanı Tanrı yaratmamış mıydı?)*

[59] *İletişim çok disiplini kapsayan bir alandır. İletişim Fakültelerinde göstergebilim ve kültürel analiz konusunda lisans öğretimi olmadığı gibi, öğretim üyelerinin de yeterli bilgiye sahip olmaları zordur. Söylem analizi yapabilmek için en azından dil bilimi ve göstergebilim alanında eğitilmiş olmak gerekir. Kuşkusuz kişinin bu bölümden mezun olması gerekmez, fakat kendi başına öğrenime yoğun bir çalışmayı gerektirir.*

Göstergebilimin (semiology, semiotics) "işaretler, göstergeler bilimi" olarak tanımlanır. Göstergebilim, başlatıcısı olarak bilinen İsveçli dilbilimci Ferdinand de Saussure tarafından "semiology" olarak isimlendirilmiştir. Amaç olarak göstergelerin doğasını, topluma etkisini ve yöneten yasaları incelemek olarak koymuştur. Fakat Amerikan egemenliği burada da kendini göstererek Pierce'in "semiotics" kavramı "semiology" kavramının yerini almıştır.

Göstergebilim temel olarak (a) göstergeler üzerinde betimleyici inceleme ve açıklama yapan "tanımlayıcı göstergebilim", (b) bu açıklamaları ve betimlemeleri bir kuramsal çerçeveye oturtan "kuramsal göstergebilim" ve (c) kuramsal varsayımları deneyen ve toplumun ve endüstriyel yapının sorunlarına çözümü amaçlayan "uygulamalı göstergebilim" olarak üçe ayrılabilir.

Göstergebilim 1960'ların sonunda kitle iletişimi kuramı ve araştırmalarında önemli bir yer almaya başladı. Kültürel incelemelerde kuramsal yapıda egemenlik kazanarak bu yerini güçlendirdi.

Marksizmin bazı kavramlarını ve dilini kullanan her yaklaşım Marksist değildir. Bu nedenle çok dikkat etmek gerekir. Çok dikkat etme ve yanlışlık yapmama olanağı söylenileni anlamaya bağlıdır. Ne yazık ki, göstergebilimde yaklaşımların kullandıkları dil özel bir dil olduğu için anlama olanağı sadece "imtiyazlı gösterge bilimcilerle" sınırlanmıştır. Bir bakıma, bu tür gösterge bilimcilerin "metinde" aradıkları ve metinle verdikleri mücadele, bu entelektüellerin üniversite çevresindeki ekonomik pozisyonlarıyla (kendi bireysel çıkarlarının ifadesi olan maddi tabanla) yakından ilişkilidir (Garnham, 1990).[60]

---

[60] *Bir açıklama: Garnham bu, akademik çıkar nedeniyle yapılır diyor. Bu çıkar bir burjuva akademisyenin kendi sınıfının sistemini ve böylece kendini desteklemesidir. Bu çıkar burjuva olmayan ama akademisyen olan ve kendi çıkarını burjuva sisteminin çıkarlarıyla özdeştiren için de aynıdır. Bir diğer grup ise sistemden memnun olmayan fakat sistemin gazabından korkan ve kendini sistemle özdeştirmekten kaçınanlardır. Bunlar sistemin hoşuna giden veya hoşuna gitmese bile kendine tehlikeli olmayan kontrollü ve işlevsel görev yapan "karşıt okumacılardır." Aslında eleştirilerinde bile, burjuva sisteminin en masallaştırılmış ve büyüleyici savunucularıdır.*

KURAMSAL YAPI: KAVRAMLAR

Söylem (discourse) ve söylemsel (discursive)

Bu kavram farklı anlamlarda kullanılır. Türkçeye "söylem" olarak tercüme edilmiştir, fakat söylem "discourse" kavramını açıklamakta yeterli değildir. Dilbiliminde "discourse" bir cümleden fazla olan yazılı veya sözlü iletişim biçimidir: Örneğin karşılıklı konuşma, sözlü sunum ve tartışma böyledir. Eagleton'a göre belli etkiler üretmek için belli insanlar arasında dilin kullanımıdır.

Kişilerarası iletişimde "discourse" analizi bir ilişkinin sözlü veya sözsüz yanının incelenmesidir. Kültürel incelemelerde, Faucault'un kullandığı anlamda, "discourse analizi" dilin ve diğer kodların anlamı ile uğraşır ve bu kodlarda güç ilişkileri üzerine odaklanır. Kodlar ve anlamları toplumun ve tarihin dışında durmazlar. Daima zamanın tarihsel ve sosyal bağlamına, varolan güç ilişkileri ve çatışmalara bağlıdırlar. Bazı söylemler diğerlerinden daha meşru olarak düşünülür. Tv haberleri söylemi radyo'dan daha çok tercih edilir. Toplumda söylemler arasında sürekli ideolojik mücadele vardır. Örneğin "serbest pazar kapitalizmi" söylemi şimdi egemen olandır. Marksist söylemi kullanmak "ilgisiz veya 1960'ların diliyle konuşuyor" olarak nitelenir.

Faucault'a göre, söylem üretimi her toplumda belli sayıdaki süreçlere göre kontrol edilir, seçilir, örgütlenir ve dağıtılır.

Aracılama ve Aracılık (dolayımlama; Mediating ve Mediation)

Hiçbir şey masum şekilde var olmaz ve hiçbir şey nesnel olarak anlaşılamaz, çünkü her şey araya giren mekanizmalar tarafından aracılanır. Şeyler özellikler diğer şeylere olan bağıntılı ilişkileri içinde açıklanır. Bir ayna hem yansıttığı şeyi hem onun imajını aracılar. Gösterge bilimsel bağlamda, aracılanmış bilgi geçmiş deneyimden geçerek bağı kurulan bilgidir ve imajlar selinde şeyleri tanımamızı sağlayan yansımadır. Sosyal bilimlerde, aracılık bireylerin bilgi elde etmelerinde sosyal ilişkilere nasıl katıldığını anlamada önemlidir. Aracılama iki kişi, grup, metin vb arasında yeni bir şey kazanma amacıyla ilişki yaratmaktır. İki farklı şey arasında ilişki yaratma eyleminin sonucudur. Aracılık nesneler arasında anlam akışı yaratır.

İşaret veya gösterge (sign)

Bir fikir, bir emir veya arzuyu taşıyan bir faaliyet, hareket veya jesti anlatır. Bir olanı, durumu veya niteliğin varlığını öneren bir şey; bir fikir, arzu, enformasyon, emir iletmek için kullanılan jest veya faaliyet/hareket; enformasyon veya yön tayinini iletmek veya reklamını yapmak için çevreye konan poster, levha ve benzerleri; bir kelime, sözcük, işlev yerini alan aygıt veya şekil; Bir şeyin işareti, belirtisi; göstergesi. İşaretler bir şeyin kanıtını anlatırlar.

Sembol veya simge

Bir başka şeyi ilişkilendirmeyle, benzerlikle veya geleneklerle temsil eden bir şey sembol veya simgedir.

Sözlük anlamı, tanımlayıcı anlam (denotative meaning)

Kimliğini belirleyen, bilinir yapan, gösteren, işaret eden, atayan, adlandırılan, verilen, tayin edilen anlamdır. Doğrudan işaretlemeyi ve bir kelimenin isimlendirdiği şeyi anlatır.

Çağrımsal veya imasal anlam (connotative meaning)

Barthes bu kavramı işaretlerin beraberlerinde taşıdıkları ideolojik bagaj olarak tanımlar. Çağrımsal anlam göstergenin veya imajın sunduğu kültürel varsayımdır. Duyguları, öznel yorumlamayı, sosyo-kültürel değerleri ve ideolojik varsayımları içerir. Açık olmayan veya önerilen anlamdır. Kelimenin isimlendirdiği şeyle bizim ilişkimizi anlatır. Örnek: "Bekar" sözcüğü evlenmemiş insana verilen isimdir (sözlük tayin edilen anlam). "Bekar" bu anlam dışında, bağlama bağlı olarak gelen, çok farklı "çağrımsal anlamları" vardır. Örneğin, "bekar erkek", ev bağı ve sorumluluğu olmayan, gözü kızlarda olan, bu nedenle, mahallemizin ahlakını korumak için, mahallemize kiracı olarak alınmaması gereken zıpırdır. Dikkat edilirse, bu tür anlam vermeye kültürel ve ideolojik bağlam katılmaktadır. Bu anlama aynı zamanda "ikinci düzey (scond order signification anlamverme" denir.

Sözlük ve çağrımsal anlamlar kesinlikle iki ayrı şey değildir. Bir işaretin iki yanıdır. Her işaret bir fonksiyon taşır. Her fonksiyon kültür belirlemesine bağlıdır. Sözlük anlam anlam verdiği şeyle hiç bir kelimesi kelimesine veya doğal bağa sahip değildir. O da çağrımsal

anlam gibi sosyal bakımdan keyfidir. "At" sembolünün sözlük anlamı herhangi bir attır. Çağrımsal anlamı ancak somut bir ilişki bağlamında kurarız. Somut ilişkide "at" artık o ilişkideki, örneğin sevilen, hızlı, sevimli, kara attır ve diğer atlardan farklıdır. Dikkat edilirse, anlam kurabilmemiz, sınırlar çizebilmemiz, dahil edebilmemiz ve dışarıda bırakarak ayırt edebilmemiz için düz anlam (at kavramı) zorunludur.

Mit/Masal/Efsane, mitoloji (Myth)

Günlük dilde mit, "masal, efsane, temeli olmayan olağanüstü öykü, yanlış düşünceler" anlamlarına gelir. Mit kavramı iletişimde genellikle ideolojik yorumlar yapılırken kullanılır. Eleştirel kültürel incelemeler miti bir kültürün veya alt kültürün, gerçeğin, doğanın bir yanını açıkladığı düşünme şekli veya anlama biçimi olarak tanımlar. Mitoloji anlamları çözmek için gerekli inanç setleridir. Bu inançlar genellikle sosyal, ahlaksal ve siyasal değer sistemleridir. Bu sistemler kültürel bakımdan inşa edilir. Mitsel işaretler "söylemeksizin anlatan" mesajlardır. Kullanıldıkları kültürün egemen değerlerini desteklerler. Mitler soru sordurmaz ve eleştirel düşünmeyi teşvik etmezler. Barthes "Mitolojiler" yapıtında mit yaratma (=çağrımsal anlam yaratma) süreçleri üzerinde durur: Bu süreçler o denli her yerdedir ki tümüyle görünmez olurlar. Mitlerde kodlanmış ideolojilere eşlik eden öykülerne tuzakları bu doğallaştırmayı desteklerler ve onun "varoluşu için delile" katkıda bulunurlar. Kültür ne mitin ardındaki fikrin örtüsünün üstünü açar ne de ortadan kaldırır; onu doğallaştırır. Barthes miti "çalınmış dil," "bir dil soygunu" olarak niteler. (1972:129,131).

Yapı-çözme (Deconstruction)

Bu kavram özellikle J. Derrida'nın yazılarından gelen post-yapısal bir kavramdır. "Construction" dille inşa etmedir. "De-construction" bu yapıyı çözümleyerek anlamlandırmadır. Yapı-çözme bir metni karmaşık tarihsel ve kültürel süreç olarak görme ve okuma ile ilgilidir.

Derrida'ya göre dil veya metinler dünyanın doğal yansımaları değildir. Metin dünyayı yorumlamamızı inşa eder. Heidegger gibi, Derrida dilin insanı biçimlendirdiğini düşünür. Metin gerçek olarak anlaşılan bir açıklık yaratır. Derrida batı düşüncesi tarihinin iyi ve kötü, madde ve düşünce, erkek ve kadın gibi zıtlıklar üzerinde kurulduğunu

belirtir. Zıtlıklar hiyerarşi içinde tanımlanır: İkinci zıtlık birincinin çözülmüş şekli olarak ele alınır. Derrida'ya göre metinler çoklu yoruma izin veren farklılık gösterir. Metinsellik (textuality) bize daima artı olasılıklar sunar. Fakat nesnelliği bulma çabasıyla metinselliğin dışında duramayız. (Yani metin dışında gerçek yoktur.)

Yapı çözümünde rekabette olan yorumlar olabilir, fakat bu yorumların geçerliliğini elde edecek yorumlanmamış bir yol yoktur.

Gerçekötesilik (Hyperreality)

Baudrillard'a göre, gösterge ve imajların sayısız çokluğu o denli yoğunlaştı ki onların ardındaki gerçeği artık göremeyiz, bilemeyiz. Artık "gerçekötesilik" dünyasında yaşıyoruz. Bu yeni gerçekte ilüzyon/hayal gerçeğin yerini almıştır. Bu yeni gerçekte yüzeydeki "görünümler evreni" ötesinde hiç bir şey yoktur. Böylece Baudrillard kendini "medyayı pesimist" (veya Marksist) yorumlayanlardan ve McLuhan gibi optimist yorumlayanlardan ayırır. Ona göre, hem medyanın ihtiyaçları manipüle ettiğini söyleyenler hem de medyanın kitle katılımı için fırsatlar sunduğunu iddia edenler kendilerini aldatmaktadır. Günümüzde sonsuz enformasyon, tanıtım ve semboller dünyasında, artık yabancılaşamayız ve kolektif bir şekilde örgütlenen bir gelecek de üretemeyiz.[61]

Eklemleme, Bağlama-ayırma (Articulation)

Göstergebilimciler bu kavramı "şifre yapısı" veya "farklı bölümleri bağlama" anlamına kullanmaktadırlar. Articulation nosyonu bir gösterge sistemini temel parçalarına ayırmadır: Örneğin sözlü dilde, ses ve anlam seviyelerine ayırmadır. Bağlanmamış şifreler işaret serilerinden oluşurlar ve birbiriyle doğrudan bir ilişkide değildirler. Bu nedenle işaretler onları oluşturan öğelere bölünemezler.

Günlük kullanımdan tümüyle farklı anlamdadır. Günlük kullanımda sembolleri maniple etme ve eklemleme becerisi anlamınadır. Belki de bu nedenle, kuramsal dilbilimciler bu kavramı çoğunlukla terk ettiler ve onun yerine kalıp ikiliği (*duality of patterning)* kavramını kullanmaya başladılar.

---

[61] *Yani anı yaşamalıyız. Baudrillard aslında eleştirirken yüceltmektedir.*

Metinlerarasılık (Intertextuality)

Yapısal kuramcıların incelemelerini yetersiz ve metin içine sıkıştırılmış olarak eleştiren Post-yapısalcı kuramcılar, göstergebilime ve kültürel incelemelere karşılıklı-metinsel-bağımlılık (intertextuality) nosyonunu getirdiler: Bu kavram bir metnin anlamıyla kendi başına var olmadığı, aksine diğer şifreler ve metinler ağı içinde yer aldığını anlatır. Her medya metini diğerine olan ilişkisi içinde vardır. Metinler kendilerini yapandan çok diğer metinlere borçludurlar. Örneğin bir televizyon programı bir serinin veya türün parçası olabilir. Bir savaş veya kavga teması çeşitli program türlerinde görülebilir. Bazı türler medyalar arasında paylaşılır: Spor, oyun showları, TV dizileri, pembe diziler, reklam tek bir medyada değil, farklı medyalarda kullanılır. Bir televizyon show'u sadece kendi "türündeki (genre)" diğer showlara değil, aynı zamanda bütün tv showlarına, reklamlara, güncel siyasal olaylara, filmlere, kısaca her şeye bağlıdır. Hepsi potansiyel olarak birbirini etkiler ve etkileyebilir.

V. Volosinov'a göre işaretin birincil belirleyicisi diğer işaretlere ilişkisi değildir; işaretin kullanılışının sosyal bağlamıdır. Yapısalcı gösterge bilimciler, sosyal bağlamdan (ortamdan) soyutlanmaları, şifreleyenin ve alıcının durumu ve amacı, medya pratikleri, kurumsal yapılar ve amaçlar, kültürel, sosyal, siyasal ve ekonomik bağlamdan yoksun olması nedeniyle eleştirilmişlerdir (Fiske, 1992:299).

Anlam üretme, sonsuz anlam üretme

"Semiotics, semiosis, semiology" göstergelerin ve anlam vermenin incelenmesini anlatır. Semiosis kavramı anlam üretme mekanizması anlamınadır. Sonsuz anlam üretimi bir gösterge veya gösterge setinin diğer bir göstergenin veya gösterge setinin yerini alması ve bunun sonsuz bir süreç olması anlamınadır. Bu kavramla çoğulculuk desteklenir ve ideolojik egemenliğin sonsuz anlam üretimi nedeniyle geçersizliği anlatılır. Bu sonsuz anlam üretimi sanki "mücadeleymiş" ve egemen kodlara karşı kazanılan bir zafermiş gibi sunulur.

Sınıflandırma (Taxonomy)

Bir gösterge sisteminin özelliklerinin gruplandırıldığı bir yapısal analizdir. Ismarlama elbiselerin, Fransız mutfağının, otomobillerin,

beyaz eşyanın, ev döşemesinin vb kültürel anlamlarının bir tür yapısal analizidir. Elbette, eleştirel olsa bile ki eleştirel değildir, bu analizle her şey doğal, kaçınılmaz ve evrensel yapılır.

Metonim ve Metafor

Metonimde parça tümü temsil etmek, anlatmak için kullanılır. "İki yüksek ökçeli geliyor;" "Dazlaklar;" "Yeşil berelileri gördün mü?" İki yüksek ökçeli, iki kadını, Dazlaklar dazlak kafalı faşistleri, yeşil bereliler, yeşil bereli askerleri anlatır. Metaforla birbirine benzemeyen iki şey arasında özdeşlik kurulur: Günlük dildeki mecazi anlam.

Belirsizlik (Indeterminacy)

Bir metin içinde belirlenemeyen anlamlar olduğunu anlatır.

Yorumlamacı cemaat (Interpretative community)

Geniş bir kültür veya cemaat içinde varsayımlar, terminolojiler, okuma stratejileri setlerini paylaşan bir parçadır. Bu parça bir metni az çok aynı şekilde ve aynı sonuçları çıkartarak okur. Ya da metnin onun için yazıldığı farz edilir ve belli bir biçimde metni okuyacakları beklenir. Dikkat edilirse, insanlar bir metni nasıl okuduklarına bakarak, metni aynı veya benzer okuyanlar "yorumlamacı cemaat" altında gruplara ayrılmaktadır.

İkili zıtlık (Binary opposition)

Bir şey ve onun zıddı veya negatifinin olduğu iki birimden oluşan diyalektik ilişkiyi anlatır. Hegelci diyalektikte, bir güç kendinin zıddını veya negatifini çıkartabilir.

Yorum, eleştirel analiz (exegesis)

Anlamı sadece çağrımsal olarak araştırmadır.

Yorum bilim (Hermeneutics)

Yunanca'da "hermeneutikos" "yorumlama" anlamınadır. Dinde, "hermeneutics" kutsal yazıların anlamlarının incelenmesidir. Edebiyat incelemelerinde, bir metnin gerçek anlamını araştırmadır. Eleştirel teoride, karşılıklı öznel anlamanın nasıl olasılıklı olduğunu ve nasıl çıktığını incelemedir. Hermeneutics insanların birbirinin bilincini nasıl ortaklaşa örgütlediğini, anlamı nasıl yarattığını, insanların paylaştıkları

sosyal yaşamı nasıl yarattıklarını inceler. Sembolsel etkileşim, etnometodoloji, fenomoloji ve dramaturgical analiz insanların sosyal gerçeği nasıl kurdukları üzerinde dururlar.

Epistemolojide "yorumsal dönüm" iki iki yüzyıl önce Immanuel Kant tarafından sunulmuştu: gerçek olarak deneyimlediğimiz taşıdığımız metal kategoriler tarafından biçimlendirilir. Kant'ta mental kategoriler kalıcı ve "transcendent" idi. Nietzche bunların değişebilir ve tarihsel güçlerle yönetildiği fikrini getirdi.

Marx and Freud gerçek olarak düşünülenin sadece dolaylı olarak farkında olduğumuz güçler tarafından biçimlendirilir ve yönetilir.

Günümüzdeki yorumlayıcılıkta "dışarıdaki gerçek" görüşünün yerini "algılayan tarafından deneyimlenen gerçek" görüşü aldı. Bu görüşe göre mesajın alıcısı mesajın bir öğesidir. Enformasyon ancak bağlam içindeyse enformasyondur. Bireyler düşünsel dünyaları söylemsel yapılardan veya dünya hakkında konuşma ve hayal etme yollarından oluşan kültürel yapılardır. İnsanların dünyası sadece çoklu ve farklı değil, aynı zamanda birbiriyle etkileşen ve kültürel olarak yaşanan sembol alanlarından, özellikle dilden geçerek inşa edilmiştir. Bütün kültürler anlam verme pratikleri şebekesidir. Dolayısıyla, bütün yorumlar kültürel perspektif tarafından koşullanır ve semboller ve pratikler ile aracılanır. Metinleri alt-metinler takip eder. Yorumlama önceden var olan gerçeği veya nesnel olarak orada duran anlamı çıkartma olarak değil, yorumlayıcılar tarafından kendi düşünsel dünyasının bağlamı içinde anlamı öne sürme olarak görülür. Mesaj ve yorumu nesnel olarak doğru olamaz, çünkü her ikisi de belirleyici ve çoğu kez birbiri içine geçmiş kültürel ve kişisel güçlerle inşa edilmiştir. Kültürün yorumunda kültür, kültür dünyasını kuran ve kültürel pratikleri ve anlamları kontrol eden söylemler seti olarak ele alınır.

Okunurlu ve yazılırlı metin (readerly ve writerly text)

Okunurlu metin okuyanın beklentilerini dengeleyen ve karşılayan söylemi anlatır. Yazılırlı metin okuyucuyu rahatsız eden ve onun gelenekleri ve kültürünün dışında özne pozisyonu yaratan metindir.

KURAMSAL YAPI: OLUŞUM VE TEMEL VARSAYIMLAR

Göstergebilim özellikle post-yapısalcılık içinde hem farklı hem de birbiriyle çatışan kuramsal ayrılıklara sahiptir. Fakat hepsinin de az çok ortak olarak kabul ettiği bazı temel kuramsal varsayımlar vardır:

- İnsanlar işarettir veya sembolsel varlıklardır; sembol üretirler.
- İnsanlar şeyleri ancak semboller (göstergeler) yoluyla bilebilir ve düşünsel olarak kavrayabilir.
- Sosyal ve kültürel fenomenler basitçe materyal objeler veya olaylar, dünyada olan şeyler değildir. Hepsinin anlamı ve işaretleri/göstergeleri vardır. Göstergelerin anlamı "paradigma setleriyle" kontrol edilir. Örneğin bir bıçak birkaç paradigma setine aittir: Yemek yeme araçları seti; kasap için kullanım seti; silah seti.
- Gösterge/işaret aynı paradigma seti içindeki diğer işaretlerden farklılığıyla anlam kazanır. Dolayısıyla göstergelerin anlamı nesnelerle veya anlattıkları faaliyetlerle olan ilişkilerinden çıkıp gelmez. Diğer göstergelerle olan ilişkilerinden geçerek oluşur.
- Sosyal ve kültürel fenomen ideal ve evrensel anlama sahip değildir. Göstergebilime göre, anlamlar göstergeleri şifreler içinde düzenlemeden geçerek sosyal olarak inşa edilir. Gerçeğin sosyal olarak inşasıyla ilgili varsayımlar şunlardır:
  - Algıladığımız dünyayı biliriz.
  - Algılarımız öğrenilmiş yorumlar üzerine kuruludur.
  - Öğrenme sosyal etkileşimden geçerek olur ve sosyaldir.
  - Anlam vermeyi taşıyan araçlar: dil dahil semboller, kültürel mitler, kurumların yapıları ve pratikleri ve eylem kurallarıdır.
  - Anlam verme araçları beraberce insanların dünya görüşlerini, kimliğini, amacını, ideolojisini inşa ederler.
  - Bireyin kendisi, toplum ve kurumları etkileşimden geçerek sürekli değişir.
  - Var oluşumuzun gerçek koşulları öznel değildir. Bu koşullar sosyal etkileşimden geçerek anlam kazanırlar ve algılanmış değerleri, nedenleri ve önemleri sosyal olarak üretilir.
  - Gerçek durumsaldır ve pragmatiktir: bağlam yorumları yönetir.

Göstergelerin anlamı üç yolla yaratılır: Sözdizimsel (Sentaktics), anlamsal (semantik, semantics) ve edimsel (pragmatics). Sözdizimselde anlam kelimeleri yerleştirme veya sıraya koyma ile yaratılır. Semantikte göstergelerin kendilerinin kullanımıyla kelimenin bireye ne anlama geldiğiyle yaratılır. Edimselde anlam bağlamdan geçerek yaratılır.

Birçok göstergeler "ikinci sıra/düzey anlamlandırma" (mit) olarak bilinen daha geniş kültürel öneme sahiptir.

Göstergebilim dil bilimciler tarafından geliştirilmiştir. Dil bilimiyle göstergebilim arasındaki ilişki karmaşıktır. Göstergebilim dilbilimlerinin terimlerini kullanır, fakat, örneğin Saussure'ye göre dilbilimi göstergebiliminin bir dalıdır. Öte yandan Barthes için tam tersidir.

Göstergebilimin oluşumu sırasında, Sassure dil (langue) ve söz (parole) arasındaki farkı ortaya attı. Sausureden önce dil bilimi (linguistics) ikinciye, yani konuşulan veya yazılan kelimeyi inceliyordu. Saussure bu yaklaşımın dilsel iletişimin önemi bir yanının kaçırdığını belirtir. Dil ile Saussure konuşma ve yazma için başvurulan kaideler setinden ve sözdizimsel karakterlerden bahseder. Dili incelerken Saussure anlam veren ve anlam verilen ilişkisi üzerinde durur. Sausure'a göre anlam dil ve dünya arasındaki ilişkiden çıkmaz. Anlam dili oluşturan içsel farklar sisteminden çıkar. Kapı kelimesinin anlamını kapı ile baca, pencere, duvar arasındaki farkı (anlam verenler arasındaki farkı) anlamayı öğrendikçe anlarız.

Saussure sözsüz iletişim tarzının incelenmesini semiology olarak isimlendirdi. Semiology (semiotics, göstergebilim) yazı, medyadaki imajlar, reklamlar, programlar, elbise, yiyecekler, kendi vücudumuz gibi zengin göstergeler/işaretler evrenini inceler.

Göstergebilimde dikkat "metin" üzerinde toplanır. Alıcı/izleyici "okuyucu" olarak nitelenir ve iletişim sürecinde aktif bir rol alır. Okuyucu kendi deneyini, tutumlarını ve duygularını getirerek metnin anlamını yaratmaya yardım eder. Anlamın incelenmesinde üç öğe önde gelir: (1) İşaret (gösterge), (2) işaretin işaret ettiği (gösterilen), (3) işareti kullananlar (gösteren).

Sembol, simge ve işaret, her üçü de, yazı yazma sisteminde kullanılan geleneksel işaret (harf) anlamına gelir. Sembol, simge ve

işaret bir başka şeyi belirlemeyle ilgili ve belirleme hizmetini gören anlamına da kullanılır.

İşaretler/göstergeler kelimeler, imajlar veya anlam çıkarılmak için ele alınan herhangi bir şeydir (Örneğin yazılı kelime "ev"). Gösteren bu işareti oluşturandır (örneğin ev kelimesindeki e ve v harfleri); Gösterilen işaretin anlattığı kavramdır (örneğin ev kategorisi). Saussure, gösteren ile gösterilen arasında doğal dillerde zorunlu bir bağ olmadığını belirtmiştir. İlişki tamamıyla geleneksel ve keyfidir. Buna ters olarak, filmde her ikisi aynıdır. İşaretlenen ile işaretleyen arasındaki aynılık filmin gücüdür. (Monako, 1981).

Peirce'in kuramında sunduğu üç tür işaret/gösterge genellikle kabul edilir:

(1) Sembol (Simge): Sembolsel göstergeler işaret edilene benzemezler, fakat keyfi ve tümüyle kültür-bağımlı simgelerdir. Örneğin "bayrak" kelimesi, bir uzaylı için bir sırığa takılmış, belli renk ve şekillerle donatılmış bir bez parçasına verilen isimdir. Fakat o bayrağın temsil ettiği grup için onuru, şerefi ve kimliği anlatır. Yani o bir bez parçası değildir; egemen bir bütünü simgeler. Sembolsel işaretlerin anlamları barış ve insanlık arayışından, caniliğin en zirve noktalarına kadar çeşitlenir: Fenerbahçe'nin bayrağına Beşiktaşlı olarak birisi tükürürse, Fenerbahçelilerin ciddi gazabına uğrayabilir.

(2) İkon: İşaret ettiklerine benzeyen görüntüsel göstergelerdir: Örneğin fotoğraf, röntgen, ikon, heykel.

(3) İndeks: İndekssel göstergeler kanıt verici işaretlerdir. İşaret edilene doğal olarak bağlıdırlar. Dumanın yangını işaretlemesi; belli seslerin belli şeyleri işaretlemesi; termometrenin ısıyı işaretlemesi; tren düdüğünün trenin geldiğini anlatması gibi.

Bu üç işaret biçimleri örneğin televizyonda aynı zamanda kullanılır: İmajlar resmedicidir/ikondur. Ses, söz ve yazı semboldür. Programda, filmde veya haberde gösterilenin anlattığı şey veya etkisi indeks olarak ele alınır.

Film, televizyon ve fotoğrafta işaretle işaret ettiği arasında aynılık olmasa bile çok az "boşluk" vardır. Bu durum, film, televizyon ve fotoğrafın "gerçeğin yansımasını" sunduğu imajını verir. Dolayısıyla, "televizyon dünyaya açılan pencere" olarak nitelenir ve öyle kabul

edilmeye yöneltir. Bu nedenle, örneğin Barthes'e göre, bu tür medyalar "dönüştürme" veya anlam verme yerine "kaydettikleri" görünümleri verirler ve ideolojik görev yaparlar. Hall (1980) ve Woollacott (1982) medyanın ideolojik olduğunu incelemişlerdir.

Şifre (code), şifre çözümü (decoding)

Şifre, metinleri kodlama ve çözmeyi düzenleyen kaidedir. Şifreler, içinde işaretlerin örgütlendiği sistemlerdir. Metindeki işaretler belli geleneklere göre anlamlı sistemler içine örgütlenir. Buna şifre denir. Dil, öğrenilen şifreler sistemidir ve bu sistemle belli biçimde bu şifreleri öğrenmiş olan başkalarıyla iletişimde bulunuruz.

Şifreler karmaşık öğrenilmiş ilişki kalıplarıdır. Basit anlamda, şifreler çeşitli durumlarda ne yapmamız gerektiğini belirten kurallar bütünüdür. Belli şeylerin (örneğin televizyonda gösterilenlerin) anlamlandırılmasında kullanılan kültürel ve ideolojik kalıplardır. Şifreler, aynı zamanda, örneğin, tv programının içerik bakımından nasıl düzenleneceğini; macera, polis, cinayet, savaş filmlerindeki içeriğin nasıl olacağını belirlerler.

Şifreler statik değildir, zaman içinde değişirler. Şifrenin örgütlenme geleneği göstergebilimde sosyal boyuttur: Şifre geniş bir kültürel çerçeve içinde iş gören bir medya kullanıcılarınca bilinen pratikler setidir. Bu şifreleri anlamak demek bu şifreleri kullanan bir kültürün üyesi olmak demektir. Örneğin nükleer fizikten konuşan bir grup içinde bir sosyolog ayrı bir kültürün insanıdır: Farklı diller, farklı şifrelerle konuşurlar, dolayısıyla, anlam iletimi ve anlaşma sınırlıdır. Gerçi medya metinleri yoruma açıktır, fakat belli kültürel geleneklerin kullanılışı, Stuart Hall'un deyimiyle "tercihli okumayı" getirir. "Tercihli okuma" egemen kültürel pratiklerin ve ideolojinin dolaşımının varlığını anlatır. Hall kültürel ilişkilerde üç ana şifrenin/anlamın dolaştığını belirtir: (1) Güçle bitişik olarak gelen egemen şifre: Egemen şifre veya sistem egemen değerleri, toplumun yeğlenen okumalarını taşır. (2) enformasyonun yansız ve profesyonel taşıyıcısı rolündeki medyanın "anlaşmalı/müzakereli" şifresi; (3) Gerçeği resmi-biçimde sunulandan farklı yorumlayan karşıt şifre: Karşıt şifre yeğlenen egemen okuma şeklini eleştirir ve metnin radikal bir şekilde karşıt bir okumasını

düzenler. Dolayısıyla, kodlanan ile çözümlenen arasında benzerlik (homoloji) garantisi yoktur.

İşlenmiş ve sınırlayıcı/bağlayıcı kodlar

Basil Bernstein'e göre sosyal sınıf sistemi farklı dil tipleri yaratır ve sosyal sınıf dille de muhafaza edilir. Günlük konuşmada kullanılan dilin yapısı bir sosyal grubun varsayımlarını yansıtır ve biçimlendirir. İşlenmiş karmaşık kodlar, üzerinde çok düşünmeyi gerektirir ve bir şey söylemek için farklı yollar sunar. Sınırlayıcı kodlar çok az tercihler sunar. Örneğin yakın arkadaş, okul, aile grubunda kullanılan deyimleri o grup dışındakiler anlayamayabilir. Orta sınıf ve üstü her iki kodu da kullanır: Evde sınırlı kodlar ve işte işlenmiş karmaşık kodlar kullanılır. Fakat işçi sınıfının işlenmiş karmaşık kod kullanma olasılığı azdır.

Örnek çerçeveler ve anlam dizimleri

Göstergeler örnek çerçeveler (paradigmalar) ve anlam/söz dizimleri[62] olarak şifrelenirler. Belli bir kategorinin öğesi olan ilişkili, fakat kendi önemli ölçüde farklı, işaretler seti bir örnek çerçeveyi (paradigmayı) oluşturur. Film ve televizyonda, örnek çerçeveler çekimlerin/sahnelerin geçişidir (örneğin, kesme, yavaşça aç (fade in) ve yavaşça kapat (fade out), çöz (dissolve), sil (wipeout).

Anlam dizimi anlamlı bir bütün oluşturan karşılıklı-ilişkiler içindeki işaretlerin düzenli birleşmesidir. Bazen "zincir" olarak adlandırılır. Bu birleşmeler belli kaideler ve kurallar çerçevesi içinde yapılır. Örneğin, dilde, cümle kelimelerin bir anlam için söz dizimidir. Göstergebilim incelemeleri çoğu kez neden belli bir koşulda belli bir paradigma kullanıldığı ve alternatiflerin kullanılmadığı üzerinde dururlar. Örneğin, Fiske'ye göre (1982:62) seçilenin anlamı seçilmeyenin anlamıyla belirlenir. Fiske elbette doğru, özellikle siyasal kavramların ve ideolojik yapıların anlamlandırılmaları genellikle bu şekilde yapılır. Ama genel anlamlandırma, seçilmeyenin veya karşıtın varlığından çok, paralel veya doğrudan ilişkilendirmeyle yapılır. Örneğin bir geceyi anlamlandırmayı öncelikle gündüzün varlığına bakarak değil, gecenin varlığıyla ilişkilendirerek yaparız: Umberto Eco'nun, James Bond

[62] *syntagms, sentaks, syntagm, dilde söz dizimi*

romanlarını temel öyküleme şemasına göre incelemesini örnek verelim: Bond'a görev verilir; Kötü adam Bond'a görünür; Bond kötü adamın ilk muayenesini yapar veya kötü adam Bond'un. Kadın gelir ve kendini Bond'a gösterir. Bond kadını tüketir/kullanır: Sahip olur veya seksüel ayartma başlar. Kötü adam Bond'u yakalar; Bond'a işkence yapar. Bond Kötünün hakkından gelir; Bond kadından zevk çıkartır ve sonra kadını kaybeder (Woollacott, 1982:96-7)

İşaret edici ve çağrışımcı anlam düzeyi

Saussure'un modelinde işaret/gösterge kavramı, anlam veren ve anlam verilenden meydana gelir. Anlam veren işaretin algıladığımız fiziksel varlığıdır. Anlam verilen işaretin düşünsel kavramıdır. Bu ikisi dış gerçeği ya da anlamı oluşturur. Bu iki öğe ortak kültürel deneye bağlıdır, evrensel değildir. Anlam bu öğelerin yapısal ilişkisinde aranır. Saussure öncelikle dilsel sistemle, ikincil olarak, bu sistemin, işaret ettiği gerçekle nasıl ilişkide olduğu ile ilgilenmiştir. Çok nadiren "okuyucuya" (izleyiciye, okuyucuya, seyirciye) ve okuyucunun sosyo-kültürel konumuna eğilmiştir. Bir tümcenin kurulabileceği karmaşık yollar ve biçimsel yapının anlamı saptamasıyla uğraşmıştır. Aynı tümcenin ayrı koşullardaki insanlara ayrı anlamlar taşıyabileceği arka planda kalmıştır.

Metin ile yazar/okuyucu arasındaki ilişkiye Saussure'un takipçisi Roland Barthes önem vermiştir. Barthes'in yaklaşımında iki anlam düzeni önem kazanır: Birinci anlam düzeni Saussure'un üzerinde durduğudur: İşaret içindeki anlam veren ve verilen arasındaki ilişki. Bunu Barthes "sözlük anlamı" olarak niteler. Bu işaretin açık, bilinen anlamıdır: Örneğin, cadde, bu anlamda nasıl boyanır, filme alınır, gösterilirse gösterilsin, caddedir. Ne veya neyin işaret edildiği aynı kalır: Cadde. Anlamın ikinci düzeninde işaretle kullanıcının ve kültürel değerlerinin arasındaki ilişki incelenir: Bunu Barthes "çağrımsal anlam" olarak niteler. Burada "caddenin" nasıl olduğu söz konusu olur ve anlam değişir. Çağrımsal anlam kültüre bağlılığı nedeniyle keyfidir ve öznel düzeyde çalışır. Fakat bu öznelliği birçok durumlarda farkında olmayarak birincil düzene ait gerçekler olarak okunur. Azınlıklar, Yahudiler, Sünni olmayan Müslümanlar vs. hakkında "onlar

böyledir" diye çeşitli öznel görüşler nesnel gerçekler olarak sunulur.[63] İşaretin bu öznel şekilde işlemesi yanında, Barthes'a göre, ikinci olarak, gösterge mitten geçerek işler; mit ile kültür gerçeğin veya doğanın bazı yanlarını açıklar, anlar; mit kültürün bir şey hakkında düşünme yolu, o şeyi kavrama ve anlama yoludur. Bir kültürdeki mitler evrensel değildir. Egemen olan ve buna karşı olan mitler vardır. İşaretin üçüncü şekil işleyişi simgelerle olur. Simgesellikte işaret (örneğin kürk) başka bir şeyi ifade etmeye dönüştürülür (kürk soğuktan korunmak için kullanılan bir giysiyken, bir statü ve zenginlik sembolü haline gelir).

Fiske'ye göre (1982:91) İşaret edilen (sözlük anlam) neyin fotoğrafının çekildiğidir; Kültürel/anlam-verme (çağrışımcı anlam) nasıl fotoğraflandığıdır. Fiske'ye katılmadığımız nokta, işaretlemenin çok anlamlılaştığı, yani çoklu anlam vermeye açık olduğu (polysemic) yorumudur. Günlük dilde anlayacağımız deyişle, Fiske, izleyicinin anlam vermede özgür olduğundan, aktifliğinden ve mesajın ideolojik gücünün, yüklenen ideolojik çerçeveden bağımsız, alıcıya bağımlılığından bahsetmektedir. Bize göre neyin fotoğraf edildiği de nasıl fotoğraf edildiği kadar alternatifler arasından seçimleri gerektirir ve seçimler de, sonuçta ideolojiktir. Çoğulcu anlamlandırma çoğulcu liberal demokratik bir ortamda yaşandığını anlatmaz. Çoğulcu anlam, eğer kontrol edilen alternatifler veya tüketim malları arasından yapılan seçmedeki çoğulculuk ise, bu çoğulculuk egemen ideolojinin sunduğu pazar yapısına fonksiyonel olan çoğulculuktur. Levi's ile Wrangler arasındaki seçim çoğulculuğu anlatmaz. Bir haber üzerinde çoğulcu anlamlandırma kişisel farklılıkları ve demokratik çoğulculuğu değil, egemenlik ve mücadeledeki ideolojik koşulu anlatır. Bu anlamda çoğulculuk milyonlarca haber izleyicisinin, binlerce farklı anlam verdiğini veya vereceğini anlatmaz: O toplumsal süregiden egemenlik ve mücadelelerle gelen "yaşamı yorum çeşitleri" sayısından öte gitmez: Yeni anlamlandırmalar yaratma yeni anlamlandırmayı gerektiren yeni biçimlerin oluşmasını (yeni ilişkiler, yeni oluşumlar,

---

[63] *Öznelliğin çoğunluğun kabul etmesiyle nesnelleştirilmesi veya öyle gösterilerek nesnelleştirilmesi.*

yeni üretim tarzları, yeni teknik veya teknolojik transferler veya yapımlar) gerektirir. Kitle kültürünün popüler bilim-kurgu düşlerinin feza filmleri ve kitapları ancak bugünün özellikle egemen güçlerin ve ideolojilerinin kaygılarını, korkularını dile getirir ve bunları yenme için çareler sunar: Yani bugünün egemen koşullarının yarınlara uzatılmasıdır (Erdoğan, 1997a, 2002).

Gerçi Fiske hiç değilse, kültürün diğer bazı üyeleriyle ortaklığı olan "karşılıklı-öznellik"[64] yorumlamadan bahsetmektedir. Biz, daha çok, belli egemen karakterler ve karşıt anlamların toplum içinde döndüğünü ve medyanın anlam yüklemelerinde (mesajlarında) ana karakterin belli egemen ideolojilerin (ve karşıtlarının) taşıyıcısı ve ileticisi olduğu görüşündeyiz. Medyanın bu yüklerini paralel yönde veya çakışan biçimde anlamlandırma, benzer tutumdaki insanlarla bu ideolojiler arasındaki "karşılıklı öznelliği" anlatır. Farklı anlamlandırma ise, yüklenen anlama karşı karşıtlık biçimlerini ifade eder. Bütün bu anlamlandırmalar (veya okumalar) da, bireyin özgür beyninin bağımsızca yarattığı veya yoktan var ettiği "benzer veya karşıt okumalar" değildir. Örgütlü yaşamın gerçek koşulları altında biçimlenmiş ve bu örgütlülüğün karakterlerini egemen veya karşıtlık biçimleriyle taşıyan insanın kendini ve ilgili olduğunu anlatımıdır. Bu anlatım biçimlerinde, insanlardan oluşan toplumun insanlardan geçerek kendini ifadesi vardır. Bu ifadelerle birey ve toplum neyse odur ve "ne olduğunu (kimliğini)" üretir. Bu üretimi de medyada yaşamın öykülenmesinden değil, yaşamın içinde yaşamdan geçerek yapar. Bu ifadeler de örgütlü bir yapıyı meşrulaştırdığı ve desteklediği gibi, eleştirebilir veya karşıtı da olabilir.

---

[64] *İntersubjectivity: Bireyler diğer bireylerle ilişkileri içinde var olurlar. Bu ilişkiyi dil aracılar. Bu tanımda saklanan veya belirtilmeyen gerçek şudur: Intersuvjectivity öznelliklerin (öznel çıkarların) birbiriyle karşılıklı destekleyici ilişkiler yoluyla nesnelleştirilmesini ve çıkar gerçekleştirici ve koruyucu dayanışma sistemi kurmasını anlatır.*

KURAM I: YAPISALCILIK

İletişimde, göstergebilim, antropoloji, sosyoloji ve edebiyat-eleştirisini birleştiren analiz biçimine "yapısalcılık" adı verilir. Yapısalcılık sosyal, ekonomik veya siyasal inşa ile uğraşmaz. Dilsel inşadan geçerek sosyalin eleştirel veya destekleyici betimlemesini yapar. "Yapısalcı" analiz özellikle Fransız entelektüel kökenlidir. Yapısalcılığın öncüsü olan Levi-Strauss'un yapısalcılık görüşünde "yapı" toplumun yapısı değil, düşüncelerin, insan aklının kalıplarının yapısıdır. Paralel olarak, yapısalcılıkta sözü edilen yapı, toplumsal yapı değil, incelenen "metnin" yapısıdır.

Yapısalcılığa göre:

(a) Dilin yapısının kendisi gerçeği üretir. İnsanlar ancak dil yoluyla düşünebilirler. Bu nedenle insanların bilişleri dilin yapısı tarafından çerçevelenir ve saptanır. Yapısalcı görüşte "gerçek" hakkındaki bilgimiz şifrelenmiştir ve konvensiyoneldir.[65] Gerçek, işaretler ve anlam verme pratiklerinden oluşan konvensiyonlar tarafından ve onlar yoluyla inşa edilir. Bu "gerçeğin sosyal inşası" olarak bilinir.

(b) Dil bizi konuşur. Anlamın kaynağı bireyin kendi varlığı veya deneyimi değildir. Anlamın kaynağı dili yöneten işaretler ve gramerler, zıtlar ve operasyonlar setleridir. Yapısalcılıkta, anlam farktan geçerek olur. Anlam işaretin nesne ile tanınması değildir; anlam anlamlandırma sistemindeki işaretler arasındaki fark tarafından çıkartılır. Örneğin erkek ve centilmen kelimelerinin anlamı bu kelimeler arasındaki farkla kurulur.[66] Bir özden, ideal bir gerçekten geçerek değil.[67] Yapısalcılığa göre imajlar dünyamızın çoğu ikili (binary) zıtlıklarla ve zıtlıklar tarafından yapılanır. Yapısalcı analiz ikili zıtlıkların incelenmesini içerir: Doğa ve kültür; insan ve hayvan; eski ve yeni; kadın ve erkek; iyi ve kötü; zengin ve fakir; özgürlük ve sınırlama; egemen ve egemenlik

---

[65] *Kurallara ve geleneklere bağlı anlamına*

[66] *Centilmen kavramı yoksa, erkek kavramının anlamı nasıl kurulur?*

[67] *Erkek ve centilmen farkı kelimeler arasındaki farktan değil, sosyal ilişkilerde kurulan farktan gelir. Her ikisi de fiziksel bakımdan bir fizyolojik yap Her ikisi de fiziksel bakımdan bir fizyolojik yapıyı anlatır. Centilmenle gelen fark, sosyal davranışa atfedilen anlamla ilişkilidir. Fark kelimelerin ilişkisinden değil, centilmene atfedilen sosyal değerden gelir.*

altındaki; görüntü ve gerçek; birey ve toplum; özel ve kamu; benzerlik ve farklılık gibi. Örneğin Umberto Eco metinsel zıtlıkların daha geniş ideolojik söylemlerin (discourse) parçası olduğunu belirtir (Woollacott, 1982).

(c) Anlam vermenin merkezinde insan değil dilsel yapı vardır. Anlamı üreten bireyin kendisi değil, yapıdır. Özellikle dil anlamın merkezidir. Bireyin kimliği bir dilsel sistemin ürünüdür. Yapısalcılık durağan bölünemez birey fikrine karşı "özne" fikrini sunar.

(d) Yapısalcılık metinin okunmasını ve kültürün okunmasını sağlar. Göstergebilimden (semiotics) geçerek, yapısalcılık her şeyi "metinsel" olarak görmeye götürür.[68] Yapısalcılık işaretlerin incelemesi olan "göstergebilim" için temel oluşturur. Her doküman, her kültür ve inanç sistemleri metin olarak incelenebilir.

Göstergebilimde (Semiotics) merkezde (kültürel, siyasal) şifreler fikri vardır. Şifreler işarete/göstergeye bağlam sağlar. Şifrelerin incelenmesi kültürel incelemeyi getirir. Dolayısıyla, yapısalcılık göstergelerin ilişkilerine göre anlamın tanınması veya kültürel inşanın incelenmesidir.

Yapısalcılık farklı ve birbirine karşıt yönelimleri içerir. Bunların önde gelenleri arasında Trubetzkoy, Jakobson ve Ferdinand de Saussure'un **"yapısal lingulstics"** yaklaşımları, Tichener'in **"yapısal psikolojisi"**, Claude Lévi-Strauss'un **"yapısal antropolojisi"**, Louis Althusser'in **"Marksist yapısalcılığı"**, Roland Barthes'in **"yapısalcı edebiyat eleştirisi"** vardır.

Gerçi yapısalcılık Birinci Dünya Savaşı öncesinde çıktı, fakat İkinci Dünya Savaşı sonrası önem kazanmaya başladı. Ferdinand de Saussure ile birlikte dilin yapısının incelenmesi kültürü ve sosyal yapıyı anlamada önemli mercek olmaya başlandı. Saussure dilsel yapıları sosyal gelişmenin ürünü olarak anladı.1920'lerin sonunda Trubetzkoy's öğrencisi Roman Jakobson dillerin nasıl değiştiği üzerinde durmaya başladı. Dilsel prensipleri akrabalık ilişkilerinin "anlamının" incelenmesine uyguladı.

---

[68] *Metinsellik her şeyin işaretlerden oluştuğu anlamınadır.*

Fransız anthropolog Claude Lévi-Strauss Brezilyadaki yerli toplumları inceledi. New Yorkta Jacobson ile karşılaştı. Akrabalığın Temel Yapıları incelemesini 1949'da yayınladı. Levi-Strauss kültürleri iletişim sistemleri olarak gördü. Yapısalcılık Fransa'da 1960'larda moda oldu. Levi-Strauss'un öğrencisi Louis Althusser o sırada Marksizm ile yapısalcılığı kaynaştırmaya çalışıyordu. Althusser ampirik bilginin pozitif içeriğini tümüyle reddetti. Marx ve Hegeldeki "çelişki" (contradiction) kavramını yapısalcı "overdetermination" kavramıyla betimleyerek reddetti.

Göstergebilime dayanan yapısalcı araştırmalar, 1970'lerde Amerikan görevselci sosyolojiye eleştirel karşı yanıt olarak katkıda bulundu: Göstergebilim deneyci içerik çözümlemenin kendini söylemin içeriğiyle sınırlamasını anlamsız buldu. Mattelart'a göre (1983:62) göstergebilim 1980'lerde hem dinamiğini, hem de sosyopolitik demirleme-yerini kaybetti: Kitle iletişim araçları söylemi kendi iç yapılarının ilkelerini taşıyan kapalı birimler olarak incelenmekte ve bu söylemin toplumsallığı ve tarihselliği unutulmaktadır (Yani, kendilerini sadece "metnin" yapısal incelemesi ile sınırlayıp, gerçekten kendilerini soyutlamaktadırlar). Mattelart'ın deyişine rağmen kültürel analiz gücünü yitirmeye yeni başladı. Hala üniversite çevrelerinde, bu işle uğraşanlar için tehlikesi olmayan ve verimli bir biçimde devam etmektedir.

Göstergebilimi herkes olumlu olarak nitelememiştir. Örneğin Umberto Eco göstergebilimi "yalan kuramı" olarak tanımlamıştır. Göstergebilimin "bilim olduğu" da herkes tarafından kabul edilmez (Monaco, 1981:140).

Bizce yapısalcık, dünyanın laissez faire kapitalizminden finans kapital ve tek dünya pazarının egemenliğine doğru hareketinin incelikle işlenmiş ideolojik yansımalarından biridir.

KURAM II: ALTHUSSERCİ YAPISALCILIK

Üretimin nihai koşulu üretimin koşullarının yeniden üretimidir. Bu yeniden-üretim (1) üretim güçlerinin yeniden üretimi ve (2) varolan üretim ilişkilerinin yeniden-üretimi yoluyla olur. Üretim güçlerinin yeniden üretimi temel olarak iş gücünün yeniden üretimidir. Bu da emek gücüne kendini yeniden-üretmesi (dinlenmesi, yemesi, içmesi, çocuk yapması ve yetiştirmesi, eğitilmesi vb) için materyal olanaklar (ücret) verilmesiyle sağlanır. Üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesi ise Devletin İdeolojik Aygıtları yoluyla sağlanır.

Althusser'e göre toplum ekonomik, siyasal ve ideolojik pratiklerden oluşur. Althusser Pratiği, belli insan emeğiyle etkilenmiş, belli üretim araçları kullanarak, belli bir ürünün dönüşüm süreci olarak tanımlar.

Ekonomik pratik (tarihsel olarak belirlenmiş üretim tarzı) tanımlanmış karşılıklı-ilişkiler ağı içinde örgütlenmiş olan insan emeği ve diğer üretim araçlarını kullanarak ham maddeleri bitmiş ürünlere dönüştürür. Siyasal pratik ham madde olarak sosyal ilişkilerle aynı şeyi yapar. İdeolojik pratik bir öznenin kendi gerçek hayat koşullarına bağlantı kurma (anlatma) yolunun dönüşümüdür.

Althusserci yapısalcıların temel ilgisi ideolojinin nasıl çalıştığı ve özneyi (insanı) nasıl inşa ettiği üzerindedir.

Althusser'e göre kapitalizm üretken bir sistem olarak üretim koşullarını genişletilmiş ölçüde yeniden üretir. Bu yeniden-üretim iş gücünün ücretleri, yetenekleri ve uygun düşüncelerini içerir. Yeniden üretim işgücünün düzenin kurallarına uymasının sürdürülmesidir. Örneğin, işçilerin yönetici ideolojiye baş eğmesi, bu ideolojiyi sömürü ve baskı ajanları için doğru bir şekilde maniple etme yeteneğinin yeniden üretilmesidir. İş gücünün üretilmesi aileyi gerektirir. Ustalığın ve tekniklerin üretilmesi öğretim ve eğitim sistemini gerektirir. Egemen ideolojiye baş eğmenin üretilmesi kültürel örgütleri, kiliseyi, kitle iletişim araçlarını, siyasal aygıtları ve devletin genel yönetimini gerektirir. Devlet bu toplumsal üretimin (a) toplumun tümünün rızasıyla yapılmasını (devlet yansız ve sınıf çıkarlarının üstünde olarak anlaşıldığı için), (b) uzun dönemde sermayenin ve yönetici sınıf bloğunun hegemonyasını sürdürmesini güvence altına alan yapıdır. Bu üretimin yapıldığı aygıtlar, devlet tarafından örgütlenmiş olsun

olmasın devletin ideolojik aygıtlarıdır (DİA). Althusser'e göre, yönetici sınıflar doğrudan, kendi adlarına ve apaçık çıkarlarla değil, "yerinden etmeler" ile devletin "yansızlığı" ve karmaşık bir biçimde kurulmuş ideolojilerle yönetir. Fakat farklı aygıtların işlediği bu farklı alanların çeşitliliği ve çelişkileri baskın ideoloji altında toplanır. Althusser burada yönetici ideolojiyi, düşünceler ve temsiller sistemi olarak tanımlar: Bu düşünceler ve temsiller sistemi ile insanlar kendi varlıklarının gerçek koşullarıyla hayali ilişkiyi yaşar. İdeolojide sunulan, insanın yaşamını yöneten gerçek ilişkiler sistemi değil, bu kişilerin içinde yaşadıkları gerçek ilişkilere dayalı hayali ilişkidir.

İdeolojinin alanı, karmaşık olduğu için ve sadece yönetici düşüncelerden değil, egemen ve alt sınıflar arasında "düşüncelerdeki" ilişkiler tarafından oluşturulmuş bir ideolojik temalar alanından meydana geldiği için, DİA'ların ürettiği kendi çelişkileri içindeki yönetici ideoloji olmalıdır. Böylece, ideolojik üretim sınıf mücadelesinin yapıldığı yer olur.

DİA'ların başardığı birlik biçimi "uyumdan" çok "diş gıcırtısıdır". Althusser'in bu "sürekli olan mücadele" ve ideoloji alanındaki "çelişkili üretim" düşüncesi, üzerinde ısrar etmesine rağmen, kuramsal tartışmasının uzak bir köşesinde, kenarında kalır. Kuramsal tartışma bir sistemin toplumsal ilişkilerinin devamlı üretimi görüşünde toplanır. Bu, Althusser'in yaklaşımını, Gramsci'yle karşılaştırıldığında daha fonksiyonalist yapar (Hall, 1977).

Althusser ideolojiler dediğinde tarihsel olan belli ideolojilerden bahseder. İdeoloji dediğinde ise yapısal olandan bahsetmektedir. Althussere göre ideoloji yapıdır. İdeolojinin yapısını Lacan ve Freudcu bilinç altı düşüncesiyle ilişkilendirir. İdeoloji yapı olduğu için içeriği değişebilir, fakat şekli\biçimi, bilinçaltı gibi, daima aynıdır. İdeoloji bilinçaltından çalışır; dil gibi miras aldığımız yapıdır; ideoloji bizi konuşur (dikkat: bize konuşmaz), fakat bize sanki bizim kendimiz yaptığımız, inandıklarımıza inanmayı biz seçtiğimiz hayalini verir.

Althusser'in ilk tezine göre ideoloji insanların kendi gerçek yaşam koşullarına hayali ilişkinin bir temsilidir (representation). İnsanlar ideolojik pratikler yoluyla yaşam koşullarıyla bağlantı kurarlar; çelişkiler giderilir ve gerçek problemlere sahte çözümler sunulur.

Althusser'e göre ideoloji gerçek dünyayı kendiliğinden temsil etmez; onun yerine insanların bu gerçek dünyaya bağlantısını/ilişkisini temsil eder. İdeoloji gerçek dünyanın hayali, temsili versiyonudur. Böylece gerçek dünya nesnel olarak orada dışarıda olan bir şey değil, ona ilişkimizin, ideolojik temsillerin bir ürünü olur. Neyin gerçek olduğu hakkında kendimize anlattığımız hikayeler gerçek olur. Diğer bir deyimle, ideoloji, üretim ilişkilerinin temsilleri yerine, insanların üretim ilişkilerine ilişkisini temsillerle sunar.

Althusser'in ikinci tezine göre ideoloji materyal varlığa sahiptir. İdeoloji aygıtta veya pratikte (örneğin rituellerde) ve öznenin kendinde vardır.

Biz öznelik içine doğarız.[69] Biz daima zaten gerçek ve aşikar olarak gördüğümüz ve içinde yaşadığımız ideolojide ve belli ideolojilerde özneleriz. Bizim ideolojimiz doğru ve gerçektir, fakat diğerlerinki hayali ve ideolojiktir.

Althusser ideolojinin bireyleri özne yapmasını ve inandırmasını adlandırma (interpellation) ve seslenmeyle açıklar:[70] İdeolojiler somut bireyleri özne olarak ideolojinin materyal pratikleri içine yapılandırma (inşa etme) fonksiyonuna sahiptir. Öznenin inşası adlandırma veya ona seslenme yoluyla yapılır. Bu yolla ideoloji insanları anlam üretmeye (yorumlamaya) ve pratiğe katılmaya zorlar. İdeoloji somut bireyleri somut özneler olarak adlandırır ve selamlar. İdeoloji özneleri üye yapacak, katacak şekilde işlev görür. Bireyleri kendilerini belli şekillerde gören öznelere dönüştürür. Bu dönüştürmede, örneğin kendilerini işçi sınıfının üyesi olması yerine orta sınıf veya Müslüman veya Türk olarak görmesini sağlar. Dikkat edilirse, ideoloji Althusser'in devletin ideolojik aygıtları açıklamasında da görüldüğü gibi, ideolojik pratiklerle insanlar kendilerini, yaşamı, dünyayı, ilişkilerini, özlüce her şeyi belli bir şekilde anlama ve yorumlama ve ona göre kendilerini biçimlendirme ve davranma pozisyonuna yerleştirilirler.

Althusser'in bu yaklaşımı medyanın, özellikle reklam ve film endüstrisinin pratiklerini incelemede yaygın bir şekilde kullanılmıştır

---

[69] *Komşuluk, vatandaşlık gibi, öznelerin oluşturduğu beraberlik.*

[70] *Seslenmeyle kişi çağrılır, selamlanır, katılmak istenin içine katılır.*

Örneğin tüketim ideolojisi bireyleri özneye (=tüketiciye) dönüştürmek için reklamı kullanır. Bireyleri adlandırmak için reklamı kullanır. Reklam seslenerek dikkat çeker, insanları reklama anlam vermeye ve sonuçta tüketmeye zorlar. Reklamda "senin gibi insanlar bunu alır" dendiğinde, izleyici hem birey olarak (sen) adlandırılır hem de bir grubun üyesi olarak (gibi insanlar) adlandırılır. İzleyici birey reklamdaki "senin" hayali/boş mekanına yerleşir. "Hey, sen" denildiğini duyduğumuzda "ben mi?" diye döndüğümüzde ve bize "evet, sen" denildiğinde olduğu gibi, bu ideolojik "yanlış bilmedir." Bir kere, bir çok diğer kişi kendini o çağrılan "sen" olarak yanlış-bilir. İkinci olarak yanlış-bilinen "sen" sadece reklamda var olur, çünkü reklamda yaratılmıştır. Reklamın izleyicisi ideolojinin materyal pratiğinin (=tüketimin) öznesine dönüştürülür (ve aynı zamanda bu pratige bağımlı yapılır). Örnekten de anlaşılacağı gibi, ideoloji bize özneler olarak seslenir ve biz birey olarak bize seslendiğini sanırız: "Pantene kullanırsan saçın seni sevecek" diye seslendiğinde, bu seslenmeyle sunulan fikrin bireysel olarak bize sunulduğunu, dolayısıyla doğru olduğunu sanırız.

Althusser'e göre yapı olarak ideoloji sadece özneye ihtiyaç duymaz; Özneye ihtiyaca duyar. Küçük harfle özne birey olan kişidir, büyük harfle Özne (bireylerin doldurduğu) özneliğin yapısal olasılığıdır. Yani Pantene'i kullanmadan önceki özne ve kullanarak Özneliği dolduran özne. Özne ve özne fikri özne olmanın çifteliğini (ikiliğini) ima eder: Birey hem dilin/ideolojinin öznesi olmakta hem de ideolojiye bağımlı olmaktadır.

Althusser, ideolojinin evrenselliğine ağırlık verir (Garnham, 1990:28). Bu, ideolojinin tarihsel maddeci kuramının odak noktasını ihmale götürür. İdeolojiyi sadece pratiğe indirger. İdeolojik biçimler arasındaki farklar ve farklı toplumsal düzenlerin somut çözümlemesindeki farklılıkların çözümlemesi çabasını kökleştirmeyi bir kenara bırakır. Bu ihmal toplumu ve tarihini dikkate almayan kuramlara götürür ve mücadele belli ideolojilere karşı değil ideolojinin kendisine yöneltilir.

Althusserci yapısalcılık 1970'lerde kültürel emperyalizm tezi gibi, "güç yapılarının radikal incelemesinde" faydalı olmuştur, fakat

Althussercilik post-Althussercilikle şimdi "tarihe" karıştı. Althusserci yapısalcılık değişime uğrayarak 1990'larda Post-Althusserci yapısalcılık denen mülkiyet, sermaye ve kontrol gibi siyasal-ekonomi konularından uzak bir biçime dönüştürüldü (Mattelart, 1992).

Post-Althussercilik, kültürel incelemelerde Freudçu bilinç altı tepileri açığa çıkarmaya çalışan yaklaşımlar arasında yer alır. Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe'nin post-Althusserci ve post-Marxist düşüncelerinde teori ve gerçek tarihsel olaylar arasında bir boşluk vardır: Teori Althusser'de olduğu gibi tarihselliğini yitirir. Sembolsel ve siyasal iki farklı varlık olarak görülür. Örneğin Zimmerman ve Beverley's post Althusserci yaklaşımında olduğu gibi edebiyat devrimci bilinç ve ideolojik üretimin yer aldığı sembolsel alan olarak ele alınır. Bu sözle gerçi ideolojik ve siyasal arasında bağ kurulmaktadır. Fakat iki farklı alan olarak görülür. Gerçek tarihsel olaylar Althusserci ideolojik eleştiri içine yerleştirilir. İdeolojiler, bu görüşe göre, insanlara kendilerini dünyada tanımalarını/bilmelerini, dünyayı kendileri için yaratıldığını görmelerini ve dünya içinde bir yere ve kimliğe sahip olduklarını hissetmelerini sağlayan deneyim yapısı sunar. İdeolojinin bu post-Marksist tanımı Marks'ın "gerçeğin tersine dönmüş" şekli olarak tanımlamasına zıt bir karaktere sahiptir. Bu tanımda, ideoloji kişinin hayatını sosyal düzende daha makul bir şekilde kavramasını sağlayan sosyal katalizör olarak hareket eder (çalışır). Fakat aynı zamanda ideoloji insanlardan bağımsız olarak işliyor olarak sunulur: "Dünyayı kendileri için yaratılmış olarak görmek" denince ideoloji insanın dışında oluşan ve insanı belirleyen bir karaktere sahip oluyor. İdeolojinin üretimi ile insan arasındaki bu derin kanyon post-marksist veya post-Althussercilerin Marksist "sahte bilinç" düşüncesine karşı geliştirdikleri tezde de görülür: Gerçek ve yanlış bilinç biçimleri ve bu biçimleri ayırt etme yeni kültürel yaklaşımlarda psikoanalitik teorinin kavramlarıyla açıklanır.

Sorun bireysel anlam vermeye indirgenir. Bu kuramsal varsayımda "özne için gerçek" ile "öznenin gerçeği" ayırt edilir. Dolayısıyla ideoloji, birey ile (ben ile) bireye dışta olan bir şey arasındaki kimlik belirlemesi faaliyetini anlatır. Dikkat edilirse, burada G. Lukacs'in "kendi için sınıf" (class for itself) ve "kendi başına sınıf" (class by itself) ayırımı bireysel

özne gerçeğine indirgeniyor. Böylece birey ile bireye dışta olan arasındaki farka odaklanılıyor. İnsan ile insan tarihinin diyalektiği bir kenara itilerek tarihsizlik ve evrenselleştirme getiriliyor. Daha kötüsü öznenin öznel duyuları ve duyguları gerçeğin önüne getiriliyor ve gerçek bu öznellikten hareketle tanımlanıyor.

İNCELEMELER: YÖNTEM VE ANALİZ

Göstergebilimde bir metnin analizinde en az beş tane birbiriyle bağıntılı yapıyı bilmek gerekir: Göstergelerin paradigma setleri içinde farklılaşma yoluyla, nasıl anlam yarattığı veya hangi anlama sahip olduğu: Bu bağlamda ne tür farklılaşma olduğuna bakarak kategorileştirilme yolu incelenir.

Şifre kavramı: Araştırmalar şifrelenmiş anlamları inceler.

Göstergelerin üç yolla anlam yaptığı: sözdizimsel (sentagmatik), sözdizinsel (paradigmatik) ve edimsel (pragmatik) yollar. Paradigmatik anlam yapmada, örneğin seste benzerliklere dayanarak kelimeler arasında bağlar kurulur. Sentagmatik anlam yapmada gramer yoluyla ilişkiler kurulur. Pragmatikte bağlama göre ilişkiler kurulur.

Pierce'in göstergeleri ikonlar, semboller ve indeksler olarak ayırması ve bunların incelenmesi.

İkinci sıra/düzey anlamlandırma veya mit düşüncesi ve buna bağlı olarak kültürel anlamların incelenmesi.

Kelimeler metonim ve metafor bağlamında anlamlara sahiptir: Bu bağlamda, örneğin metaforların değer ve anlam-ilişkilerini işaret yollarının incelenmesi.

Göstergebilim incelemeleri üç temel alanda odaklanır:

1. İşaretlerin kendilerinin incelenmesi: İşaret çeşitlerini, anlamı iletmedeki farklı yolları ve işaretleri kullananlara ilişki şekillerini içerir.

2. İşaretlerin örgütlendiği sistemler veya şifrelerin incelenmesi: Toplumun ya da kültürün gereksinimlerini karşılamak için çeşitli şifrelerin gelişme yollarını inceler.

3. İşaretlerin ve şifrelerin içinde işlediği kültürün incelenmesi.

Göstergebilim, açıkça belirgin içerik üzerinde duran ve bu içeriğin sabit anlamı olduğunu sunan içerik analizinden farklıdır. Yapısalcılığın geleneksel içerik analizinden farkı, niteliksel olmasıdır. Yapısalcılığa

göre "anlam" referansların sayısından değil, fakat ilişkilerden, karşıtlardan ve durumdan çıkartılır. İkinci olarak, yapısalcılıkta ilgi "görünen anlam" (=kullanıldığı andaki anlam) değil, daha önemli olarak nitelenen "sonraki anlam" üzerindedir. Görünen anlam alternatif yorumlamalara çok daha fazla açıktır, çünkü metnin yapısından "ileride, uzaktadır" ve "rastlantıya bağlı" öğeleri içerir. Üçüncü olarak, yapısalcılık içerik analizinden farklı bir şekilde sistemlidir: Yapısalcılık örneklemeye, örnekleme işlemlerine, içerikteki her birimin eşit olarak muamele edilmesine ağırlık vermez. Dördüncü olarak, yapısalcılık toplumsal ve kültürel "gerçek" dünyanın, ileti ve alıcının, aynı temel anlamlar sistemine girdiği varsayımını kabul etmez; toplumsal gerçek çeşitli, az çok farklı, açıklama gerektiren, anlam evreninden meydana gelir. Yapısalcılık sistemli bir yöntem arz etmez ve normal "güvenilirlik" standartlarına bağlı değildir. İçerik analizinde olduğu gibi "özle" değil "biçimle" ilgilenir; incelediği metinden kapsamlı "bulgular" üretir.[71]

KİTLE İLETİŞİMİ İNCELEMELERİ

Fiske'ye göre (1982:118) göstergebilim esasında iletişime kuramsal bir yaklaşımdır: Amacı geniş çapta uygulanabilen prensipler kurmaktır. Yapısalcılık kültürel araştırmaları etkilemiştir ve aynı zamanda yaygın eleştirilerle karşılaşmıştır.

Göstergebilim iletişim süreci ve etkenliği konusunu bir yana bırakıp iletişimde "anlam" sorunuyla ilgilenir. Kullandığı modeller "dilsel yapısal" modellerdir ve anlam yaratmada iletişimdeki öğeler arasındaki ilişkileri işaret ederler. Göstergebilimle beraber yeni kavramlar da gelir: İşaret, anlam verme, ikon, endeks, sözlük-anlam, çağrımsal anlam gibi. Her kavram çeşitli şekilde anlam verme/yaratma yollarına karşılıktır.

Göstergebilim herhangi bir türün (genre) işaretler/sembolik göstergeler sistemi olarak incelenmesini içerir. Ideolojik veya çağrımsal anlamına bakar. Medya metinlerinin içeriklerinin yapısal bütün olarak niteliksel analizini yapar. Niceliksel analizi ve bu analizin

---

[71] *Bu üretim de elbette üretenin entelektüel becerisine bağlıdır. Yani ne kadar iyi yorumlayıcıysanız, o kadar iyi sonuçlar elde edersiniz.*

"en çok tekrarlanan" veya "merkezi yönelim" üzerine durmasını reddeder. Çünkü metin yapısal bir bütündür ve metinde farklı öğelerin aldığı yer bu öğelerin kaç kez tekrarlandığından çok daha önemlidir (Burgelin, 1968:319, aktaran Woollacott, 1982:93). İçerik analizi açık içerik üzerinde durur ve bunun tek ve değişmez anlamı olduğunu varsayar. Göstergebilimi kullanan incelemeler anlamı biçimlendirmede göstergesel bağlamın rolü üzerinde dururlar.

Göstergebilimci incelemeler anlama biçim vermede göstergeci konumun (koşullar ve çevrenin, ortamın) rolü üzerine ağırlık verir; medya metnindeki "discourse" denen ilişkiyi yöneten kaideler sistemine eğilir. Göstergebilim yapısalcılık ve anlam verme ile ilgili her şeyi içine alır. Yapısalcılık Saussure'un dilbiliminin yapısal antropolojiyle de birleştirilerek geliştirilmesidir. Yapısalcılık hem konuşulan diller, hem de dil gibi özellikleri olan her türlü işaret sistemi ile ilgilenir. Bu ilgisi işaret sisteminin kendisinden çok seçilmiş "metinler" ve bu metinlerin "ev sahibi" kültürün çerçevesinde anlamı üzerinde toplanır. Başka bir deyişle, hem dilbilim, hem de kültürel anlam konusuna eğilir.

Göstergebilim ve kültürelcilerin incelemeleri anlaşılması ağır terimlerle doludur. Bilineni veya bilinmek isteyeni anlaşılabilir bir dille anlatmak yerine, ne olduğu karmaşıklaştırılmış terimler kullanılır. Günlük dilde kullanılan televizyon, program, film, makale vb, göstergebilimde "metin" olarak ele alınır. Bazı gösterge bilimciler için, film ve televizyon "dil gibidir" ve bu "metinlerden" bahsederken, "televizyonu okuma" diye adlandırırlar (örneğin Fiske). Bazı göstergebilimciler metinde okunanın kendi yapısı içinde iletişileni (discourse) ararken, diğer bazıları metinin bizim her günkü anlamda kullandığımız "gerçeğe" yakınlılığını araştırırlar. Marksist gösterge-bilim daha çok metindeki ideolojik anlamlandırma (ideolojik discourse) üzerinde durur.

BÖLÜM XV

KİTLE İLETİŞİMİ VE BİLİNCİN ÜRETİMİ: ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR

Toplumsal yaşamdaki günlük pratiklerle ve pratikler içinde bilinçler sürekli üretilir. Kitle iletişimi bilinçlerin yönetimsel amaçlar bağlamında bilinçli olarak üretildiği örgütlü faaliyetleri içerir. Yani, kitle iletişiminin örgütlenmesinde ekonomik amaç siyasal ve bilinç yönetimiyle ilgili (ideolojik) ürünlerin üretilmesi ve dağıtılmasıyla gerçekleşir. Üretilen ürünlerle ilgili olarak üretim biçimi ve ilişkilerinin incelenmesi, örgüt içi, örgütler arası ve kamu gücüyle olan üretim ilişkileri ve politikalarının anlaşılmaya çalışılması gerekir. Bu da kaçınılmaz olarak siyasal ile ekonomik iç içelik gerçeğini gösterir ve ikisinin ya birlikte ya da analiz amacıyla ayırt edilmesi gerekliliğini ortaya çıkartır. Fakat ekonomik, siyasal, ideolojik veya kültürel analiz için ayırt edildikten sonra, kendisi için belirleyici bağımsızlık ilan edip, kendi başına açıklayıcılık iddiası, sosyal gerçeği anlamada ciddi aksaklıklar ortaya çıkartır. Özellikle siyasal gücün ve ideolojinin (dilin, bilincin veya kültürün) ekonomi dahil sosyal gerçeği ve insanı biçimlendirdiğini öne sürmek geçersizdir.

İnsanın gerçek hayat koşullarından hareket ederek biçimlendirilen bir kuram, insanın düşüncesini, düşünselin üretimini ve üretilenin içeriğini yaşanan insan gerçeğinin doğasıyla ilişkilendirir. Eğer bir kuramın temel referans noktası yaşananın metinsel ifadesi (temsili) ise, o zaman gerçeği yakalayamama, hurafeler, mitler üretme olasılığı artar. Bu olasılık da, çekici ruhanilikle mitleştirmenin araştırmacı ve egemen yapı için faydalı işlevselliği nedeniyle büyük ölçüde artar.

Bu sorun, Marks'ın 1859'da "Siyasal Ekonominin Eleştirisine Bir Katkı" yapıtının önsözünde açık bir kuramsal çerçeve çizerek ortaya konmuştur. Önsözde Marks, uzun yıllar alan çalışmaları onu, yasal ilişkilerin ve siyasal biçimlerin ne kendi başlarına ne de insan beyninin genel gelişmesi temelinden hareket ederek anlaşılamayacağı sonucuna götürdüğünü belirtiyor. Marks'a göre yasal ilişkiler ve siyasal biçimler, Hegel'in "sivil toplum" olarak nitelediği, yaşamın materyal koşullarından çıkıp gelmektedir. Bu sivil toplumun anatomisi siyasal

ekonomide aranmalıdır. Marks ardından, çalışmalarının kuramsal yapısını oluşturan, ulaştığı genel sonucu belirtiyor: İnsanlar var oluşlarının sosyal üretimi sırasında kaçınılmaz olarak, kendi dilekleri dışında, belli ilişkilere girerler. Bu ilişkiler insanların yaşamlarını üretim ilişkileridir. Bu üretim ilişkileri üretimin materyal güçlerinin belli bir dönemdeki durumunu ifade eder. Diğer bir deyimle, belli bir tarihsel dönemde belli bir yerde gelişmiş üretimin materyal güçlerine uygun bir üretim ilişkileri vardır. Bu üretim ilişkilerinin bütünü toplumun ekonomik yapısını oluşturur. Ekonomik yapı toplumun asıl temelidir. Bu temel üzerinde yasal ve siyasal üstyapılar yükselir. Bu temele uyan belli sosyal bilinç biçimleri vardır. Materyal yaşamın üretim tarzı genel sosyal, siyasal ve entelektüel süreçlerini koşullandırır. İnsanın varlığını belirleyen bilinci değildir. İnsanın sosyal varlığı bilincini belirler.

İletişimin ve iletişim teknolojisinin belli zaman ve yerlerdeki genel ve özel karakterleri Marks'ın bu kuramsal çerçevesiyle ele alınarak incelendiğinde doğru olarak anlaşılabilir. Özelikle kitle iletişiminin işletme veya kurum olarak örgüt yapısı, pazar ve bilinç yönetimiyle ilgili işlevlerinin kavranabilmesi bu çerçeve içinde çok daha anlamlı bir şekilde olabilir. Belli bir üretim tarzının ürünü olarak iletişim araçlarının kendini ve kendini yaratan koşulları üretmesi birbiriyle zorunlu nedensellik bağı içinde olan iletişimin maddesel olanının üretim tarzı ve sosyal bilincin üretimi ile gerçekleşir. İnceleme amacıyla bunlar ayrılabilir fakat sonuçların araştırmanın kuramsal varsayımları çerçevesi ötesinde genel kuramsal yapıyla ilişkilendirilmesi gerekir. Özellikle günümüzün iletişim araçlarının ürünü aynı anda hem bir emtia hem de sosyal bilincin yönetimi özelliklerini doğrudan taşır. Medya metninin içeriği ile ilgilenme ve içeriğin merkeze konulması, bu içeriğin üretim tarzı ile ilişkilendirilmemesi ve ideolojik yapıyı öne geçirecek biçimde ilişkilendirilmesi önemli bir hatadır. Ayrıca düşünsel süreçlerin belirlemediği materyal yapı ve ilişkilerin ikincil plana itilmesi veya etkilenen sonuç konumuna yerleştirilmesi de yanlıştır.

Kitle iletişimiyle bilincin üretimi ideoloji ve kültür konusunu ve ideolojinin ve kültürün doğasını anlama gereksinimini ortaya çıkartır. Bu bağlamda eleştirel yaklaşımlar kültür ve kültür (bilinç) endüstrileri üzerinde dururlar.

KÜLTÜR

Kültür kavramı Latince'de ekme, yetiştirme, koruma ve onur anlamları taşıyan "colere" kelimesinden gelir. İlk kullanımı "ürünlere veya hayvanlara bakma" anlamınaydı. Sonradan "düşünceyi besleme" anlamına kullanılmaya başlandı. Böylece kültür 'uygarlığa" bağlandı. Endüstriyel devrim sırasında kavram yüksek kültür ve "halk kültürü" diye ayrıldı. Yüksek kültür önemli kitaplar, müzik, sanat, estetik ve ruhsal gelişme ile ilişkilendirildi. Halk kültürü ise alt sınıfların kültürü olarak nitelendi. Halk kültürü 19. Yüzyılın sonlarında kitle kültürü oldu ve "alçak kültür" olarak nitelenmeye başlandı. Alçak kültür ürünlerine yüksek kültür dışında olan ve yüksek kültürün savunucuları tarafından tehlikeli veya değersiz olarak kabul edilen her şey verilebilir.

Kültür insanın üretken ve tarihsel yaşamının her yeni dönemi için temel oluşturan ve toplumsal iş ile mükemmelleştirilen insan bilgisinin bir biçimidir. Bu bilgi üretim içinde gerçekleşir, toplumsal örgütlenme içinde vücut bulur, kuramsal olduğu kadar pratik tekniğin gelişmesiyle ilerler, her şeyin ötesinde, dilde saklanır ve dilden geçerek yayılır (Hall 1984:117).

Eleştirel kültürel yaklaşımda kültür sembolsel veya anlam verme sistemleri içinde tarihsel olarak inşa edilen "materyal üretim" olarak görülür. Kültürel incelemelerde bütün kültürel biçimler "metinler" olarak "okunur." Söylemin üretimi günlük hayatta metinlerin nasıl üretildiği ve yeniden-üretildiğidir. Kültür birbiriyle rekabetteki söylemler arasındaki güç/iktidar mücadelesi sitesi olarak ele alınıp incelenir.

KİTLE İLETİŞİMİ VE KÜLTÜRÜN ÜRETİMİ

Eleştirel yaklaşımlarda kitle iletişimi kültürel üretimde özel bir anlam taşır: Kitle iletişimi sembolsel malların kurumsallaşmış üretimi ve genelleştirilmiş dağıtımıdır. Bu tanımla kitle iletişiminde dört önemli özellik ortaya çıkar:

1. Sembolsel malların kurumsallaşmış üretim ve dağıtımı.

2. Üretim ve izleme arasında kurulan kırılma: İzleyiciler sembolsel ürünün üretimi, yayınlanması veya dağıtılmasında fiziksel olarak bulunmazlar. Teknolojik araçla ilişki aracılanmıştır.

3. Zaman ve uzamda sunumun farklı varlığı (örneğin kitap).

4. Sembolsel biçimlerin kamusal alanda dolaşımı: Kitle iletişim ürünlerinin potansiyel olarak isteyen herkesin alabilmesi için ulaşılır, hazır olmasıdır (Thompson, J. 1994:25-28).

FRANKFURT OKULU VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ

Eleştirel yaklaşımların kültürel incelemeler kanadı, Frankfurt Okulu geleneğiyle kültür endüstrilerinin incelenmesiyle başlatılır. "Frankfurt Okulu" 1923'te Frankfurt'ta Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü adıyla radikal entelektüeller tarafından kuruldu. Frankfurt kenti de o zamanlar egemen yapıya ters düşen insanların yaşadığı bir yerdi. Okul 1933'te Hitler'in egemenliği tümüyle eline geçirmesiyle New York'a taşındı. 1942'ye kadar Columbia Üniversitesi Sosyoloji Bölümüne bağlıydı. Max Horkheimer 1949'da Enstitü'yü Frankfurt'a geri taşıdı. Marcuse Kaliforniya'ya gitti. Adorno, Horkheimer'den sonra, ölünceye kadar (1968) Enstitü'nün başkanlığını yaptı.

Amerika'ya göçten birkaç yıl sonra 1937'de Horkheimer tarafından yazılmış ilk makale belirdi: "Geleneksel kuram ve eleştirel kuram". Makale, Marksist çizgide modern bilimin yapısını inceler; 19. yüzyılda, bilimin özgürlükçü karaktere sahip olduğunu ve 20. yüzyılda ise tekelci kapitalizmi kabullendiğini belirtir. Horkheimer 1930'ları incelediğinde, Marksist kuramı daha "tercihli" olarak ele alır: Ekonomik yapıdan çok az söz eder. Onun yerine yabancılaşma, fetişizm ve sahte-bilinç üzerinde durur. Horkheimer'e göre *"günümüzde halk hala kendi bireysel kararlarıyla hareket ettiğini sanır. Aslında, davranışları sosyal mekanizmalar tarafından biçimlendirilir. Gelecekleri bağımsız bireylerin rekabetiyle saptanmaz, onun yerine yönetici klikler ve ekonomik sistem arasındaki ulusal ve uluslararası çatışmalarla belirlenir. Artık hiç kimse kendine özgü fikirlere sahip değildir. Halkoyu denen şey egemen özel ve kamu bürokrasilerinin bir ürünüdür. İnsanlar arası dayanışmayı yerleşmiş toplumda değil, gangsterler arasında bulmak çok daha olasıdır. Günümüzdeki insanlık durumu, kar/çıkar üretimine dayanan toplumun temel yapısının sonuçlarıdır, eksiklikleri değil."* Horkheimer'in bu açıklamaları "eleştirel okulun" başlangıcını ve oluşum temelini belirler. Horkheimer'in deyişiyle,

"eleştirel kuram" "şeyler günümüzdeki gibi olmaya mecbur değildir" der: "insanlık varlığını değiştirebilir. Olasılıklar şimdi vardır" (Horkheimer, 1937 aktaran Lazarsfeld, 1972: 170).

Savaş sonrası Adorno Almanya'ya döndüğünde, önce Alman entelektüelleri ve meslektaşlarına, 1957'de, deneyci araştırmayla sosyolojinin her alanının nasıl zenginleşeceğini anlattı. Almanya'daki yaşlı-nesil bu yeni geleneğin kendi "humanist" geleneğini tehlikeye düşüreceğini düşünerek direndi. Lazarsfeld'e göre, Adorno birkaç yıl içinde pozisyonunu değiştirerek deneyci yönetimin ağır eleştiricisi oldu. 1961'de Alman Sosyoloji Cemiyeti Karl R. Popper ve Adorno'nun tartıştığı özel toplantı sonrası, Alman sosyolojisinde pozitivist - diyalektik tartışması ana tema oldu (Erdoğan, 1999a).

Frankfurt Okulu kuramcılarının görüşü en azından üç önemli tarihsel deneyden etkilenerek oluşmuştur. Birincisi, 1917 Rus devriminin Avrupa'ya yayılmamasının düş kırıklığı; ikincisi faşizmin yükselişi ve bu entelektüellerin -ki hemen hepsi Yahudi'dir-, savaştan sonra bile baskı altında kalışı; üçüncüsü, İkinci Dünya Savaşından sonra batı kapitalist rejimlerinin görece istikrarı ve bu istikrarın ürettiği ideolojik değişimler. Adorno'ya göre, bu istikrar içinde insan cehenneme yakın bir durumda yaşamaktadır.

Frankfurt Okulu kuramcılarına göre, 19. yüzyılın burjuva kültürü daima karşı bir kültür olmuştur. Günlük iş ve ticaret dünyasına kapanmış olan bu kültür burjuva düzenin "bir iş günü" dünyası içinde bastırılmış olarak kalan idealler ve arzular için konuşmuştur. Varolan toplumsal ilişkilere alternatif bir görüşü oluşturmuş ve "öteye gitme" görüşünü canlı tutmuştur. Kısaca 19. yüzyılın burjuva kültürü yıkıcı bir kültürdü. Tekelci kapitalizmin toplumsal ve kültürel dokusu içinde kültür karşı-olma değerini yitirdi ve kurulu düzenin bir parçası oldu. Sanatın eleştirel değeri sermayenin kendini üretmesi için bir araç düzeyine indirgendi. Kitle iletişim araçları kültürü eleştirel özünden mahrum ederken daha çok insanın elde etmesini sağladı. Örneğin, Herbert Marcuse'nin belirttiği gibi, solun kitle kültürünü eleştirisini eleştiren yeni pozitivist-deneyciler, Bach'ın mutfakta fon müziği, Plato, Hegel'in, Shelley ve Baudelaire, Marks ve Freud'un eczanelerde raflarda olmasına karşı protestoyu alayla karşılarlar. Bu yeni tutucular,

klasiklerin müzeleri, mezarları ve anıtları terk edip tekrar hayata geldiği ve halkın daha çok eğitilmiş olduğunda ısrar ederler. Hayata gelirler; Doğru; fakat klasikler olarak hayata gelmekle, kendilerinden farklı olarak hayata gelirler: Düşmanca güçlerinden, kendi gerçeklerinin bir boyutu olan yabancılaşmadan mahrum bırakılırlar. Bu klasiklerin yaşama geliş amacı ve işlevi esasında değiştirilir; eğer bir zamanlar statükoya karşı durmuşlarsa bile, şimdi bu çelişki ortadan kaldırılmıştır (Marcuse, 1970:64).

Adorno kurama pasif ve negatif bir karakter tanır: Kuram kendini pratiğe dönüştürerek dünyayı değiştirmek çabasından vazgeçmelidir. Hegel'in de belirttiği gibi "negatif kusur" bulmak için, birey mertçesine ve gururla maddeye girmeksizin ve pozitif yanlarını kavramaksızın madde üzerinde durur (Hegel,1953:47). Böylece kuram gerçeği değiştirmek için gerçekle bağlanabilecek araçlardan yoksun bırakılır. Aynı biçimde, Frankfurt Okulu kapitalist yapının gerçeklerini eleştirdi, fakat nasıl değiştirileceğini önermedi ve sonuçta her şeyi olduğu gibi bıraktı. Bu kuramcılar "aydınlanmayı" aklın bir uzantısından çok ihaneti olarak gördüler: Bu ihanet faydacı mantığın egemenliğini kurdu ve bu yolla tekelci kapitalizmin çıkış yolunu hazırladı.

Frankfurt okuluna göre dilin "yorumlayıcı (hermeneutic) çemberi" içinde insanlar bağımlı kültürün tutsağıdır. Kitle iletişim araçları ve kitle eğlence endüstrisi, Adorno'nun deyimiyle "kültür endüstrisi," kitlelerin bilincini o denli kolonileştirdi ki, kitleler artık direnmeyi bile düşünemez hale geldiler. Bu yapıda, sermayenin savunucuları sahiplenme yoluyla popüler kültür örgütlerini denetlemekle kalmazlar, aynı zamanda popüler düş kurma üzerinde de egemenlik uygularlar. Adorno ve Horkheimer tekelci kapitalizmdeki kültürü "kitle kandırması olarak aydınlanma" biçiminde nitelerler. Tekel altında bütün kitle kültürü aynıdır. Sinemalar ve radyo artık sanat olma gibi bir sahte-iddiaya gereksinim duymaz, bu araçların sadece "iş" oldukları gerçeği bilerek ve düşünerek ürettikleri saçmalıkları haklı çıkarmak için bir ideoloji yaratırlar. Kendilerini endüstri olarak adlandırırlar ve yöneticilerinin gelirlerinin miktarı basıldığında -1980'lerde yıllık kazançları en azından bir milyon doları buluyordu- bitmiş ürünün toplumsal yararı konusunda her türlü kuşku ortadan kalkar. Bu yapı kültür endüstrisini teknolojik

bakımdan açıklar ve standartların tüketici gereksinimlerine dayanarak konduğunu öne sürer. Teknolojinin toplum üzerinde güç kazanmasının temelinin ekonomik gücü elde tutanların gücü olduğu gerçeği belirtilmez. Teknolojik mantık temel egemenlik mantığının kendisidir. Kendinden yabancılaşmış toplumun baskıcı doğasıdır. Kültür endüstrisi sistemini görünüşte ve gerçek bir şekilde kayıran halkın tutumu sistemin bahanesi değil, bir parçasıdır. Eğer bir sanat dalı farklı bir araç ve içeriğe sahip olan bir başkasının formülünü izlerse, eğer Beethoven senfonisinden bir parça, Tolstoy'un bir romanının bir film senaryosu içinde bozulması bir film için "uygulanırsa" ve arkasından bunun halkın isteklerini karşılamak için yapıldığı iddia edilirse, bu saçmalıktan başka bir şey değildir (Adorno ve Horkheimer, 1977:350). Adorno ve Horkheimer'e göre gerçek, tercih yapmanın ekonomik mekanizmasında yatar. Yönetici otoriteler kendi kurallarından, tüketiciler hakkındaki kendi düşüncelerinden ve kendilerinden herhangi bir şekilde farklı olan hiçbir şeyi üretmezler veya farklı olan her şeyi engellerler.

Kültür endüstrisi tekelleri öteki endüstri tekelleri ile -petrol, elektrik, kimya- karşılaştırıldığında zayıf ve bağımlıdırlar. En güçlü yayın organlarının elektrik endüstrisine veya film endüstrisinin bankalara bağımlılığı ekonomik bakımdan iç içe girmiş tüm ekonomik alanın niteliğidir. Kültür endüstrisinde tüketicinin tasnif edeceği hiçbir şey kalmamıştır. Yaratıcılık için hiç bir alan bırakılmamıştır. Her şey en küçük ayrıntısına kadar uygun bir şekilde biçimlendirilmiştir. Kapitalist üretim, tüketicilerin bedenini ve düşüncesini öyle bir kuşatmıştır ki kendilerine sunulanların çaresiz kurbanı olurlar. Bugün kandırılmış kitleler başarılardan çok daha fazla olarak başarı masalı tarafından esir tutulur. Değiştirilemeyecek şekilde kendilerini köle yapan ideoloji üzerinde ısrar ederler. Kültür endüstrisinde hiçbir şey değişmez ve uygun olmayan hiçbir şey ortaya çıkmaz. Tipik yenilikler sistemi dışsal olmayan kitle halindeki yeniden üretimin geliştirilmesinden başka bir şey değildir. Sayısız tüketicilerin ilgilerinin içeriğe değil tekniğe yöneltilmesinin önemli bir nedeni vardır. Seyircilerin taptığı toplumsal güç, bir gün süren geçici içeriklerin içinde durduğu bayat ideolojiler yerine, teknik tarafından empoze edilen stereotipin her yerde

bulunmasında daha etken bir şekilde kendini gösterir. Kültürün ve eğlencenin yayılması sadece kültürün gerilemesine değil, kaçınılmaz olarak eğlencenin entelleştirilmesine götürür: Sinemada resmin ve radyoda kaydın, yani "kopyanın" görünmesi gerçeği bunu gösterir.

Liberal gelişme çağında eğlence geleceğe olan sarsılmaz inançta yaşandı: Şeyler oldukları gibi kalacaktı ve hatta gelişecekti. Kültür endüstrisinde memnuniyet hiçbir şey hakkında düşünmeme, çekilen acıyı çekildiği yerde unutma ve "evet" deme anlamındadır. Bu, harap olmuş gerçekten ve en son kalan direnme düşüncesinden kaçıştır. Eğlencenin vaat ettiği kurtuluş düşünmekten ve karşı gelmekten özgürlüktür. "Halk ne istiyor?" sorusunun yüzsüzlüğü, bu bireysellikten (seçim hakkı verildiği, ne istediğini belirttiği ve istediğini aldığı kişilikten) kasıtlı olarak mahrum bırakılan halka hitap ettiği gerçeğinde yatar. Kültür endüstrisi kendini otoriteli bildirilerin temsilcisi ve böylece egemen düzenin reddedilemez peygamberi yapmaya yönelir: İspat edilebilir yanlış enformasyon ve ifade edilen ve görünen gerçeğin zirveleri ve uçurumları arasında ustaca bir şekilde kıvrılarak giden bir rota tutar. Bu endüstrinin ideolojisi inatçı yaşamın fotoğrafı ve bu yaşamın anlamı hakkında çıplak yalan içine ayrılır (Adorno ve Horkheimer, 1977: 369).

Kültür paradoksla dolu bir maldır. Alışveriş yasalarına o kadar bağlıdır ki, artık alışveriş yapılmaz. Bu nedenle pazar, kültürü reklamla karıştırır. Tekel altında reklam daha çok anlamsız oldukça, daha çok her şeye gücü yeten olur. Amaçlar büyük ölçüde ekonomiktir. Kişi kesinlikle kültür endüstrisiz yaşayabilir; bu nedenle, pazar kültürü zorunlu olarak haddinden fazla doyma ve kayıtsızlık yaratır. Pazarın insanı kendi içinde, bunu düzeltecek birkaç kaynağa sahiptir: Reklamcılık onun yaşam iksiridir.

Adorno (1976:70) Amerikan kitle iletişiminin deneyci bulgulara saplantısını eleştirerek, "toplum üzerinde kuramsal yansımalar deneyci bulgularla tümüyle gerçekleşemez" diyerek, pozitivist-deneyci okulun niceliksel yaklaşımının sınırlılığını belirtir. Deneyci araştırmanın öncelik kazanmasının nedenini siyasal ve ekonomik yönetimde faydalılığa bağlayarak, medya-araştırmasını para desteğiyle yöneten güçlerin kısmen suçlanabileceğini belirtir. Kültürü ölçmeyi reddeden

Adorno deneyci yöntemi "deneyciliğin katkıları sıcak taş üzerine düşen su damlalarıdır" diyerek önemsiz saymıştır. Fakat, bu tutumuna rağmen "Authoriterian Personality" yapıtıyla önyargının ölçülmesi ve incelenmesine önemli katkıda bulunmuştur. Adorno'ya göre, kitapların kitaplara benzerliklerinin kaybolduğu bir dünyada, gerçek kitap artık kitap olamaz (Adorno,1974:20).

Frankfurt Okulunun Kaliforniya'da yaşayan temsilcisi Marcuse'ye göre, sistem üretim yeteneği ile başarılı bir sistem olarak "satılır". Eğlence ve enformasyon endüstrisinin ortaya koydukları şeyler, beraberlerinde belli tutumlar ve alışkanlıklar, belli entelektüel ve duygusal tepkiler taşırlar. Bu tutumlar, alışkanlıklar ve reaksiyonlar az çok hoş bir şekilde tüketicileri üreticilere ve üreticiler yoluyla bütüne bağlar. Ürünler maniple ederler ve doktrin yerleştirirler.[72] Kendi sahteliğine karşı bağışıklığı olan bir sahte bilinç geliştirirler: Sonuçta tek boyutlu bir düşünce ve davranış kalıbı ortaya çıkar (Marcuse, 1968:26). Marcuse'ye göre, kitle iletişimi araçları "söylem evrenini kapama" rolünü oynar: Varolan toplumsal düzenlemelerle çatışan veya nitelik bakımından düzenin çerçevesinden öteye giden alternatif perspektifler otomatik olarak kurulmuş tartışma referansı kuralları dışında bırakılabilir. Böylece, sistem olduğu gibi yönetilir ve çelişkiler tutulur. Marcuse'ye göre, kitle iletişim araçlarının kullandığı dil düşünceyi engeller (1964:84). Kitle iletişim araçları dünyayı düşünme ya da düşünmemedeki koşulları bizim için tanımlar. Etkileri bir konu hakkında ne düşündüğümüz bakımından değil, tüm entelektüel kişiliğimizi koşullandırması bağlamında değerlendirilmelidir.

Frankfurt Okulu'nun bir başka üyesi, Walter Benjamin'e göre, yeni kitle iletişim araçları maniple edici olarak nitelenip atılmamalı, bunun yerine işçi sınıfının çıkarına göre görev yapacak bir şekle dönüştürülmelidir: Çağdaş insanın artan proleterleştirilmesi ve kitlelerin artan biçimlendirilmesi aynı sürecin iki yanıdır. Faşizm mülkiyet yapısını değiştirmeksizin proletaryayı örgütlemeye çalışır.

---

[72] *Manipüle dikte yoluyla yönlendirmedir. Doktrin yerleştirme siyasal bir ideolojiyi vermedir. Kapitalizmin gerçeğini güçlü bir şekilde vurgulayan bu kavramlar, post-modern duyarlılıkta "çok ağır" geldikleri için yok edilmiştir.*

Faşizm kitlelere haklarını değil, kendilerini ifade etme şansını verir. Bu ifade etme şansı kitlelerin kitle hareketlerinde, spor olaylarında ve savaşta, kitle iletişiminin kitle üretimi sayesinde, kendileriyle "yüz yüze gelmesi" olarak anlaşılmalıdır. Yoksa faşizmin faşist ideolojiye karşı kitlelere ifade şansı tanıdığı doğru değildir. Faşizm mülkiyeti korurken, kitlelere (faşizmi, nazizmi destekleyen) ifade biçimlerini verir. Faşizmin mantıksal sonucu estetiğin siyasete sokulmasıdır. Bu tür estetik çabalar savaşla sonuçlanır. Teknolojik formül bakımından, sadece savaş, mülkiyet sistemini korurken, bugünün teknik kaynaklarını harekete geçirmeyi mümkün kılar. Faşizme karşı komünizm, sanatı siyasallaştırmakla yanıt verir (1977:408).

Horkheimer, Adorno, Lowenthal ve Marcuse "faydacı mantık" tarafından hükmedilen kültür ve dilden kaçış ve kurtuluş yolları çizmeye de çalıştılar. Örneğin, Marcuse'ye göre, insan ilerlemiş teknolojiyle aşağılatıcı iş biçimlerini bırakınca, yeni bir insancıl gerçek ilkesi "artık baskı" ve "performans prensibi" zorunluluğunun yerini alacaktır. D. Smythe bunun yanlış bir görüş olduğunu belirtir (1982:27): Fabrika veya büro dışında harcanan daha fazla zaman faydacı ilişkilerden daha fazla özgürlük demek anlamına gelmez. Çünkü ileri kapitalizmde üretici emek, tüketimi içerir. Kitle iletişim araçları tatil ya da boş zamanlarda bile, tüketici ürünleri pazarlayarak, insanları çalışmaya yöneltir: Amerikalıların çoğu iş dışındaki zamanlarını yaratıcı iş veya diyalog yerine televizyon önünde, Burger King ve McDonald's gibi yerlerde geçirir. Kapitalizm günümüzde sadece iş yerini ve zamanını örgütlemekle kalmaz, aynı zamanda iş dışı zamanı da kolonileştirmiştir.

Frankfurt Okulu 1960'ların sonuna kadar, Marksist yönelimli yaklaşım tarzı olarak ve kapitalist kültür endüstrisinin en güçlü eleştirel yaklaşım olarak kaldı. 1970'lerde, okul çeşitli eleştirilerle yüz yüze geldi. Tutucu olduğu ve Marksist yaklaşım olma karakterini taşımadığı iddia edildi: Frankfurt Okulu kapitalist kültür endüstrisinin gücünü bütün direnmeleri kıran ve her yerde her alanı işgal eden bir süper güç olarak niteledi ve direnişi ve olasılıklarını ortadan kaldırdı. Pratik bir direniş planı sunmadı; yaklaşımları kötümserlik ve çekilme ortaya çıkardı (Tuchman, 1983:345). 1970'in kültürelcileri ve 1990'ın liberal

çoğulcu kültürelcileri Frankfurt tezini içini dışına döndürüp sunarak bu soruna çözüm getirdiler:[73] Televizyonu seyreden izleyici, çoğulcu veya kendince bireysel anlamlandırmayla direnme örneği vermektedir.

Frankfurt okulunu, liberal çoğulcu veya yeni kültürelci gelenekle aynı ideolojik kampa koymak ve tutucu olarak nitelemek, bu karşılaştırma kapsamında, doğru değildir. Frankfurt Okulu kapitalist kültürü anlamada, kapitalist kültüre karşı mücadelede uzun bir tarihe ve öneme sahiptir. Bu geçmiş değiştirilemez. Ayrıca, Frankfurt okulunun egemenliği, Marksist siyasal ekonomik incelemeyi öne alan iletişim yaklaşımına karşıtlığıyla değil, kapitalist üretim biçiminin ürünlerinin karakterine olan değerlendirme biçimiyle ortaya çıkar. Okulun yaklaşımı ekonomik üretim ve üretim ilişkilerinden yoksun olabilir, hatta H. Marcuse ve C. W. Mills'de olduğu gibi sınıf ortadan kaldırılmış ve yerine "kültür endüstrilerinin tek boyutlu insanı veya "power elit" anlayışı getirilmiş olabilir; fakat, bütün bunlar, Frankfurt okulunun yaklaşımının değerini bir kalemde silip atmayı gerektirmez.

Frankfurt geleneği kültürel incelemelerde göstergebilim ve dilbiliminin egemenlik kurmasıyla birlikte, kurucularının ölümünden sonra sürdürülmedi. Habermas Frankfurt geleneğinin sürdürücüsü olarak nitelenir, fakat aslında Habermas Frankfurt okulunu öldürüp mezara taşıyanlardandır.

HABERMAS: İLETİŞİMSEL ETKİNLİK YAKLAŞIMI[74]

Jurgen Habermas Frankfurt Okulu'nun ikinci kuşak üyesi olarak bilinir. Kendisi 1959'da Adorno'nun asistanı olmuştur. Habermas ikinci kuşak üye olarak Frankfurt Okulu'nun birinci kuşaktan sonra sonunu getirmiştir. İlk yapıtını 1962'de "*Structural Transformation of the Public Sphere*" adıyla vermiştir. Habermas'a göre bir olay veya şey kamusal olarak nitelendiğinde, "herkese açık" anlamınadır. Kamusal alan, eski Yunan ve Roman yaşamında, danışma şeklinde veya mahkemede

---

[73] *Ceketi tersine giymeyi düşünün*

[74] *Aslında Habermas'ın eleştirel okullar içinde yer verilmemesi gerekirdi. Asıl yeri post-modern burjuva kamusal alan tartışması içine konması gerekir. Habermas'ı 1980 öncesinde, kültür ve iletişim bağını kurması nedeniyle bu bölüme aldık.*

oturma şeklinde olabilen "tartışma" ve savaşma veya atletik oyunlarda yarışma gibi ortak eylem (praksis) içinde oluşurdu (Habermas, 1994:81). Habermas bu kamusal alan temelinden hareket ederek burjuva kamusal alanı inceler. "Kamusal alan" tartışması özellikle 1990'larda internetin de katkılarıyla moda haline getirildi. Egemenliğin ideolojik pratikler ve polis coplarıyla denetlediği "kamusal alan" mülkiyet ilişkilerinin, kontrolün ve egemenlik ilişkilerinin dışındaymış gibi, demokrasinin gerçekleştirilmesi için ön ve son çare gibi sunulmaya başlandı. Bunu sunanlar ve özellikle internetten ve sivil toplum örgütlerinden geçerek katılımcı demokrasinin sağlandığını (veya sağlanacağını) söyleyenler ya bilinçli ideologlar ya da bilinçsiz inananlardır. Maaşlarının artması kararına bile en küçük bir etkide bulunamayan "akademisyen aydınların" bazılarının "kamusal alan, sivil toplum örgütleri ve katılımcı demokrasi" arasında kurdukları pozitif ilişkinin, karar verme mekanizmalarıyla gelen güce ve özellikle ulusal ve uluslararası üretim ve pazar ilişkilerindeki egemenliklere bağlı olduğu gerçeğiyle karşılaştığında ancak çöpe atılan bir dilekçe kadar anlamlı olduğunu bilmeleri gerekir. Kamusal alanı anlamaya çalışırken önce somut olarak hangi alandan bahsedildiği belirtilmelidir. Ardından o alandaki sosyal zaman ve yere ve o yerdeki ilişkileri kimin nasıl örgütlediğine bakılmalıdır. Kamusal alan güç yapısı dışında değildir.[75]

Habermas'ın en popüler yapıtı *"Theory of Communicative Action"* (1981) kitabıdır. Bu yapıtta Habermas idealle gerçeği karıştırır; rasyonelliği idealleştirir ve rasyonel düşünceyle, özellikle enstrümantal rasyonellik yoluyla günümüzdeki baskıcı, yoksul bırakan ve çevreyi talan eden kapitalist endüstriyel yapının yürütüldüğünü bir yana bırakır; rasyonelliği kendince yeniden tanımlayarak rasyonellik arayan, ardından insanlar arasındaki ilişkileri idealleştirilmiş iletişim etkinliklerine indirgeyen bir iletişim kuramı ortaya atar. Bu yapıtta sunulanlar, "etkili iletişim" şarlatanlarının süpermarketlerde satılan kitaplarında ve özellikle herhangi bir işletme iletişimi kitabında daha anlaşılır bir biçimde bulunabilir.

---

[75] *Kamusal alanın dışında tutulan kadınların ve bazı feministlerin Habermas'a sarılmaları oldukça açıklı ve gülünç değil mi?*

Habermas iletişimsel davranış üzerinde durur. İletişimi kültürün tanımlanmasının merkezine koyar. Kişinin sembolik faaliyetiyle sembolik çevresi arasındaki ilişkiye dikkat çeker. Habermas'a göre:

a. Dünya hareket eden canlı ve hareket etmeyen nesnelerden oluşur; nesneler algılanabilir ve manipüle edilebilir.
b. Toplum dünyası kişiler arası ilişkileri, kurumları/örgütleri, gelenekleri veya kültürel değerleri ifade eder. Bunlar, dış nesneler veya gözleyen kişinin yaşam çevresinin parçaları olarak muamele edilir. Bu muamele önceden var olan kurallara dayanarak yapılır. Bu kaideler iletişimin doğruluğunu belirler.
c. İç dünya kişinin öznelliğini ifade eder; duygular, amaçlar, diğer kişileri dışarıda bırakarak ve kendine kişisel alan yaparak iletişimin etkenliğini ve doğruluğunu saptamaya yardım eder.

Dil konuşanın niyetlerine ve gramere, semantiğe ve söz dizimleri ilkelerine uyarak kavrama ihtiyacını içerir. Her başarılı iletişim etkinliği için:

1. var olan durumlar toplamı olarak dış dünya,
2. belli bir toplumda meşru olarak sayılan ve kurallarla yürütülen kişilerarası ilişkilerin tümü olarak sosyal dünyamız ve
3. amaçlı tecrübelerin toplamı olarak kişinin özel iç dünyası arasında üç katlı bir ilişki vardır (Habermas, 1979).

Habermas'a göre, iletişim etkinliklerinin (karşılıklı ilişkinin) saf modelinde ilişkideki taraflar sorumlu, inançları amaçlı, kendi inanç ve kurallarını haklı çıkarmaya muktedirdirler. Günümüzün örgütlerinin bütüncül etkinlikleri bu modele uymaz. Bu örgütlerin etkinlikleri sistematik bir şekilde olan saptırılmış iletişim içinde yatar. Düşüncelerin ve durumların ideolojik meşrulaştırılması hayal-kurgularla (romanlar, hayali ürünler, Tv dramalarıyla) korunur. Bu "hayal-kurgular, sahte ve zorla kabul ettirilen fikir birliğine dayanır. Gerçek fikir birliğine meşrulaştırma söylemi sırasında değil, "ideal konuşma koşulu" sağlanırsa ulaşılabilir. Habermas'a göre klasik Freudçu psikanalizle olan doktor hasta diyalogu ideal ve aksedici konuşma durumunun prototipidir.[76] İdeal konuşma durumunda bütün

[76] *Bizce R. D. Laing'in görüşü çok daha insancıl ve çok daha uygundur.*

potansiyel katılanlar söylemi başlatma ve sürdürmede eşit şansa sahip olmalıdır. Bütün katılanlar her sözü, açıklamayı, yorumu ve haklı çıkarmayı eleştirme, temele oturtma veya yalanlamada fırsat eşitliğine sahip olmalı, tehdit ve engelleme gibi egemenliğin sınırlamalarından uzak kalmalıdır. Eğer bu koşullar varsa, akılcı bir düzenin önkoşulları hazırlanmış demektir. Eğer bu koşullar gerçek diyalogun oluşu içinde gerçekleşirse, bunun sonucu olan fikir birliği en iyi tartışmanın gücüne dayanır.[77] Habermas egemen olanlar ve egemenlik altındakiler arasındaki ilişkilerde daha çok rasyonellik ve daha çok "demokrasi" ister; egemenliğe bir son aramaz, pozitivizm ve faydacılığın ötesine geçmez. Bu nedenle "sağcı Marksist" veya "radikal liberal" olarak tanımlanır (Jansen, 1983:350).

Habermas'ın iletişim kuramının dört evresi vardır: insan bilgisi, evrensel pragmatics, iletişimsel eylem ve eleştirel kuram. Her seviyede Habermas dil temeline dayanan rasyonelliği ve gerçeği anlamayı engelleyen çarpıklıkları keşfetmeye çalışır.

İnsan bilgisi: insanlar iş, etkileşim ve güç/iktidar olarak üç temel yönelime sahiptir. Bu yönelim insanın biyolojik doğasından gelir: Hepimiz kendi çevremizle çalışırız. Güç ilişkilerini içeren sosyal konumlarda birbirimizle etkileşimde bulunuruz. Bu üç yönelim de "quasi transcendental" karaktere sahiptir. "Transendental" insan faaliyetinin altındaki temel kavramsal deneyim anlamına kullanılır. "Quasi" bu deneyimler insan faaliyetinin gereksinimleri demektir.

İş, varlığın materyal yanını gerçekleştirdiği yollar (means) anlamınadır. Teknikseł ilgi doğayı kontrole izin veren temel bilmelerdir. Bu bilgi bilişsel analitik bilim içinde sistemleştirilir. Bu bilim varoluşun gereksinimleri için dünyayı kontrolde temeldir. Enstrümantal rasyonellik araçlar/amaçlar türü düşüncelerimizdir.

Etkileşimi insanlar sembollerin kullanımından geçerek sağlarlar. Bu etkileşim pratiksel ilgidir; ortak anlayışa doğru gitme gereksinimidir. Bilmenin formal tarzı, anlamı yorumlayan veya tarihsel bilimlerde gerçekleşir. Bütün insanlar sosyal gruplarda egemenlik ve güç ile

---

[77] *Bu denli örgütlü insan gerçeğine aykırı bir hayalperestlik veya masal olamaz. Diyalog koşulu için bkz Erdoğan, 1997, 2002/2005).*

uğraşmak zorundadır. Hepimiz gereksiz güç ve kontrolden serbest olmayı isteriz. Gereksiz güç ideolojiler veya çarpıtılmış iletişim biçimi şeklindedir. İdeolojilerin insanlar farkında değildir. Bu ideolojilerin kendini-yansıtmadan geçerek bilincine varma, özgürlüğe götürecektir. Bu özgürlüğü arzulama özgürlükçü ilgidir. Bu ilgi eleştirel bilimlerde veya eleştirel teoride şekillenir. Bu teori bireylerin gereksiz kontrol biçimlerinden kendilerini kurtarmak için kullandığı süreç ile ilgilenir.

Habermas sosyal değerlendirmeyi açıklamak için konuşma-eylemi teorisini (speech-act theory) kullanır.

Habermas'ın evrensel pragmatics'i dilin genel ve evrensel yanlarını incelemedir. Universal pragmatics'in görevi olası anlama koşullarını belirleme ve yeniden-inşa etmektir. Bu inceleme üç temel varsayım üzerine kurulur:

1. Konuşmacılar konuşma eyleminde cümleler kullanma becerisine sahiptir.

2. Konuşmacıların becerisi "sezgisel bilinç ilkesi" temeline dayanır: Dil, kültür ve diğer belirli durumlar olsun olmasın fark etmez, bütün iletişimciler tarafından bilinen evrensel kuraldır.

3. Amaç evrensel kaideler sistemini bulmaktır.

Habermas beceriyi dilsel kuralları bilme "iletişim yeteneği" olarak betimler. Bu iletişimle:

- Konuşmacı ve dinleyici arasında bir konuşmanın doğruluk talebi paylaşılır.
- Dinleyici konuşmacının niyetini anlamaya ve kabul etmeye yönlendirilir.
- Konuşmacı dinleyicinin dünya görüşüne uyar.

Bir konuşma eylemi konuşmanın kendisinin ötesinde bir şey yapan sözlerdir veya bir eylemi başaran bir sözdür. Habermas, iletişimle uğraşan bazı işletmecilerin yaptığı gibi, enstrümantal konuşmanın başarısı için gerekli faktörleri ve öğeleri ayrıntılı bir şekilde tartışır. Konuşma eyleminin boyutları, türleri, gramatik kurallara, gerçeğe, doğruluğa ve içtenliğe göre geçerliliği üzerinde ayrıntılı olarak durur.

Habermas'a göre iletişimsel etkinlik konuşabilen ve eylemde bulunabilen en az iki öznenin ilişkisidir. İletişimsel etkinlik kişiler arası ilişkileri kurar. Anlaşma yoluyla eylemlerini düzenlemek için kişilerin

eylem planı ve durum hakkında anlayışa ulaşmayı arar. Habermas'a göre iletişimsel eylemin fonksiyonları:

- Kültürel bilginin aktarılması ve yenilenmesi
- Sosyal entegrasyon [78] ve grup dayanışması
- Kişisel kimlik (ve özdeştirme)

Dikkat edilirse bu fonksiyonlar geleneksel tutucu iletişim kitaplarında bol bol bulduğumuz sosyal psikoloji, psikoloji, antropoloji ve "rhetorik" alanlarından alınan bilgiler toplamıdır. Bunlarda en küçük bir eleştirel yan yoktur. Ayrıca kullanılan kavramlar da fonksiyonalist okulların kavramlarıdır.

Habermas iletişimsel eylem dünyalarını üçe ayırır:

1. Nesnel dünya: doğru cümlelerin/sözlerin mümkün olduğu bütün kimliklerin/varlıkların toplamı

2. Sosyal dünya: meşru bir şekilde yürütülen kişiler arası ilişkilerin toplamıdır.

3. Öznel dünya: konuşmacının deneyimler toplamıdır.

Habermas'ın iletişimsel eylem dünyası doğru ve meşruların oluşturduğu ideal ve işlevsel bir dünyadır. Nesnel ve sosyal dünyaların doğru ve meşru ile tanımlanması oldukça öznel bir tanımlamadır. Nesneli oluşturan faktör gerçek ise, doğru ve meşru olmayan da gerçektir. Sosyal dünya da aynı zamanda meşru ve gayri meşruların, doğru ve yanlışların oluşturduğu bir dünyadır. Habermas teorisinde arzu edilmeyeni ve işlevsel olmayanı ortadan kaldırarak veya istenmeyen ve işlevsel olmayan yaparak, Shannon ve Weaver'in enformasyon teorisindeki mükemmelliği arıyor: Teorinin amacı "gürültünün, negatif geri beslemelerin" ortadan kaldırılması ve gönderenin amacının gerçekleşmesiyle her sorunun hallolduğu bir dünya yaratılmasıdır. Gerçi Habermas, göndericinin amacının gerçekleşmesi temeli üzerine kurulmuş Enformasyon teorisinden farklı olarak iki tarafın da amaçlarının ortaklığı ve paylaşımı üzerinde durmaktadır. Bu bağlamda, Habermas'ın modeli *"transactional model"* içine düşer.

---

[78] *Entegrasyon topluma bütünleşmedir; ayrıntılı bilgi için bkz Parsons.*

Eleştirel teoride Habermas günlük sosyal faaliyet evreni olarak tanımladığı yaşam dünyasını tartışır. Bu dünya bilgi, gelenekler ve alışkanlıkları içerir. Bunlar kuşaktan kuşağa aktarılır. Bu dünya aynı zamanda günlük yaşamın gerisindeki fikir birliği (consensus) olarak düşünülebilir. Habermas yaşam dünyasını sosyal sistemden ayırt eder. Yaşam dünyası sosyal entegrasyonun alanıdır ve dil de egemen araçtır.

Habermas'a göre toplumlar aynı zamanda sistemleri içerir. Sistem dilsel-olmayan medya tarafından yönetilen hayatın yapısal özellikleridir. Habermas özellikle iki medyadan, pazar ve güçten, bahseder. Bu medya toplum üzerinde kontrol yaratır ve yaşam dünyasını engeller. Yaşam dünyası sisteme zıtlık içinde varolur. Yaşam dünyası ile sistemi zıtlık içinde iki ayrı eleman olarak alma ve yaşam dünyasının egemenliğini arama oldukça geçersiz ve ütopik bir analizdir. En azından çünkü her ikisi de belli bir zaman ve yerdeki toplumun kendini üretim biçimi ve ilişkilerinin yapısını anlatır.

Habermas'a göre sistemin mantığı (devlet ve pazarın mantığı) güç ve paranın yönetici mekanizmalarıyla yürütülür. Yaşam dünyasının mantığı (sosyallik, günlük ilişkiler) normatif düşüncelerle yönetilir. Yaşam dünyasının (günlük ilişkilerin) sistem tarafından kolonileştirilmesi meşruluk krizinin ana nedenidir. Benzer yorumu, farklı bir biçimde Huntington, Apter, Lerner, Pye gibi tutucu yaklaşımların önde gelen aydınları 1960'larda yapmışlardır.

Dikkat edilirse, Habermas devleti ve toplumu iki ayrı öğe olarak ele almaktadır. Günlük ilişkiler ile pazar ve devlet ilişkilerini ayrı tutmak oldukça geçersizdir. Uyku dışındaki zamanımızda, günlük ilişkilerimizin çoğunluğu iş yerinde ve boş zamanda yaptıklarımızla geçer. Bunun anlamı oldukça açık: İnsan günlük sosyal ilişkilerinde kendini ve toplumunu üretirken yaptıkları, üretim biçimi ve ilişkilerinden (devlet ve pazardan; bürokratikleşmeden ve günlük yaşamın emtialaştırılmasından) bağımsız değildir. Bırakın iş yerindeki ve boş zaman faaliyetlerindeki ilişkilerle yapılan üretimi, bir evde misafirlikte oturmuş siyasal dedikodu yapan insanlar bile, devlet ve pazarın ideolojik üretimine destekleyici veya eleştirel olarak devam ederler.

Habermas'a göre var olan sistem ve yaşam dünyası uyuşmaz olunca, bu durum meşruluğun geri alınmasına, meşruluk krizine gidebilir. Meşruluk krizi iki temel yöne götürebilir:

(a) Yaşam dünyası lehine sistemin reddine (örneğin radikal yeşil çevreci alternatife) götürebilir. Aslında, Türkiye gibi ülkelere baktığımızda, yaşam dünyası lehine değişim tüketim demokrasisi denen ve uluslararası şirketlerin ve ortaklarının egemenliğindeki bir "yaşam dünyası" meşrulaştırılmaktadır. Bu meşrulaştırılmayla yapılan birçok şeylerden biride özelleştirme adı altında kamu zenginliklerinin pazarda güçlü sermayeye satılması olmaktadır. Yaşam dünyası ile Yeşil alternatifi özdeştirmek Habermas'ın kuramına tutarsızlık getirir: Yeşil alternatif bir siyasal parti demektir ve siyasal parti bu alternatifi yaşam dünyasından alır sistem dünyasına geri kor. Zapata'nın başına geleni düşünün (ki Habermas böyle bir müdahaleciliği bile kabul etmez.)

(b) Kapitalist sistemi kendi-kendini sınırlayan bir sistem lehine reddetmeye götürebilir. Bu sistemdeki yaşam dünyası, sistemin meşru alanını sınırlar. Habermas buna demokratik sosyalist alternatif olarak niteler. Bu ikinci alternatif de birinci ile aynı soruna sahip. Ayrıca, yaşam dünyasının sistemi sınırlaması olasılığı nasıl olabilir? Habermas oldukça ütopik bir ilişki ve olasılıktan bahsetmektedir.

Ayrıca Habermas'ın kendisi de bu iki alternatifler arasında bir seçim yapmamaktadır (Offe, 1984).

Habermas yaşam dünyası ve sistem yönelimlerini kullanarak geleneksel toplumlar ile modernliği karşılaştırır. Bu karşılaştırma Weber'in ideal tipini kullanan ve Amerikan dış politikasının ve ekonomik yayılmacılığın satıcılığını yapan Lerner, Schramm, Pool, Rogers ve Huntington'ın görüşlerinden farklı değil. Habermas'a göre geleneksel toplumlar üyeleri arasında yüksek derecede fikir birliğini (consensus) deneyimlerler. Yaşam dünyası ve sistemleri tutarlıdır ve katılanları tarafından soruşturulmaz. Yani henüz insanlık ve bireyliklerini kazanmamışlardır. İlkeldirler. Bunun yanında modernlik toplumun nesnel, sosyal ve öznel alanlar içine farklılaşmasıdır. Kompleksliği ve gösterdiği farklılık ve çeşitlilik nedeniyle, modernlik geleneksel toplumlardan çok daha fazla rasyonellik gösterir. Yani

Almanya moderndir. Dikkat edilirse, Marks'ın tarihsel materyalist şemasına "sonuç çıkardığı" ve birbiri üzerine kurulan gelişmeci olduğu iddiasıyla karşı çıkan Habermas, geleneksel ve modern tipini ayırarak geçmişteki geleneksel olanı ve çağdaş iyiyi bize göstermektedir. Böylece, Habermas ülkelerin öznel tarihini ortadan kaldırmakta ve onlara olmaları gereken modern olanı karakterleriyle birlikte göstermektedir. Bunu yukarıda isimleri yazılı Amerikanın soğuk savaşçı aydınları da yapmışlardı.[79] Tek bu nedenle bile Habermas Marksist ve eleştirel yönelimli okullar içine konamaz. Marksist terimleri kullanan liberal burjuva aydınlar kategorisi içine düşer. Daha kötüsü bu kategoriye düşen, örneğin James Carey gibi kişiler Marks'a Habermas kadar düşmanlık göstermemişlerdir.

Habermas'ın Weberci yaklaşımını kültürü "eylem" olarak almasında da görürüz. İletişimsel Eylem Teorisinde, Habermas Weber'in sosyal eylem, rasyonellik ve rasyonalizasyon kavramlarını ele alır ve bunları ilişkilendirir. Sonuçta meşrulaştırılmış, rasyonel ve ideal bir "sembolsel etkileşim" veya diyaloga dayanan "ideal konuşma durumu" çerçevesiyle gelir. İdeal konuşma durumunu "fikir birliği" (consensus) gereğiyle bağlar. Habermas'ın burada yüz yüze kaldığı epistemolojik sorun çoğulcu toplum görüşü ile fikir birliğini nasıl bağdaştırılacağıdır.

Habermas'ın iletişimle ilgili bağlamda belirttikleri "axiological" normatifliktir: Bu normatiflikte, Habermas insanlar arasında örgütlü yer ve zamanda olan "iletişimsel eylem" gerçeğini bir yana bırakıp, diyalog durumunu kurmak için gerekli ideal koşullardan bahsetmektedir. Egemen gerçeklerde nasıl insan diyalog durumunu ortadan kaldıran "tek yanlı bağlayıcı normları"[80] ve "statü farklarını"[81] bir kenara itebilir? Bilgi, rasyonellik ve güç arasındaki bağı kurmayan veya olduğunu bilip bir ideal durumdan hareket ederek ideal durumu özleyen bir epistemoloji ancak ütopik bir rasyonelliğe dayanan meşrulaştırmayla ayakta durabilir. Habermas'ın yaklaşımı bu tür bir epistemolojiye dayanır. Bu epistemoloji, insan etkileşimlerinin aynı zamanda

---

[79] *Bu aydınların amaçlarıyla ilgili tartışma için bkz Erdoğan (1999)*

[80] *Norm faaliyetin örgütlü ilişkisel doğasıyla ilgili yazılı veya yazısız, fakat bilinen ve uygulanan kaidelere denir.*

[81] *Statü farkı işle, yaşla, deneyimle, zenginlikle, fiziksel güçle gelebilir.*

örtüşmeyen amaçlar ve eşit olmayan güç ilişkilerinden geçerek desteklenen değerler ve normlar içinde olduğundan rahatsız olan, fakat buna gerçekçi çözüm getirmekten çekinen metafiziksel bir ontolojiye ve idealist bir aksiyolojik etiğe dayanan bir felsefedir. Bu felsefe kapitalist dünyayı eleştirmeyle başlayan ve dönüp kapitalist dünyayla birleşen (kapitalizme ulaşıp sarılan) bir karaktere sahiptir.

Habermas çalışmalarında Marksist kuramsal kavramları kullandı, fakat daima Marksizme karşı biri olarak kaldı. *"Legitimization Crisis"* (1971) yapıtında kapitalist toplumun değerlerinin soruşturmasını yaptı, fakat toplumcu veya sosyalist bir çözüm önerisi getirmedi. Habermas *"Theory and Practice"* yapıtında diyalektik materyalizmi reddetti. *"Communication and Evolution of Society"* yapıtında tarihsel materyalizmi reddetti. *"Theory of Communicative Action"* yapıtında Marks'ın değer teorisini reddetti. Habermas tutarlı bir ideoloji ve kuram geliştirmedi. Bu da onun post-modernistler tarafından sevilmesinin bir nedenidir.

Habermas'ın "sistem teorisinden" iletişim teorisine dönüşü, "Eleştirel teorinin" (critical theory) iletişimi dilsel mekanikselliğe indirgeyen dil bilimine dönüşüdür (Linguistic). Bilginin incelenmesini "sembollerle önceden-yapılandırılmış anlamı yorumlama" içine sıkıştıran iletişimin incelemesine indirgemekle, Habermas epistemoloji ve metodolojiden vazgeçer (Önsöz; Habermas, 1988).

Habermas modern burjuva sosyal bilimlerdeki çeşitli yaklaşımları eleştirir, fakat kendisi benzer karakterde küçük-burjuva radikal ve idealist anlatımlar sunar. Habermas'ın sunumları Hegelci diyalektiğin ötesine geçmez: Hegelin felsefesinde eleştiri negatif değerlendirmedir. Bu değerlendirmede var olan inanç biçimleri eleştirilir.

Habermas *"Towards Reconstructing Historical Materyalizm"* yapıtında aslında tarihsel materyalizmi Marks'ın görüşlerini reddederek yeniden inşa etmedi; yıkıp ortadan kaldırdı. Eleştirel teoriden sınıf mücadelesi ve devrim nosyonunu tümüyle sildi. Onun yerine "kriz" kavramını getirdi. Krizi de modern toplumun bireysel gereksinimleri karşılamadığı ve kurumların bireyleri manipüle ettiği düşüncesinden hareket ederek açıkladı. Bu krize cevap vermek için insanların etkileşimde bulunduğunu söyledi ve bu etkileşimi "iletişimsel

eylem" olarak isimlendirdi. Bu iletişimsel eylem değişim tarzı olarak devrimin yerini alır. Krizde krizin özneleri gruplar veya sınıflar değil, sosyal olan soyut bir birimdir. Habermas krizi (kapitalist sistemin durumunu) Marksist terminolojiyle eleştirerek "sistemin krizi" olarak ele alır, fakat sistem için kriz olarak işler: Kapitalist sisteme alternatif bir sistem sunma yerine, krizlerin ütopik rasyonellikle çözümlenmesi önerisini getirir.

Habermas üç temel kriz ortaya atar:

1. Ekonomik sistemden kaynaklanan ekonomik kriz;

2. Siyasal sistemden kaynaklanan sistem krizi (rasyonellik krizi) ve kimlik krizi (meşruluk krizi);

3. Sosyo-kültürel sistemden kaynaklanan kimlik krizi olan motivasyon krizi.

Gerçi burjuva kamusal alan evrensel erişme (access) prensibi üzerine kurulmuştu. Fakat pratikte sadece eğitimli ve finanssal güce sahip olanların katılmasıyla sınırlanmıştı. Habermas burjuva kamusal alanın sadece bu tür seçkin insanlara değil, fakat aynı zamanda baskın olarak erkeklere açık olduğunu göz ardı eder. Habermas kadınların burjuva kamusal alanda yer almadıkları veya marjinalleştirildiklerinin farkındaydı, fakat *Yapısal Dönüşüm* kitabını yazarken bu konunun önemine değer vermemiştir (Thompson, 1994:92).

Habermas'ın "kamusal alanın yeniden-feodalleşmesi" (gerilemesi) görüşü de bazıları tarafından kabul edilmemektedir. Thompson'a göre (1994:94) özellikle alımlamada insanların manipüle edilmiş tüketiciler olduğu görüşü, insanların yaratıcılığı ve farklılıklarını görmezlikten gelmektedir.

Habermas'a göre kitle iletişim araçlarının 19 ve 20'nci yüzyılda gelişmesiyle birlikte, kamusal alan geriledi. Kitle medyası merkezi kontrole konu oldu ve izleyicilerine görüşler empoze ettiler. Thompson'a göre, Habermas kitle iletişimi hakkında hatalı ve sınırlı düşünceye sahiptir.

Habermas'ın kamusal alan düşüncesi "diyalogsal" bir karaktere sahiptir (Thompson,1994:97). Yani, insanlar ortak bir yerde bir araya

geliyor ve birbirleriyle eşit katılımcı olarak yüz yüze diyaloga başlıyorlar. Bu açıklamada çok ciddi sorunlar var:

Bu tür ilişki, örneğin insanların park ve kahvehane gibi yerlere gitmesi günlük yaşamın üretilmesi, kurulması ve sürdürülmesindeki yeri önemlidir, fakat yaşam dünyasının sadece küçük bir bölümüdür.

Bu tür iletişim kitle iletişim araçları yardımıyla kurulan kamusal alana, Türkiye'de maçlar dışında, benzemez. Habermas'ın, örneğin basınla ilgili açıklamasında, basının kamusal alanı yaratması, kahvelerdeki basın tarafından teşvik edilen yüz yüze konuşmalar anlamınadır.[82] Habermas'ın burjuva kamusal alanı klasik Yunan kamu hayatının kopyası şeklindedir: Londra ve Paris'teki kulüpleri, kahveleri ve salonları eski Yunandaki toplantı ve pazar yerlerinin eşiti olarak ele alır. Kamusal alan her şeyin üzerinde "konuşma" ile kurulmaktadır. Günümüzün teknolojiyle aracılanmış ilişkiler ve iletişim dünyasında artık kamusal alanı eskinin yüz yüze diyalogunun olduğu şekilde tanımlayamayız. Artık "kamusallık" ortak bir yer ve ortak bir zamanda yüzyüzelikten kopartılmış ve diyalog olma karakterini yitirmiştir. Yer ve zaman bakımından farklılaşmış kamusal alanlar oluşturulmuştur.

Günümüzdeki kamusal alanda diyalog koşulunun olduğu yerler gene eskisi gibi belli insanların toplandığı kahveler ve salonlardır. Habermas'ın da negatif bir şekilde yorumladığı gibi, bu alanlardaki iletişimin gündemi teknolojiyle aracılanmış yönetimsel iletişimin (örneğin Televizyonun hazırladığı gündemlerin) büyük oranda etkisi ve yönlendirmesi altındadır.

Habermas kamusal alanı eşitçil ve yüz yüze iletişim bağlamında alması, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının etkisinin negatif olarak değerlendirmesini kolaylaştırır. Habermas'a göre kitle iletişiminin yarattığı burjuva kamusal alanı ile eleştirel rasyonel tartışma karşılaştırılamaz: Günümüzde yüz yüze konuşmanın kendisi yönetilmektedir.

---

[82] *Gündem kurma tezini düşünün. Kitle iletişimi gündem hazırlama ile kamusal alanda neyin konu olacağını belirlemektedir. ve dolayısıyla konu olabilecek diğer bazıları tartışma dışı kalmaktadır.*

Kamusal alan sorunsalıyla ilgili olarak bizi rahatsız eden birkaç konu daha var. Birincisi: kamusal alanda üretilenin toplumsal yaşamın biçimlendirilmesi ve yönlendirilmesindeki yerinin günümüzde egemen düşünceler ve pratikler çeşitleri içine düştüğünün üzerinde durulması gerekir. Günümüzde kahvelerde ve salonlarda ve insanların özgürce toplandıkları yerlerde üretilen şeyler o anda yapılan veya üzerinde konuşulanın bilinciyle ilişkilidir. Bu bilinç de önemli ölçüde egemenin yaydığı bilinç türleri ötesine çok az geçer. Daha kötüsü bu bilincin praksisi (örneğin satın almak, haber izlemek, Migros'a gitmek ve oy vermek gibi) endüstriyel ve siyasal yapıların ürünlerini tüketmeye yönelik faaliyetler şeklindedir. İkincisi: Kamusal alan yüceltiliyor ve "herkese açık" olduğu iddiasıyla idealleştiriliyor; diyalog koşulu üzerinde duruluyor; bunlar yapılırken "herkese açık"' olduğu (veya olması gerektiği) söylenen kamusal alanda yerin ve zamanın örgütlü olması üzerinde ya hiç ya da yeterince durulmamaktadır. Herkese açıklık veya diyalog durumunun eleştirel bilinçle tartışma ve praksis getireceği oldukça ütopik bir beklentidir. Kamusal alanda üretilenle özel alanda üretilen, kamusal alanda üretilenle "örgütlü ekonomik ve siyasal alanda" üretilenlerin doğasının birbirinden ciddi bir biçimde farklı olacağı beklenemez. Ayrıca, farklı alanlarda üretilenler birbirinden kopuk değil, tam aksine birbiriyle içi içe ve birbirine fonksiyonel olarak bağlıdır. Üçüncüsü: Kamusal alanın güç ilişkileri dışarısında bırakılmasıdır. Ne kamusal alanın kendisi, kendi içinde ne de kamusal alanın diğer alanlarla olan ilişkisi güç bağlamından arınmış olabilir. Bu bağlamda kamusal alanla ilgili en ciddi sorun ortaya çıkmaktadır: Kamusal alanı katılımcı demokrasinin veya çoğulcu demokrasinin oluşumuyla ilişkilendiren idealleştirme, ki bu günümüzde bilinç yönetiminin en önemli bir parçası olmuştur. En son örneğiyle internetin yeni kamusal alanlar yarattığı ve bu kamusal alanlarda isteyenin istediğini tartıştığı ve böylece katılımcı ve çoğulcu demokrasinin bu kamusal alanlardan ve bunlar tarafından teşvik edilerek kurulan sivil toplum örgütlerinden geçerek oluştuğu düşüncesidir. En etkili yönetim şekli güçsüze güçlü olduğu ve kendinin yönetimine katıldığı duygusunu verendir. Köleliğinde özgür olduğunu sananlar yaratıldığında, bu kölelerden geçerek köleliğe son olasılığı

ortadan kalkar. İnternette "gezinen", tartışma gruplarına katılan, fikirlerini internet ve kahve ortamında belirten ve "sivil toplum" örgütlerine katılan ücretli/maaşlı kölelere bakan ve kendi maaşlı köleliğini de unutan bir "aydın veya akademisyenin" kamusal alandaki tartışmaların katılımcı demokrasiyi getirdiği iddiası oldukça bilim dışı kalmaktadır. Kamusal alan ve demokrasiyle kurulan bu bağın geçerli olabilmesi için "karar verme veya karar vermeyi yönlendirebilme ve etkileme" konusunu ve olasılıklarını incelemek gerekir. Yani kamusal alanı üretim biçimi ve ilişkileri içinde aldığı yerin doğasını incelemek gerekir. İşe önce, kamusal alanlarda siyasal ve ekonomik eleştirel ifadenin bastırıldığı ve sadece alkışa indirildiği "günlük yaşam dünyasından" başlamak gerek. Bu günlük yaşam dünyasına baktığımızda, "sistem dünyasının" dışında ve ondan bağımsız olmadığını görürüz. Örgütsüz görünen sokağın bile ciddi eleştirel ifade alanı olarak kontrol altında tutulduğu yerlerde, internetle veya sivil toplum örgütleriyle elde edilen katılımın anlamını çok iyi irdelemek gerekir.

Habermas'ın yazıları muğlak, soyut ve gerekli ayrıntıdan yoksundur. En kötüsü rasyonel ve bağımsız otonomus toplum için ne gerektiği hakkındaki tartışmaları Amerikan toplumunu kendine örnek olarak aldığına işaret etmektedir.

Habermas'ın eleştiriyi ve siyasal eylemi "sosyal dünyanın şeffaflığı arzusu (gereksinimi) temeline dayandırması liberal görüş için oldukça tehlikelidir (özellikle tüzel kişilerin, yani firmalar dünyasının hayatına karışmadır). Ayrıca böyle bir çaba, olanaksız olan üzerinde laf ebeliği yapmaktır.

Braaten (1995:149) Habermas'ın "meşrulaştırma ilişkinin bütün formlarının ve yanlarının temelidir" anlayışını, "taklit etmenin, sempatinin ve sevginin" de en azından meşrulaştırma kadar aynı statüde olduğunu belirterek eleştirir.

KÜLTÜREL İNCELEMELER

Kültürel incelemeler Marksizm, Frankfurt okulu ve göstergebilim yaklaşımlarından etkilenerek şekillendi: Kıta Avrupa'sında 1920'lerde başlayan Frankfurt okulu geleneği yanında, sonradan kültürel incelemelerde metin analizine eğilen geleneğin oluşmasına temel olan dil bilimi ve göstergebilim alanında, özellikle Fransa'da ve Amerika'da gelişmeler oldu. 1960'lar neo-marksizmin gelişmesi yanında dilsel yapısalcılığın[83] (örneğin Levi-Strauss) bilimsel statü aradığı yıllardı. Bu başlangıçlar Kitle iletişimi incelemelerinde yansımalarını 1970'lerden başlayarak artan bir şekilde gene Fransa'da, örneğin Faucault vb ile buldu. Yapısalcılık 1970'lerde Avrupa'da, özellikle Fransa'dan diğer ülkelere doğru, yayıldı. Levi-Strauss, Faucault, Althusser ve Lacan'ın etkisiyle metin üzerine eğilme yaygınlaşmaya başladı. Ardından post-yapısalcılık ve Postmodernizme kadar uzandı.

1950'lerin sonlarına doğru, kıta Avrupa'sı dışında İngiltere'de edebiyat ve kültür odağından hareket eden daha farklı bir gelenek başladı. E gelenek özellikle Hoggart ve Williams'ın kitle iletişiminin toplumda egemen ideolojilerin üretimi ve yeniden üretimi işlevini ele alıp incelemeleriyle başlayıp gelişti. Kültürel incelemeler Hoggart'in işçi sınıfı kültürünü (Marksist olmayan) incelemesinden beri radikal bir şekilde değişime uğradı. Başta Arnold, Elliot, Leavis üçlüsünün tutucu geleneğine karşıtlık içinde "işçi sınıfı kültürüne" göre biçilmiş incelemeler olarak kalacağı "tehlikesi" vardı (Sparks, 1974:10). Williams'ın *The Long Revolution* (1961) and E. P. Thompson'un *The Making of the English Working Class* (1964) kültürel incelemelerin yönünü belirleyen ilk yapıtlar oldu. Bu çalışmalar kültürün manipule edici olduğu ve halkın tümüyle pasifliğini savunan yaklaşıma karşı çıktılar. Hoggart örnek olarak çağdaş işçi sınıfının yaşamının v[illegible]atıcı ve yapmacık olmayan yönlerine eğildi. Williams toplumsal pratiğe önem verdi ve kültürü "yaşam biçiminin tümü" olarak tanımladı.

---

[83] *Dilsel yapısalcılık diye açıklığa kavuşturulması gerekir, çünkü yapısalcılık denince sosyal bilimlerde sosyolojideki yapısalcılık gelir. Gerçi İngilizcede "structuralism" ile "structural functionalism" karıştırılamaz, fakat Türkçede dikkat etmek gerekir.*

Thompson insan deneyinin tarihsel bakımdan özgül ve sınıf kültürüne bağlı farklı bilinç biçimleri ve materyal koşullar arasındaki bağdan nasıl çıktığını gösterdi.

Kültürel incelemeler 1960'dan beri artan bir şekilde akademik dergilerle, konferanslarla, profesyonel derneklerle ve okullarda lisans ve lisans üstü programlarla uluslararası bir yayılma göstermiştir. İngiltere'de kitle iletişimini incelemek için diğer disiplinler arası merkezler kurulmuştur. Örneğin Leeds Universitesinde "The Center for Television Research" Leicherster Üniversitesinde "The Center for Mass Communication Research," Open University'nin popüler kültür programı, Glasgow Üniversitesinin, "Glasgow Media Group" önde gelenler arasındadır. Kültürel incelemeler makaleleri *Media, Culture and Society*, *Screen*, *New Formations*, *Social Text ve Cultural Studies* gibi akademik dergilerde egemen olmuşlardır.

Kültürel incelemeler İngiltere, Fransa, Kanada, Avustralya, Güney Afrika ve Amerika önde gelmek üzere birçok ülkede yaygınlaşmıştır. Yaygınlaşmasına önderlik edenler bir zamanlar çoğunlukla Birmingham Center'da okumuş veya öğretim üyeliği yapmış kişiler ve onların yapıtları olmuştur. Bunlar arasında Angela McRobbie, David Morley, Dick Hebdige ve Lawrence Grossberg vardır. Merkezin kitapları 1970'ler ve 1980'lerde özellikle Hutchinson yayınevi tarafından basılmıştır. Örneğin *Resistance Through Rituals* (1976), *On Ideology* (1978), *Women Take Issue* (1978), *Working Class Culture* (1979), *Unpopular Education* (1981), *The Empire Strikes Back* (1982), *Making Histories* (1982), *Culture, Media and Language* (1984), Hebdige'in *Subculture: The Meaning of Style* (1979) ve Hall ve diğerlerinin *Policing the Crisis* (1978) bunların önde gelenleridir. Günümüzde özellikle Sage yayınevi, ki örgüt yapısı incelenmesi gerekir, kültürel incelemelerle ilgili entelektüel faaliyetleri kitap ve dergileriyle basmaktadır.

Kültürel incelemeler 1960'ın başlarından itibaren İngiltere'de değişime uğrarken, aynı zamanda Amerika'ya ve diğer ülkelere yayılmaya başladı. ABD'de kültürel incelemeler İngiliz kültürelcilerin etkisiyle gelişti. Fakat İngiliz eleştirel geleneğinden daha başlar başlamaz koptu. Amerikalılar İngiltere'den kültürel incelemeleri

transfer ettiklerinde, siyasal yanı ve kapitalizme karşı olan eleştirilerini nötrleştirip genel eleştirel kelimelerini tutarak Amerikan tarzı bir kültürel incelemeler yarattı. Klasik "aktif izleyici" (active audience) tanımının yerine aynı anlama gelen fakat daha taze, masal gibi büyüleyici ve Kuran okuma gibi anlaşılmazlığı huşu verici olan "çoğulcu alımlama" (polysemic reception) söylemi getirildi. Böylece kapitalist pazar sisteminin egemen materyal üretim ve ilişki gerçeğini masallaştıran ideolojik yeni bir çerçeve kuruldu. Bu çerçeveyle kapitalist sistem "post-modern" durumu yaşatan tarihin son bulduğu ve tarihin ortadan kalkıp tüketimin metindeki söylemleriyle her gün yeniden tarihsiz bir tarihin yapıldığı global süper-sistem yapıldı. Bu yapış eskisinden farklı olarak kapitalist sistemin övgüsüyle değil, "sonsuz türde anlam vermeler" içinde yüzen (aslında yüzdüğünü sanan) insanın anlamlandırmadaki tercihsel özgürlüğünden ve çoğulcu alımlama iddialarından bahsederek "tüketiciyi" belirleyici yapar. Böylece "aktif izleyici" teziyle yapıldığı gibi, kapitalist pazar yapısı eleştirilse bile izleyiciye sunduğu çeşitlilik ve çokluk nedeniyle sağladığı zengin metinsel olanaklarından (tüketim olanaklarından) dolayı kutlanır ve yeniden-meşrulaştırılır.

İngiltere'de 1960'ın başlarında Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi kurulduğunda ülkede Gramsci'nin *Hapishane Notları,* Althusser'in *Marks İçin*, *Kapitali Okuma* ve Marks'ın Grundrisse'sinden seçmeler popülerdi. Bu yeni kaynaklar Marksizmi "sorulara açık bir alternatif biçim" olarak taze görüş sundu (Williams, 1977:25). Örneğin R. Williams 1958'de Kültür ve Toplum yapıtında Marksizm karşıyken, 1970'in Ortalarına gelindiğinde Marksizm ve Literatür yapıtında (1977) açıkça Marksist yaklaşımı benimsediği görülür. Stuart Hall Marksizme doğru yönelen entelektüel akışı "karmaşık Marksizme giriş" olarak niteler (Hall, 1984a:25). Hoggart'dan sonra Hall'un 1960 sonunda Merkezin yöneticiliğini ele almasıyla Marksist yönelimin etkisi uzun bir döneme yayıldı.

Stuart Hall'ün önderliğinde 1970'lerde Merkezin ilgi odağı medya metinlerine kaydı. Metinler ideolojinin nasıl toplumdaki egemen grupların fikirlerine işlendiğine örnek kaynağı olarak bakıldı. Stuart Hall kültür ve iletişimde Fransa'dan ithal edilen yapısalcı ve

göstergebilim yaklaşımın güçlenmesini sağladı. 1970 sonlarında Althusser, Lacan, Saussure ve sonradan Faucault'un fikirleri alındı ve, dolayısıyla, metin ve söylemde mikro-seviye üzerinde ağırlık verilmeye başlandı. Bu dönemde, ilgi metin olarak ele alınan işaret sistemlerinin (ideal ve ender olarak gerçek) okuyucularını yapılandırması veya pozisyonlandırması üzerineydi (Johnson, 1980:8).

1980'lerde Johnson'un liderliği sırasında tarihsel, siyasal ve kurumsal analize dönüldü. Popüler kültür potansiyel çatışma ve direniş sitesi olarak görülmeye başlandı. Fakat eleştirel kültürel incelemelerde sınıf konusu özellikle 1980'lerden beri yerini dil, ırk, cinsiyet ve alt-kültürlere bırakmış ya da sınıfın yanında diğer kültürel gruplar ve alt-gruplar ele alınmaya başlanmıştır.

Stuart Hall'a göre kültürel incelemeler iletişimin geleneksel davranışçı yaklaşımlardan farklıydı. Merkez medyayı geniş, tümüyle baskın sosyal ve siyasal güç olarak görüyordu (1984: 117). Bunun yanında, merkez medya metinlerinin şeffaf anlam taşıyıcıları olarak görülmesi nosyonunu eleştirdi. Onun yerine, dil dahil her aracın inşa edici potansiyeli üzerinde durdu. Ayrıca kültürel incelemeler pasif ve farklılaştırılmamış izleyici düşüncesini de kabul etmedi. Onun yerine, farklı sosyal ve siyasal yönelimdeki izleyicilerin mesajları "çözümlemesi" (decoding) yollarının ayrıntılı incelenmesi üzerinde durdu. Bunlara ek olarak, Merkez yığın şeklindeki kitle kültürü nosyonu yerine, kitle iletişimini egemen ideolojik tanımlamaları ve temsilleri dolaştıran ve tutturan olarak gördü (Hall, 1984:118).

Özellikle 1990'larda Stuart Hall'un etkisinde gelişen Open University'nin Sosyoloji bölümü, Birmingham'ın dışında gelişen ve medya ve popüler kültürü inceleyen önemli bir yer olmuştur. Marksist ideoloji, tarihsel materyalizm, sömürgecilik ve ekonomik kalkınma hakkında yaygın bir şekilde yazıları olan Jorge Larrain, Merkezin direktörlüğünü aldığında, deneyci (empiricist) sosyal bilimciler tarafından düşmanlığı yoğunlaştırdı.

Eleştirel kültürel yaklaşımlarda az da olsa, metin dışında, niteliksel izleyici araştırmaları yapılmıştır. Bu tür araştırma yapanların önde gelen bazıları: Morley, (1980, 1986); Radway, (1984); Ang, (1985); Hobson, (1982); Corner et al., (1990); Hodge and Tripp, (1986);

Lewis, (1991); Press (1991). Nicel inceleme karmaşık ideolojik mekanizmaları araştırmak için kaba bir araç olarak ortaya çıkar. Ayrıca kültürel incelemeler, daha başlangıçta, dünyanın numaralar ve numaralı tablolara indirgenebilecek değer yargısız, nesnel, deneysel bir alan olduğu nosyonunu kabul etmezler (Ang, 1993). Eleştirel kültürel incelemelerin nicel yönteme karşı bu tutumuna rağmen, kültürel incelemeciler tarafından şiddetli eleştiriye maruz kalan "Glasgow Media Group" İngiliz televizyonunun 1970'lerde ayrıntılı içerik analizini yapmıştır.

Kültürel İncelemelerin Temel Varsayımları

Kültürel incelemeler bazı ortak kuramsal varsayımlara dayanır:

- Kültürel olarak (veya dilden veya söylemden geçerek) inşa edilmiş bir dünyada yaşıyoruz. Kültür belli ideallere sahiptir.
- Sosyal gerçek iletişim yoluyla inşa edilir. Dolayısıyla, "güçlünün sesi ne denli çatlak çıkarsa çıksın, gene de orkestraya hakimdir."
- Güç ve egemenlik ilişkileri toplumun inşasının bir parçasıdır. Diğer bir deyimle, sosyal gerçeğin inşası güç kullanımını içerir. Bu yolla güç yapıları meşrulaştırılır; konuşma ve eylemde otorité belirlenir; etki kurulur; Başarı ve başarısızlık tanımlanır; değerler belirlenir; amaçlar konur; ödüller ve cezalar saptanır ve meşrulaştırılır.
- Ekonomik ve siyasal güçler anlam çevresinin temel özelliklerini kontrolden veya onlar üzerinde kurduğu egemenlikten geçerek gerçeğin inşasını da çok büyük ölçüde etkiler.
- Kitle iletişimi çoğunlukla egemen kültürel sembolleri ve ilişkileri üretmeyi amaçlar; çünkü kitle medyası toplumdaki diğer örgütlerle bağıntılı örgütlerden oluşur; toplumdaki egemen güçlerin ve ideolojilerin değerlerini iletir.
- Medyanın alımlanması (izleme ve anlamlandırma) insanların günlük amaçlı yaşamlarının bir parçasıdır. İnsanlar medya mesajlarını (kodlanmış sembolsel ürünleri) sahip oldukları ideolojik çerçeve, o anki deneyim ve amaçları bağlamında yorumlarlar.
- Toplum sınıflardan veya kültürel grup ve alt-gruplardan oluşan bir yapıya sahiptir. Tek bir egemen ideolojinin veya kültürün total kontrolü altında değildir. Fakat kitle iletişimi medyası dahil

toplumsal örgütlenmeler ve örgütlenmelerin pratiklerinden geçerek desteklenen egemen ideoloji ve kültür ifadesini bulur.

Kültürel incelemelerin metodolojisi disiplinler arası bir karaktere sahiptir ve göstergebilim analizi, metin analizi, alımlama analizi, ideolojik analiz, eleştirel etnografi ve siyasal ekonomi gibi zengin analiz çeşitlerine sahiptir.

Kültürel İncelemelerin Üzerinde Durduğu Sorunlar

Eleştirel yaklaşım kültürel incelemelerinde belli konular ve sorular üzerinde dururlar:

Anlamın üretimi sorunu: Bu bağlamda belli bir kültürün nasıl üretildiği sorusu üzerinde durulur. Buna bağlı olarak "Ne tür anlam verme pratikleri ve sembolleri kullanılır?" ve "Sosyal sınıflar, bireyler, sosyal gruplar, ırklar, etnik gruplar, dinler vb nasıl temsil edilir?" soruları gelir.

Sembolsel ürünlerin tüketimi ve anlam verme sorunu: Bu temsiller nasıl tüketilir?

Sembollerin üretimi ve tüketimi ile "alt-yapı"[84] bağı sorunu: Kültürün üretimi ve dolaşımının materyal temelleri nedir? Kültürün tüketimi, örneğin kitle iletişim araçlarının sembolsel ürünlerinin tüketimi nasıl toplumdaki zenginlik veya yoksunluğa katkıda bulunur?

Toplumsal yapının üretimi sorunu: Kültürel üretim, tüketim ve anlamların incelenmesi toplumdaki güç/iktidar hakkında ne öğretebilir?

Kültürel incelemeler kapitalist iş yerindeki ve iş dışındaki egemenlik ve sınıf mücadelesini sosyoloji, antropoloji, dil ve edebiyattaki yansımalara taşıdı. Marksist ve Marksist yönelimi edebiyatçı ve dilbilimciler dilde sınıf mücadelesinin kızışmasına ve kapitalist bilinç endüstrilerinin ve ideologların bu alana kontrol amaçlı ciddi müdahalesine neden oldu. Dilde sınıf mücadelesi gelişmiş kapitalist ülkelerde (özellikle Amerika'da) kapitalist ideolojinin dilinin ve bu dille gelen sembollerin anlamı ve bu sembolik anlamların günlük yaşamla ilişkisi ya eleştirel ya da meşrulaştırıcı biçimlerde olmaktadır. Türkiye gibi ülkelerde ise dilde sınıf mücadelesi Anadolu dilinin aşağılanmasıyla başlayıp gelişen bir karaktere sahiptir. Bu gelişmede

---

[84] *Alt-yapı sosyal üretim biçimi ve ilişkileri anlamına kullanıldı.*

egemenlik ve mücadele, sadece geleneksel Osmanlı dönemindeki Arapça ve Farsça karışık dilinin yüzyıllar boyu egemenliği üzerine değil, aynı zamanda, milli burjuva devrimi olarak nitelenen kapitalist Batılılaşma devriminin getirdiği yeni sınıfın, daha doğrusu yetiştirdiği yeni aydınların, Batının kültür ve ürün transferiyle oluşturulan egemenliğin dili üzerinde olmaktadır. Son zamanlarda, Türkiye'de kültürel incelemelerin post-modern yapısalcı biçimlerinin gözde olması, baskıcı bir ortamda kendine eleştirel güven arayanların, imtiyazlı olan ve kendilerini imtiyazlı sananların yüksek seviyede ayrıcalık arayışlarını anlatır. Daha basitçe, en son modayı giyen, yiyen ve içenin (en son modayı tüketenin) kendi içine doldurduğu ve dışa yaydığı üstünlük duygusu ve "zamana uyma" ile gelen katılımcı coşkuyla kendine özgürlük türküleri okuması ve bu okumadan geçerek bu okumayı kendine sağlayan sisteme, eleştirse ve hatta memnun olmasa da, öpücükler yağdırmasıdır: Eleştirel görünen dualar. Amerika'da ve Batıda egemen olan dil ticari bir kültürün kendi ideolojik ve ekonomik çıkarlarını gerçekleştirmeye yönelik geliştirdiği ve sürekli desteklediği kendini ifadesidir. Türk dilinin direnişi hem iç hem de içle ortaklık kuran dış dillerin egemenliğini kırma mücadelesidir. Örneğin Özel üniversitelerin bazılarında eğitim dilinin İngilizce olması, kültürel emperyalizmin varlığının göstergesidir: Eğer öğretici ve öğrenen aynı dili (Türkçeyi) konuşuyorsa, ana dil dışındaki sembollerle iletişim gereğinin anlamı savunulamaz bir durum ortaya çıkarır. Savunma sadece bir egemenliğin meşrulaştırmasından öte gidemez. Bunun anlamı elbette emperyalizmin diliyle emperyalizme karşı gelinemez demek değildir. İngilizce Türkçe gibi semboller sistemidir. Bu sembollerin anlamı ilişkideki tarihsel geçmişe ve amaçlara göre biçimlendirilir. Dolayısıyla İngilizce araç olarak kendisi kendiliğinden egemen anlamlar üretemez. İngilizceyi Amerikan egemenliğiyle özdeştirerek biz anlam üretiriz. Bu dil kullanıldığı çevreden çıkıp bir diğer çevrede kullanılan dilin üzerine çökertildiğinde yeni bir egemenlik kurulmuş olur. Dolayısıyla, sorun bu bağlamda İngilizcenin nasıl kullanıldığı değil, yerel bir dilin yerini almasıdır. Elbette, dilin nasıl kullanıldığı bunu takip eder. Anlam iletiminin başarısı ortak sembollerin (ortak dilin) ve belli bir ortamda ortak yaşam

deneyimlerinin olmasına ve bunların örtüşme derecesine bağlıdır. İkinci bir dil özel bir deneyimi anlatır. Fakat burada unutulmaması gereken önemli bir faktör vardır: Semboller ortak olabilir, fakat ortak sembollerin olması ortak amaçların olduğu anlamına gelmez. Türkçe veya yabancı bir dilin bir ilişkide kullanımı dilden geçerek üretilenle veya üretilmek istenenin doğasıyla da önem kazanır. Okullarda yabancı dille eğitimde birinci boyut kültürel emperyalizmin varlığının kanıtıdır dedik. İkinci boyut, İngilizceyi kullanmanın kendisi, kendi başına egemenliği anlatmaz. Kullananın ideolojik kimliği ve duyduğu aitlikler yabancı dilden önce gelir. İngilizcenin neyi nasıl anlatmak için kullanıldığı önemlidir. Fakat yine de şunu kesinlikle kabul edelim ki, Türkçenin kullanıldığı bir ortamda İngilizcenin iletişim aracı olarak seçimin kendisi, iki dil arasındaki mücadelede birinin o ortamda egemenlik kurduğunu ifade eder. Bu okullar Türkiye'nin koşullarında Batının "kaliteli" liberal çoğulcu eğitiminin verildiği yer ve aynı anda toplumsal mücadele alanlarından biri durumunda mı? Bu okullarda dili Türkçeleştirmek neyi değiştirir? Sorun kaliteyi düşürme mi? İngilizce eğitim kendi başına kalite anlamına mı gelir?[85] Egemenin dilini bilmekte zarar mı var? Egemenin dilini bilmek ile bu dilde resmi kamu veya resmi özel eğitim yapmak arasında ne gibi farklar vardır? Bu kitapta kullanılan birçok yabancı deyimler neyi anlatır? [86] Buna cevabı bir başka örnekle verelim: İngilizce 16 ve 17'inci yüzyıllarda

---

[85] *Bu bağlamda çok ciddi bir diğer sorun akla geliyor: Örneğin Doçentlik için yabancı bilimsel indekslerde yer alan yabancı dergilerde yazı yazma koşulunu koymanın anlamı yeni-sömürgelerin kendi değerlerini efendileri sömürgecilerden geçerek bulması değil mi? Kalite yeni-sömürgecilerin dilini bilmek ve onlara sömürgeleri hakkında kontrol için bilgiler sunmaktan geçerek kazanılıyorsa, bunun anlamı ne?*

[86] *Bu son sorulara yanıt: Transfer edilen teknolojik yapıların kendini tanımlamasını anlatır. Bu tanımlamada transfer edenin seçeneği, yerel dilde kavram üreterek yeniden üretmektir. Bu da çoğunlukla transfer edilenin tanımını uyarlama ile yapılmaktadır. Teknolojik yapı kendini hem üretici egemenlikte ve hem de tüketiciye empozede kendi karakterine göre tanımlar. Yeni tanım ancak karakter değişimiyle veya teknolojinin farklı bir amaçla kullanılabilme olasılığıyla gerçekleşebilir. Yabancı kelime kullanılmasının ikinci bir nedeni entelektüel tembelliktir: Mücadele enerji ve zaman harcanmasını gerektirir. Bu da her zaman herkeste aynı ölçüde yoktur.*

sömürgecilikle ve şimdi de post-sömürgecilikle ilişkilendirilmektedir. Dilin bu nosyonu Shakespeare tarafından "'Henry V'" ve "The Merry Wives of Windsor" isimli oyunlarında işlenmiştir. Shakespeare İngilizceyi hem sömürgeciler tarafından kullanılan eski bir dil olarak hem de fethetme ve kendini geliştirme yeteneğine sahip modern bir dil olarak görür (Helgerson, Tichard 1998).

Kültürel Yaklaşımların Genel Marksist Temeli

Marks'a göre, insanlar, doğaya müdahale eder ve belli araçların yardımıyla kendi varlıklarının maddi koşullarını üretirler. İnsanın gelişme tarihinin en erken noktasından beri doğaya emek yoluyla müdahale toplumsal bakımdan örgütlenmiştir. İnsanlar kendi maddi koşullarını daha etkili bir şekilde üretmek için birbirleriyle işbirliğindedirler. Bu, toplumsal düzenlemenin ve insan tarihinin başlangıcıdır. Bu andan itibaren, insanın doğayla olan ilişkisi toplumsal bakımdan "dolaylı" olur. İnsan toplumunun yeniden üretilmesi ile giderek karmaşıklaşan, genişleyen, maddi varlığın üretilmesi temelde ilişkilidir. Gerçekte, doğanın insanın maddi gereksinimlerine uydurulması sadece insanın başkalarıyla toplumsal işbirliğinin içerdiği biçimlerden geçerek etkilenir. İnsan, bu durumda kendi maddi üretiminin içerdiği toplumsal biçimler yoluyla, kendini toplumsal kişiler olarak üretir. İnsanın geliştirdiği toplumsal biçimler ne denli karmaşık ve geniş olursa olsun, maddi üretimi çevreleyen ilişkiler bütün öteki yapıların saptayıcı anlarını biçimlendirir. Bu matriksten (farklı tarihsel dönemdeki üretim güçleri ve ilişkileri, bunların toplumsal bakımdan örgütlenme biçiminden) daha karmaşık toplumsal yapı biçimleri; işbölümü; farklı toplum tipleri arasındaki farkların gelişmesi; insan beceri ve bilgisinin maddi koşulları değiştirme yolları; sivil ve siyasal örgütlenme şekilleri; farklı aile, devlet, inançlar, düşünceler ve bütün bunlara uygun veya karşılık olan toplumsal bilinç tipleri yükselir. Bu matriks toplumsal gelişmenin ve insan tarihinin materyalist bir şekilde anlaşılması için bir temeldir. Aynı zamanda kültürün materyalist veya idealist olmayan bir tanımlaması için de bir temel olmalıdır (Hall, 1977). Marks'ın görüşüne göre, üretim daima belirleyici koşullar altında belli tarihsel şekillere sahiptir. Bu belli tarihsel koşullar altında yükselen toplum, toplumsal ilişkiler ve insan kültürü tipleri de

belli bir biçim alır. Bir üretim tipi temelde ötekinden farklıdır: Maddi üretimin gelişmesinde her dönem farklı toplumsal işbirliği biçimleri, farklı teknik ve maddi üretim tipleri, farklı siyasal ve sivil örgüt çeşitleri getireceği için, insan tarihi, gelişen üretim biçimiyle, farklı ve tarihsel bakımdan özel devreler veya dönemlere, çağlara ayrılır. Maddi üretim ve bu üretime uygun toplumsal örgütlenme biçimleri karmaşık bir gelişme düzeyine ulaşır ulaşmaz, bu düzeyler arasındaki ilişkinin nasıl düşünüleceğini sağlamak inceleme gerektirir. Bir maddi ve toplumsal üretim ile toplumsal oluşumun geri kalanları arasındaki ilişkinin nasıl düşünüleceği Marksist materyalist kuramın en zor yanını oluşturur.

Kültürel incelemeler Marks'ın kurduğu bu bağı 1960'larda kabul etmişlerdir. Ardından, dilin, düşüncenin, ideolojinin ve kültürün bağımsızlığı öne sürülmeye başlanmış ve kültürel incelemelerin kuramsal gerekçeleri giderek bu bağı önce ihmal etmeye sonra da reddetmeye başlamışlardır. Böylece kültürel inceleme yaklaşımları Marksist kuramsal yapıdan uzaklaşmıştır.

Marksist kültürel incelemeler geleneğinde toplum yapısı ve değişimi, kamu çıkarı nosyonu ve kitle iletişiminin fonksiyonları farklı olarak tanımlanır. Bireyin kapitalist yapılardaki gerçek koşulları incelenir ve kültürün ve iletişimin özgürleştirici potansiyeli üzerinde durulur. Toplumda medyanın fonksiyonu ve iletişimin kültürel süreçlerinin siyasal sonuçları üzerine eğilinir (Hardt, 1997). Kitle iletişiminde ideoloji ve bilincin üretimi araştırmaların odak noktasını oluşturur. Kitle iletişiminde üretim ve tüketimin doğası egemen ideolojik süreçler bağlamında ele alınır.

Marks'tan uzaklaşanların bazıları tümüyle Gramsci'ye sarıldılar; (a) Yönetici sınıf, çoğu kez farklı sosyal tabakanın "güvensiz ittifakı" olarak ele alınmaya başlandı; (b) Egemen ideoloji egemen söylemlerin alanı olarak yeniden tanımlandı; (c) Medya yönetici sınıfın fikirlerinin ileticisi araçlar olma yerine, sosyal güçlerin rekabet alanı olarak ele alındı. Elbette, sorunu örneğin fabrikadan çıkartıp göstergesel anlamlandırmaya indirgediğimizde, işçi sınıfıyla sermayenin "rekabetini" ve bunun metin dışında gerçek egemenlik ve mücadele ilişkileri içindeki anlamı, anlamını yitirir. Hangi güçler medyada ve medyadan geçerek rekabet etmektedir? Egemenliği paylaşanlar ve

egemenliğin ortakları mı? Egemenlik arayışında ekonomik güç kazanarak kendini kendi için temsil etme amacıyla siyasala sokmaya çalışan örgütlü din mi? Ücret politikalarının kurbanları mı?

Kültürel incelemeler ve yapısalcı olarak nitelenen yaklaşımlar, Saussure'cü dilbiliminden, Levi-Strauss'un yapısal antropolojisine, Barthes'in gösterge biliminden Lacan'ın psikoanalizine kadar çeşitlenen çok farklı alan ve işlevleri kapsar. Temel konu anlam verme ve temsil etme süreçleri ve sistemlerinin anlaşılmasıdır. Bu yaklaşımlar "metin" (film, fotoğraf, televizyon programı, kitap, dergi) çözümlemesi yaparlar. Bu kültürel ve yapısalcı yaklaşımlar, Marksist ideoloji anlayışında değişikliklere yol açmıştır. 1980'lere gelindiğinde kültürel yaklaşımlar ve incelemelerin bazıları örgütlü materyal ilişkilerin belirleyiciliği üzerine kaymaya başlamışlardır. Günümüzde, bu yaklaşımlar, kültürün materyalliği üzerinde dururlar, fakat kültürel alanda "yansımacı" (yani kültürel ve ideolojik üst yapının alt-yapıyı ayna gibi yansıttığı) anlayışı kabul etmezler.[87] Hegemonya ve kültürel bağımlılığı dinamik ilişki olarak ele alırlar. Diğer bir deyimle, egemenlik pasif bir egemenlik biçimi değildir. Egemenlik ilişkileri daima savunulur, revizyona uğrar; direniş ve tartışmaya açıktır. İncelemeler sadece medyanın egemenliği ve ideolojiyi nasıl ürettiği ve yeniden-ürettiği ve izleyicileri nasıl pozisyonlandırdığı üzerinde durmaz, aynı zamanda alt-sınıflar veya işçi sınıfının nasıl direndiği ve kendi direniş kültürlerini nasıl yarattığı üzerine eğilirler.

Sahte Bilinç ve Egemen Düşünceler

Varoşlarda yaşayanların herhangi bir işçi partisine oy vermemesi, onun yerine kendilerini sömürenlerin çıkarlarını temsil eden sağ partilere oy vermesi, sahte-bilinç tanımlaması içine girer: Sahte-bilinç, en basit şekliyle, ideolojik süreçlerden geçerek materyal gerçeklerle onun düşünsel anlatımları arasında yanıltıcı bağ kurmayı anlatır.

İnsanlar kendi yaşam ve üretim ilişkilerinin sahte bilincine nasıl sahip olabilirler? İnsan kültürünün antropolojik anlamda yayıldığı araç olan dil, aynı zamanda bu kültürün çarpıtıldığı araç olur mu? insanların hesaplar ve açıklamalar oluşturduğu, dünyalarının farkına vardığı ve

---

[87] *Marksı doğru okuyanlar bu tür yansımanın olmadığını bilir.*

anladığı bu araç, özgürleştirme yerine aynı zamanda bağlar ve engeller mi? Düşünce insanların gerçek durumlarını açıklığa kavuşturma yerine nasıl saklayabilir? Kısaca, ideolojide kendi bilinç ve düşüncelerinin üreticisi olan insanların durumlarının tersine görünmesini nasıl açıklayabiliriz? Bunun nedeni Alman İdeolojisi'nde Marks tarafından belirtilmiştir: Çünkü bu insanlar kendi üretim güçlerinin gelişmesi ve bu gelişmeye uyumlu ilişkiler tarafından koşullandırılmıştır. Çünkü insanlar altında yaşadıkları ve ürettikleri belli koşullar tarafından "merkezden ayrılmışlardır" ve kendilerinin yapmadıkları ve elde olmadan girdikleri durumlar ve koşullara bağlıdırlar, kendi etkinliklerinin ortak "yazarları" (yapıcısı, kurucusu, yaratıcısı) olamazlar. Pratikleri doğrudan doğruya kendi amaçları ve niyetlerini anlayamaz. Dolayısıyla, insanın dünyasına anlam verdiği nesnel durumlarını öznel olarak denedikleri, "kim ve ne" olduklarının bilincine vardıkları koşullar onların kendi elinde değildir ve sonuç olarak, şeffafça kendi durumlarını yansıtmayacaktır. Hall'a göre, bu nedenle üstyapı alanındaki pratikler başka yerde, ideolojide, denenir ve gerçekleşir. İdeoloji insan kültürünün özgürce gelişen süreçleri üzerinde "merkezden ayırma" ve "yerinden etme" etkilerine sahiptir. Bu herhangi bir toplumsal düzenin farklı düzeyleri arasındaki radikal ve sistematik "ayrılmaların" düşünülmesi gereksinimini ortaya çıkarır: Üretimin maddi ilişkileri, sınıf ve toplumsal ilişkilerin oluştuğu toplumsal pratikler ve ideolojik formların düzeyi ve bunlara uygun bilinç biçimleri arasındaki ayrılmalar gibi. Marks bu ayrılmaların nasıl çıktıklarını etraflıca açıklar: Genişleyen maddi üretimin dayandığı işbölümünün ilerlemesiyle, düşünsel ve elle yapılan ayrımı ortaya çıkar. Her biri farklı alanlarda, farklı pratik ve örgütlerde, farklı toplumsal tabakada yerine yerleşir. Düşünsel iş kendi maddi ve toplumsal temelinden tamamen özerk olarak görünür ve mutlak bir alana, kendini gerçekten kurtarmaya atılır. Fakat, aynı zamanda kapitalist üretimin koşulları altında düşünsel işin araçları egemen sınıflar tarafından tutulur. Bu nedenle, ideolojiye basitçe herhangi bir kapitalist toplumsal formasyonun zorunlu bir düzeyi olarak değil, fakat

egemen ideolojiye, egemen düşüncelere geliriz: Yönetici maddi güç aynı zamanda yönetici entelektüel güçtür;[88] düşünsel üretim araçları üzerinde denetime sahiptir; dolayısıyla, genel olarak düşünsel üretim araçlarına sahip olmayanların düşünceleri egemen düşüncelere bağlıdır; egemen düşünceler egemen maddi ilişkilerin ideal (=düşünce şeklindeki) ifadelerinden başka bir şey değildir.

Egemenlik Görüşlerinde farklar

Kültürel yaklaşımlarda egemenlik kavramı üzerinde tümüyle örtüşen bir fikir birliği yoktur. Egemenlik kavramı ya Marks'ın "yönetici sınıflar ve yönetici fikirler" görüşünü, ya Gramsci'nin "hegemonya" düşüncesini ya da Althusser'in İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları (1971) görüşünü yansıtır.

Williams'a göre "belli bir dönemde örgütlenmiş, yaşanan, egemen ve etkin olarak niteleyebileceğimiz merkezi pratikler, anlamlar ve değerler sistemi vardır". Bu durgun değil, bir süreç olarak anlaşılır. Eğitim ve öğretim örgütleri bu sürecin önde gelen temsilcileridir. Bu süreç yoluyla farklı sınıf insanlarının yaşam biçimleri varolan belli anlamlar ve değerler üzerinde durulmak için seçilir ve ötekiler atılır. Bu merkezi özün tercih edilen vurguları dışında yatan birçok anlamlar ve değerler sürekli olarak yeniden-yorumlanır, sulandırılır veya egemen kültürün öteki öğelerini destekleyecek ya da hiç değilse karşı olmayacak biçimlere sokulur. Bu nedenle, egemen sistem kendine karşı olan anlamları, pratikleri ve değerleri kontrol etmek ve kendi egemenliğini teminat altına almak için kendini sürekli olarak "yapmak" ve "yeniden-yapmak" zorundadır. Williams, bu tür egemenlik tanımını büyük ölçüde Gramsci'nin "hegemonya" kavramına borçludur. Gramsci'ye göre, hegemonya yönetici sınıf ittifakı (=tarihsel blok) sadece alt bir sınıfın kendi çıkarlarına uymaya zorlamaya muktedir olduğu zaman değil, aynı zamanda bu sınıflar ve toplum üzerinde tam bir toplumsal otorite kullandığı zaman vardır. Hegemonya, bu egemen sınıf bölümleri sadece egemen oldukları zaman değil, yönettikleri zaman işliyor demektir. Dolayısıyla, hegemonya, güç ve halkın rızası

---

[88] *Bunun anlamı yöneten sınıf doğrudan doğruya düşünsel üretimi kendisi yapar demek değildir.*

bileşimine dayanır. Gramsci'ye göre, liberal-kapitalist devlette "halkın rızası" önde gelir; baskı silahı sonra işler. Hegemonya sadece üretim ve ekonomik alanda kazanılmaz: Devlet, siyaset ve üstyapılar düzeyinde örgütlenmelidir. Hegemonya bu alanda elde edilir. Hegemonya kısmen alt sınıfları üstyapılar içinde tutmakla sağlanır, fakat hegemonyanın bu yapıları ideolojiyle çalışır. Bunun anlamı, egemen sınıf bölümleri lehinde, sivil yaşam ve devlet alanlarında kurumlaşmış olan "gerçeklerin tanımlanması" alt sınıflar için sadece başlıca yaşanan gerçeği meydana getirmesi demektir. Bu yolla ideoloji toplumsal düzende tam "toplumsal bloğun" ideolojik birliğini tutarak "çimentoyu" sağlar. Bu, egemen sınıfların ayrıntılı olarak alt sınıfların yaşamlarının düşünsel içeriğini düzene koyabildikleri ve yasaklayabildikleri için değil (onlar da kendi ideolojilerini yaşarlar), egemen sınıflar bütün rekabet eden gerçek tanımlamalarını kendi menzilleri içinde çerçevelemeye, bütün seçenekleri kendilerinin düşünce ufku içine getirmeye uğraştıkları için, belli dereceye kadar başarı sağlamaları nedeniyle işler. Alt sınıfların içinde yaşadıkları ve üzerlerindeki egemenliği tutacak şekilde boyun eğmelerini anlama hudutları koyarlar. Egemenlik tek bir birleşmiş yönetici sınıf tarafından değil, sınıf bölümlerinin özel olarak bir araya gelişi, ittifakı ile korunabilir; dolayısıyla, egemen ideolojinin içeriği yönetici sınıfların karmaşık içsel düzenini yansıtır. Hegemonya üstyapı kurumları yoluyla (aile, öğretim sistemi, kilise, kitle iletişim araçları ve kültürel örgütler) ve devletin baskıcı yanı (yasalar, polis, silahlı kuvvetler) ile çalışır; hazır verilmiş ve kalıcı bir durum değil, aktif bir şekilde kazanılmak ve korunmak zorundadır.

Gramsci güç kavramını yeniden tanımlar ve gücün baskıcı olmayan yanına büyük ağırlık verir. Aynı zamanda, egemenlik kavramını sınıf çıkarlarının doğrudan ifadesinden uzak tutar; ideoloji psikolojik veya ahlaki değil, yapısal, epistemolojik olarak görür.

İdeolojinin egemen düzende oynadığı roller

İdeolojiden geçerek egemen düzenin desteklenmesi oldukça çeşitli ve çoğulcu biçimlerde olmaktadır. Örneğin Poulantzas'a göre ideoloji üç temel işlev görür:

İlk işlev maskeleme ve yerinden etmedir. Egemen kültür ideolojisi, sistemin sınıfa dayanan sömürgeci doğasını maskeler.

İkinci etkisi parçalama veya ayırmadır: Devletin farklı alanlarının birliği "güçlerin ayrılığı" kuramı içinde dağıtılır. İşçi sınıfının ortak çıkarları bu sınıfın farklı tabakaları arasındaki içsel muhalefet biçiminde parçalanır (kaliteli işçi, kalitesiz işçi; tarım işçisi, endüstri işçisi; elini, dilini, beynini kullanan işçiler; özel sektör işçisi, büro işçisi, kamu sektörü işçisi, memurlar vs). Ortak yaratılan değer bireysel ve özel olarak alınır. Üreticilerin gereksinimleri, tüketicilerin "istekleri" olarak sunulur. İnsanlar birbirine düşman gruplar haline getirilebilir.

Üçüncü ideolojik etki hayali bir birlik veya uyum empoze ederek, gerçek yerine hayali ilişkileri koymaktır. Bu, bireyi, grupları, çeşitli ideolojik bütünlükleri (dernek, ulus, halkoyu, genel çıkar, popüler istek, toplum, vs) yeniden oluşturmayı içerir. Bu düzeyde birlikler tekrardan, fakat bu sefer sınıf ilişkileri düzeyine ve ekonomik çelişkileri maskeleyen ve yerinden eden, düşmanca olmayan bütünlükler olarak sunan bir biçim üretilir (Önce bütün, sınıf parçalanır, bireyselliğe indirgenir, sonra farklı bir biçimde, farklı anlam verecek bir şekilde yeniden birleştirilir). Bu Gramsci'nin "rıza" ve "bağlılık" hegemonya işlevidir.

Kitle İletişimi ve egemen pratikler bağı

Kitle iletişimi egemen materyal ve ideolojik pratikleri destekler ve yeniden üretir. Kitle iletişim araçlarının çağdaş biçimleri ilk kez 18. yüzyılda İngiltere'nin tarımsal kapitalist topluma dönüşmesiyle birlikte çıktı. İlk kez orada "sanat ürünü" bir mal oldu. Pazar ilişkilerinde kültür kurumları da görünmeye başladı. Kitaplar, gazeteler, dergiler, kitapçılar ve kütüphaneler; eleştiri ve eleştirmenler; gazeteciler ve yazarlar; en çok satılan kitaplar (best sellers) çıktı. Burjuva sınıfının yükselişi yeni kitle iletişim araçlarını birlikte getirdi. Çünkü iletişim araçlarının gelişimi tarımsal kapitalist ve sınai kent kapitalizmi dönemlerinde izlenebilir. İleri tekelci kapitalizm diye adlandırılan dönemde çağdaş kitle iletişim araçları büyük ölçüde gelişti, çoğaldı. Kültürün üretimi ve dağıtımında önde gelen araçlar ve kanallar haline geldi. Daha sonraki gelişme evresinde, kitle iletişim araçları çağdaş iş ve üretim sürecinin kalbine girdi ve sistemin öteki ekonomik ve teknik

parçaları gibi geniş çapta kitle örgütlerinden biri oldu. Ekonomik, teknik, toplumsal ve kültürel kaynaklar bakımından, kitle iletişim araçları öteki, yaşayan ve eski geleneksel kültür kanallarından niteliksel olarak çok daha büyük bir parçayı yönetir. Daha da önemlisi, toplumsal bilmenin ve bilincin üretim ve tüketimi bu çağdaş araçların aracılığına bağlıdır. Bu araçlar yoğun bir şekilde kültürel ve ideolojik alanı sömürgeleştirmiştir. Kitle iletişim araçlarının görevi "toplumsal bilginin" (bilincin ve ideolojinin) oluşturulması ve tutulmasıdır. Seçilip verilen toplumsal bilgiler yoluyla insanlar kendi dünyasını, dış dünyaları, kendi gerçeklerini ve başkalarının yaşadıkları gerçekleri öğrenir ve böylece titizlikle paketlenmiş bir bütünlüğü kavrar.

Çağdaş sermaye ve üretim koşulları altındaki toplum daha karmaşık ve çok boyutlu, şekil bakımından daha da çoğulcu olarak biçimlenir. Bölgeler, sınıflar, alt sınıflar, kültürler, alt kültürler, mahalleler, topluluklar, çıkar grupları içinde yaşam kalıpları sersemletici karmaşıklıkla düzenlenir ve yeniden düzenlenir. Bu çoğulculuk, toplumsal yaşamı sayısız şekillerde sınıflama ve düzenleme yollarını getirir. Çağdaş kitle iletişim araçlarının ikinci görevi bu çoğulculuğu yansıtma ve bu çoğulculuk üzerinde yansımalar yapma, bu çoğulculukla nesnelleştirilmiş sözcükler, ideolojiler ve yaşam biçimlerinin sürekli bir kaydını tutmaktır. Burada, farklı toplumsal bilgi tipleri sınıflanır, sıralanır, düzene konur ve "yeğlenen toplumsal gerçek haritalarının" içine yerleştirilir. Başka bir deyişle, bu araçların seçip dağıttığı toplumsal bilgi normatif ve değerlendirmeler, "yeğlenen anlamlar ve yorumlar" içinde sıralanır ve düzenlenir. Burada mücadele ve çelişki koşullarında, yeğlenen ve dışarıda bırakılan açıklamalar arasında, izin verilen ve verilmeyen davranış arasında, anlamlı ve anlamsızlar arasında, birleştirilmiş pratikler, anlamlar ve değerlerle bunlara karşı olanlar arasındaki sınır sürekli olarak çizilir, yeniden çizilir, savunulur ve tartışılır.

Kitle iletişim araçlarının işlevi yeğlenerek sunulanı düzenleme, yönetme ve bir araya getirmedir. Burada tasnif edilen ve görünür olan ve tanınan bir düzen kurulur: Rıza ve oybirliği düşünceleri özgürce verilir ve değiş tokuş edilir. Bununla birlikte, kendi zamanında ve yolunda azınlık ve aksi görüşler için, yer bulunmalıdır ve bulunur.

Böylece her sağduyulu kişinin kendisini bağlayacağı bir "düzen" ortaya çıkar. Bu kitle iletişim araçlarının ideolojik çalışmasının birleştirici ve pekiştirici düzeyini biçimlendirir: Oybirliğinin üretimi ve meşruluğun inşası kitle iletişim araçlarının ideolojik etkisinde önemli bir yandır.

Kitle iletişim araçlarının bu ideolojik işi yapmasını sağlayan mekanizmalar tarihsel olarak kurulur ve değişir. Gelişmiş kapitalist demokrasilerde, kitle iletişim araçları bütün olarak, devlet tarafından doğrudan örgütlenmez ve yönetilmez. Bu araçlar yönetici sınıfın bir bölümü tarafından bozulmaz/yıkılmaz. Bu araçlar yönetici sınıf partilerinin biri tarafından doğrudan sömürgeleştirilemez (1950'nin sonunda DP'nin Türkiye'de yaptığı gibi). Sermaye bazı "karşı faydalı" ses olmaksızın (=görüş, karşı görüş sunuşlarında olduğu gibi) iletişim kanallarını doğrudan kullanamaz: Günlük yönetimlerinde ve pratiklerinde kitle iletişim araçları "tarafsız" bir profesyonel çalışma ideolojileri çerçevesi içinde iş görmesi için ayarlanmışlardır. Haber değerlerinin yansız yapısı bütün taraflara, yasa kuralı gibi, eşit olarak kullanılır (Önemli olan "taraf" olarak kabul edilip kitle iletişimi profesyonelleri tarafından tanınmaktır. Çoğunlukla taraf ikiye indirgenir). Medyada taraftarlığın açıkça işlemesi istisnadır. O halde nasıl oluyor da bu araçların sunumları sistematik bir biçimde egemen ideolojiler tarafından etkileniyor? Bu soruya cevap vermek oldukça kolaydır: Kitle iletişim araçları karmaşık söylemler içinde ayarlanmış, iletilerin ve işaretlerin üretimi için toplumsal, ekonomik ve teknik bakımlardan örgütlenmiş aygıtlardır. Simgesel iletilerin üretimi, geniş olarak anlam veren göstergeler/işaretler sistemi biçiminde anlaşılan dilin taşımasından geçmeksizin başarılamaz. Olaylar kendi başlarına anlamlı değildir. Olaylar anlaşılır kılınır ve toplumsal anlaşılırlık süreci olayları simge düzeni içine yerleştiren pratikleri içerir. Bu "kodlama, şifreleme" sürecidir. Kodlama ile olaylara anlam yüklenerek olaylar bu olaylara anlam veren bir içeriğe kavuşturulur. Olayların önemli ölçüde farklı bir şekilde kodlanabileceği farklı yollar da vardır. Özellikle, bizim normal, sağduyulu beklentilerimizi rahatsız eden veya statükoyu tehdit eden sorunlu ve tedirgin edici olayların kodlanması farklı olabilir. Seçilen kodlar bu sorunlu olayları egemen ideolojiler içinde bir yere yerleştirir. Kodlayıcılar tarafından egemen ideoloji çerçevesinde

olayları yeniden-üretmek için kasıtlı olarak seçilmezler, fakat kodlayıcıların içinden seçmek zorunda oldukları anlamlar alanını oluştururlar. Evrenselleştirdikleri ve doğal hale getirdikleri için, mevcut anlaşılabilirlik biçimleri olarak görünürler. Marks'ın belirttiği gibi, tek, rasyonel, evrensel bakımdan geçerli olanlar olarak tortulaşmış rasyonelliklerini tutan varsayımlar ve önkoşullar ideolojik maskeleme ve hazır biçimiyle kabul edilme süreciyle görünmez yapılır. Kodlama amacıyla kullanan ve manipüle edenlere bile (örneğin gazetecilere) "halihazırda bildiklerimizin bir toplamı" olarak görünürler. Anlam verdikleri her olayı inşa ederler ve belli ideolojik yapıları (güç, zenginlik, egemenlikleri) yeniden-üretecek bir şekilde vurgularlar. Bu süreç kodlayıcılar için fark edilmez hale gelmiştir: Sık sık profesyonel ideolojilerin müdahalesi (sunuş biçimleri, yansızlık, nesnellik) ile maskelenir. Böylece, olaylar sistemli bir biçimde bir şekilde kodlanmazlar, fakat çok sınırlı ideolojik veya açıklayıcı repertuar içinde kodlanırlar. Bu repertuar "şeylere" egemen ideolojinin alanı içinde anlam verme yönelimine sahiptir. Bundan daha fazla olarak, kodlayıcı olaylara verdiği anlamın etkililiği, güvenirliliği ve açıklayıcı gücünü uygulamak ister. Bu nedenle, izleyicinin rızasını kazanmak için kodlama repertuarının tümünü (sözcük, söz, görüntü, sunuşlar, temsil, oyun gibi) kullanır. Bunu kendi taraflı yorumu için değil, fakat kodlamasının içinde işlediği alan ve sınırların meşruluğu için yapar. Bu belirleme noktaları (kabul edilen referanslar ve referans noktaları) olayların "yeğlenen okunmasını" güvenilir ve güçlü yapar. İzleyicilerin rızasını kazanmayı amaçlarlar ve dolayısıyla izleyicinin "iletiyi çözeceği" biçimde inşa eder. Hall, Morley ve benzerlerinin incelemelerinde gösterdikleri gibi, izleyicilerin iletileri çözmesi kaçınılmaz olarak kendi maddi ve toplumsal koşullarını yansıtır. Dolayısıyla, olayları zorunlu olarak kodlandıkları ideolojik yapının içinde aynen çözmezler. Fakat etkili iletişimin amacı, elbette, "yeğlenen okumaya" izleyicinin rızasını kazanmak ve böylece izleyiciye hegemonyacı çerçeve içinde çözüm yaptırmaktır. Çözümlemelerin büyük kısmı sistematik olarak hegemonyaya karşı biçimde çözüm yerine, egemen kodlar içinde "müzakere" (anlaşmaya) etmeye yönelir. Müzakere edilmiş (anlaşmalı) çözümlemeler izleyicinin

kendini ideolojilerin hegemonyacı alanı içine yerleştirme şeklinde geniş istisnaların yapılmasına izin verir ve egemen kodlamaların genel uyumluluğunu meşrulaştırır. Bu müzakere edilmiş çözümlemeler sınıfların yapısal bakımdan birbirini tamamlayıcılığını yansıtır ve tamamlayıcılığına dayanır. Bu, hegemonyacı kodlamalar içindeki müzakere alanları toplu ve alt sınıfların kendilerini soktukları söylem içinde gerekli yerleri sağlar. Kitle iletişim araçları sadece sınıflar arasında yaygın bir şekilde dağıtılmaz, fakat aynı zamanda sınıfları toplumsal iletişim şebekesi içine sokar ve ideolojik bölgeleri yönetmek için kendilerinin popüler meşruluğunu sürekli olarak yeniden üretir.

Şifreleme ve şifre çözme süreçlerini kuran ideolojik inşa sürecinin meşruluğu, kitle iletişim aygıtlarının pozisyonu tarafından desteklenir. Bu araçlar kapitalist gelişmenin çağdaş dönemindeki öteki devlet kurumları gibi, dar anlamda, yönetici sınıfın gücünden kendilerinin görece özerkliğine dayanır. Bu özerklik yayın ilkelerinde (nesnellik, yansızlık gibi) kutsallaştırılır; bunlar yansızlığının gerçekleştirildiği pratiklerdir. Örneğin, denge kavramı iki yanlı diyalogun daima olacağını ve böylece izleyiciye daima birden fazla durum tanımının varlığını garanti eder. Kitle iletişim araçlarının ideolojik işlemesi, rutin ve düzenli olarak, egemen ideoloji içindeki temel pozisyonlardan birini ya da ötekini desteklemek için söylemi yıkmaya dayanmaz. Bunun yerine, pozisyonların içinde oynadığı ve üzerinde rekabet ettiği kurulmuş ideolojik alanın desteğine dayanır.

Kitle iletişim araçları kapitalist toplumlarda egemen ideolojilerin söylemleri içinde "dünyayı tasnif etme" ideolojik çalışmasını sürekli olarak yerine getirir. Bu ne basit, ne de bilinçli bir iştir. Egemen alanı oluşturan farklı ideolojiler arasında içsel çelişkiler vardır, hatta bunlar egemenlik için yarışır ve mücadele ederler. Böylece, kitle iletişim araçlarının işlerini, çelişkileri de üretmeden kaçınarak yapabilmesi olanaksızdır: Bu araçlar karşı etkinlikte bulunan yönelimlerin olduğu ortamda çalışır (Gramsci'nin istikrarsız denge görüşü). Bu durumda, kitle iletişim araçlarının bir toplumun ideolojik alanını ve aynı zamanda toplumun egemenlik yapısını da üretecek şekilde yeniden-üretme yöneliminden söz edebiliriz.

Eleştirel Kültürel İncelemelerin Eleştirisi

Raymond Williams'a göre (1983) iletişim araçlarının keşfi sınıf çıkarlarından üstün olan "bir ortak anlamın" keşfidir. İşçi sınıfı "ortak kültüre" katkıda bulunarak toplumun gelişmesine yardım eder. Bu tanımlama kültürü sınıf egemenliğindeki rolünden yoksun eder ve böylece sınıflar içi ve sınıflar arası çıkar çatışmalarını bertaraf eder. Ortak değerler sadece ideoloji, bilinç ve pratikte bir anlama sahiptir. Williams kültür ile sınıf egemenliği, sınıf oluşumu ve meşruluk arasında gerçek bir ilişki kurmaz. Williams, daha önce sözünü ettiğimiz gibi, son çalışmalarında, ilk çalışmalarının eksikliklerini tanımış ve bu bağın zorunluluğunu vurgulamıştır. Fakat, Swingwood'a göre (1977) Williams ne bir toplumsal düzen ve meşruluk kuramı, ne de kapitalist kültür ve egemenlik problemleriyle ilgili sorular ortaya atmasını mümkün kılacak bir analiz metoduna sahiptir. Swingwood'a göre (1977), İngiliz kültürel incelemelerinin yönelimi kültürü dar toplumsal terimler içinde tanımlama yönünde olmuştur. Bu tür tanımlamayla işçi sınıfı kültürü ekonomik ve siyasal örgütlerden bağımsız, kendi içine yönelik, kendi içinde kapalı ve kendi kendine yeterli cemaatlerin kültürü olur. Bu cemaatler örgütlerde ve pratiklerinde kendi farklı değerlerini çıkartan, kapitalizm içinde pasif bölgelerdir. Swingwood bunu işçi sınıfının idealistleştirilmesi olarak tanımlar: Farklı bir işçi sınıfı kültüründen, işçi sınıfı değerleri ve örgütleri yoluyla yükselmiş ve muhafaza edilen bir popüler kültür hakkında konuşmak hangi bakımdan mümkündür? Hoggart en son yazılarında kültürel sınıfsızlığın geliştiğini belirtir ve örneğin "Woman" dergisinin İngiltere'nin "sınıfsız dergisi" olarak tanımlar. Hoggart işçi sınıfı kültürünü birbirine sıkıca kenetlenmiş yerel şehir kültürü olarak niteler ve bu kültürün umutları ve yaşamdan bekledikleri işçi sınıfı kadın dergileri tarafından yansıtılır. Benzer düşünü tarzını "ya kardeşim, sporda da sınıftan bahsedilir mi, herkes futbol müptelası, zengin fakir fark etmez" diyen "sağ duyu" sahibinde de görürüz. Herkes seyirci olunca nasıl olurda sınıf falan deyip saçmalanır? Bu, kitlelerin milli gelirin ve servetin bölüşülmesinde seyirci kalmasına benzer: Herkes katılıyor üretime, ama üründen sağlanan materyal ve bu materyalin beraberinde getirdiği materyal-olmayan faydalar

nedense küçük bir azınlığın elinde toplanıyor. Ekonomik birikimin bir fonksiyonu dünyada kitlelerin sefilliğinin sürdürülmesidir. Süper yıldızın eşini, takımın yöneticisinin, reklam veren Saatchi-Saatchi'nin, ekonomik sorunları çözemeyen siyasi liderin, "nasıl yapar da izleyici sayısını artırırım" diye düşünen pazarlama profesyonellerinin, araştırmacıların, futbol hastalarının ve diğer bütün kitlelerin seyirlerinin amacı ve neticesi aynı değildir. [89]

İşçi sınıfı kültürü adetler ve hayal-mahsulleri/efsaneler/mitler, batıl inançlar, alınyazısı ve kadercilik, yakın aile ilişkisi, bugünü yaşayıp "yarına Allah kerim" diyen karakterini taşır. Hoggart bu kültürün İngilizlerin kendi ve Amerika'dan gelen şiddet, seks, sadizmle dolu "sınıfsız dergilerle" yıkılmakta olduğunu vurgular. Hoggart'ın kültüre yaklaşımı "seçici" ve kuramsal bakımdan da toyca ve empresyonisttir. Popüler bilincin oluşmasında veya işçi sınıfı cemaatiyle kapitalist iş bölümü arasındaki ilişkide ideolojinin rolünün farkında değildir. Alışkanlıklar, adetler ve gelenekler yoluyla alt sınıf yapısındaki aldığı yeri doğal ve kaçınılmaz olarak kabul eder.

Hoggart'da ve benzeri kültürelcilerde, kültürü "yapış biçimi, yapış pratiği (praxis)" olarak alma ortadan kalkar; onun yerini "hayat-olduğu-gibi" vurgulamasından çıkarılan "karmaşık anlamlar" ve yaşanan düzene pragmatik adaptasyon alır. Örneğin kadın dergilerini herkesin alıp okuması ne o dergiyi "sınıfsız" yapar, ne de o derginin sunduğu kültür işçilerin kültürü olur. Kapitalist basının bu tür ürünleri, kullanılan karakterler işçi sınıfından olsa bile, işçi sınıfının değerlerini değil, burjuva değerleri yansıtır. Bu dergilerde, işçi sınıfının sorunlarıyla asla ilgilenilmez; işsizlik lafı bile edilmez; işçi sendikaları ve sınıf siyasetinden bahsedilmez; sermaye ve emek arasında çıkar çatışması tanınmaz; talihliler güzeldir, zengindir; bir şeyin yoksa, güzel değilsen, işin yoksa, talihsizliğindendir; işsizsen muhakkak tembelliğindendir.

İdealist felsefeye karşı Marksist tarihsel ve diyalektik materyalist felsefeyi seçerek 1960'larda işe başlayan eleştirel kültürel incelemeler kısa bir süre sonra artan bir şekilde Marksist yaklaşımı "ekonomik indirgemecilik" olarak niteleyiler ve Fransız göstergebilimciler ve

---

[89] *Sporla ilgili ayrıntı için bknz: Alemdar ve Erdoğan, 2005.*

dilbilimcilerin etkisiyle insan gerçeğini insanın ürettiği "metinlerde" aramaya başladılar. Canlı insanın canlı ilişkileri hiç kimsenin doğru dürüst tanımlayamadığı "discourse" denen mekaniksel "söylem" sürecine indirgendi. Siyasal ekonomi ve kültürel incelemeler birbirinden koptu ve uzlaşma arayışları bile uzlaşmaz bir duruma geldi. Kültürel incelemeler siyasal ekonomik bağlam ve konumlandırmayı kuramsal çerçevelerinin dışında tuttular ve kendilerini Marksist tarihsel ve diyalektik materyalist kuramsal çerçeve dışına yerleştirdiler. Buna karşı siyasal ekonomi yaklaşımcıları kültürel incelemeleri bağlam dışı, bağlamdan yoksun, tarihsiz öznel ve faydasız çabalar olarak niteledi. Örneğin Garnham'a göre (1995a ve 1995b) kültürel incelemeler emtialaştırılmış kültürel üretim, dağıtım ve tüketim devrelerinden ve kurumlarından geçerek yapısal olarak belirlenmiş yollar içinde sembolik ve materyal kaynakların nasıl sağlandığını görmezlikten gelmiş ve Marksizm ve siyasal ekonomi köklerini reddetmişlerdir. Kişilerin "siyasal olarak özgürleştiren metinlerden" ve "karşıt okumalardan" geçerek kişisel kimlikler kurması ve televizyon durum komedilerinden ve dizilerden geçerek kapitalizme karşıtlık oluşturması, Garnham'ın da haklı olarak belirttiği gibi, apaçık saçmalıktır. İnsan metinlerle ve metinlerden geçerek yaşamıyor. Metinlerle ve metinlerden geçerek karın doyuranlar ve karşıtlık üretenler için bu belli ölçüde doğru olabilir. Metini anlama ve anlamlandırma belli örgütlü yer ve zamanda egemenlik ve mücadele ilişkileri ve fiziksel ve sosyal olarak varlığını sürdürebilme koşullarıyla bağlam kurmayı gerektirir. Metini okuma sorunsalından önce, metini üreten, dağıtan, tüketen, okuyan ve inceleyen "beyne, düşünceye" değil, o beyni ve düşünceyi taşıyan insanın günlük kendini fiziksel ve sosyal olarak üretmesindeki biçimlere ve ilişkilere bakmak gerekir. İşte ancak o zaman gerçek anlamıyla, ana akımların ele aldığı 'etkinin" doğasının neden öyle olduğunu ve kültürel incelemelerde "okumaların" neden öyle yapıldığını daha doğru anlayabiliriz.

BÖLÜM XVI

ÜRETİM VE KÜLTÜR BAĞI

ALT VE ÜSTYAPI
ELEŞTİRİLER
SENTEZ ÇABALARI

Kaleye gol girer ve hakem "olduğu gibi karar veririm" der.
Kaleye gol girer ve hakem "gördüğüm gibi karar veririm" der.
Kaleye gol girer ve hakem "gol demezsem hiç bir anlamı yok" der.[90]

KÜLTÜREL ÜST YAPININ ANLAMI

Marks'a göre, her üretim biçimine karşılık gelen toplumsal ve kültürel üstyapı da tarihsel bakımdan özeldir. İnsan tarihindeki her temel üretim biçimi, bugüne kadar, bazılarının emeğinin başkaları tarafından sömürülmesine dayanmıştır. Dolayısıyla ne kadar karmaşık, gelişmiş ve verimli olursa olsun, üretim biçimleri düşmanca çelişki üzerine kurulmuştur. Fakat bu çelişkinin kurumsallaştırıldığı toplumsal biçimler, açıklandığı kuramsal yasalar ve düşmanlığın yaşandığı bilinç biçimleri, her toplumsal yapıda mutlaka kendine özel biçimlerde gerçekleşir.

Marks ve Engels'in çalışmalarının çoğu kapitalist üretim biçimini yöneten, tarihsel bakımdan belli yasalar ve yönelimlerin incelenmesine ayrılmıştır. Marks her üretim biçiminin aslında var olan çelişkilerin üstesinden gelme ile bir üst düzeye itildiğini ve bu sefer düşmanlıkların daha ileri düzeyde üretildiğini belirtir.

Kültür, bizi belli tarihsel koşullar altındaki toplumsal varlık tarafından yaratılan düzenlemelere götürür. Eğer "toplumsal" terimi herhangi bir toplumsal oluşumda insanların gönül rızasıyla girdiği ilişkilerin "içeriği" ise, o halde, "kültür" bu ilişkilerin yarattığı şekilleri ifade eder. Kapitalist üretim biçiminde değerin aldığı biçimler üzerinde büyük ölçüde duran Marks, bu terimi kültürelcilerin kullandığı

---

[90] *Doğru yorumlamak için hakemi ve oyunu güç yapılar, kuralları ve ilişkileri içinde ele almamız gerekir.*

anlamdan farklı olarak kullanır. Marks ve Engels kültür ve kültürün akrabalarını (dil gibi) basitçe ve tanıtımsal anlamda nadiren kullanırlar. Bunun yerine daha dinamik ve gelişmeci bir şekilde kesin bir maddi ya da üretim gücünden söz ederler. Marks dili insanın doğayı denetleme bilgisinin geliştirildiği, saklandığı, yayıldığı ve uygulandığı ana "aracı" olarak ele alır. Dili öteki insanlarla ilişki gereksiniminden yükselip gelen bir "pratik bilinç biçimi" olarak niteler. Kapital'de, bu birikmiş bilginin iş ve işçilerin becerilerinde nasıl kamulaştırıldığını ve çağdaş endüstriye daha da ilerlemesi için farklı bir üretici güç olarak nasıl uygulandığını ve sermayenin hizmetine nasıl sokulduğunu anlatır. Burada kültür, işgücünün araçları ve pratiğinde, kuşaktan kuşağa geçen işaretler, düşünce, bilgi ve dilde gerçekleşen insanın doğası üzerine gücünün biriken büyümesidir.

Marks Alman İdeolojisi'nde tarihin insanlığın bilincinin toplamı olarak okunamayacağında ısrar eder. Düşünceler, kavramlar vs. beyinden çıkar, fakat materyal pratikler bakımından açıklanmaları gerekir. Bu görüş, kültür, bilgi ve dilin toplumsal ve maddi yaşamda temellendiği, bu yaşamdan bağımsız ve özerk olmadığı önerisine tamamen uygundur. Bununla birlikte, genel olarak, Marks Alman İdeolojisi'nde maddi gereksinimlerin doğrudan ve apaçık bir biçimde düşünce ve dil alanlarında yansıtıldığını görür. Düşünce ve dil onları oluşturan temellerin değişimine uygun olarak değişir. Toplumsal düzen görece özerk uygulamalar seti olarak değil, anlamlı bir bütün olarak düşünülür. Bu anlamlı bütünlükte saptayıcı temelin gereksinimleri ya da yönelimleri öteki düzeylerde birbirine benzer bir şekilde araya girer. Her şey gerçek, aktif insandan ve bu insanların gerçek aktif yaşam süreçlerinden, kendilerinin isteklerinden bağımsız belli maddi sınırlar, varsayımlar ve koşullar altındaki insanın tarihsel "yapışından" çıkar.

ALT VE ÜSTYAPI: KURULAN YANLIŞ BAĞ

1970 ve 80'lerde Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımlar arasındaki en yaygın kuramsal tartışma ideoloji (ve kültür) ile ekonomik taban ilişkisi üzerine olmuştur. Bu da ekonomik tabanı ele almama ve göz ardı etme tartışmalarından, ekonomik tabanın "emniyetsizliği," yani yansımanın güvensizliği ve ekonomik altyapı ile

ideolojik üst yapı arasında doğrudan uyum içinde bir ilişki olmadığı gibi tartışmalara neden olmuştur. Sonuç çoğunlukla kültürel incelemelerde Marks'ın yönteminden uzaklaşma biçiminde olmuştur.

Marks gazetecilikte aktifti, fakat basının kapitalist toplumlardaki rolünün ayrıntılı bir biçimde incelenmesini yapmaya hiçbir zaman fırsat bulamadı. Toplumsal bilginin üretim ve dağıtımı hakkında dağınık bir şekilde olan çalışmalarında Marks bu tür çözümlemenin uğraşması gerekli kısımlarını saptadı ve genel bir yaklaşımın ana hatlarını çizdi. Bu ana hatların en çok bilineni Engels ile yazdığı *Alman İdeolojisi*'ndeki maddi üretim araçlarına sahip olan sınıf ve zihinsel üretim ve dağıtım hakkındaki görüşüdür.

Murdock ve Golding'e göre (1977:15), Marks'ın bu görüşü üç önemli öneri içerir: (a) Düşüncelerin üretimi ve dağıtımı üzerindeki denetim üretim araçlarının kapitalist sahiplerinin elinde toplandığı; (b) bu denetimin sonucu olarak kapitalistlerin düşüncelerinin ve dünya görüşlerinin sürekli tekrarlanan reklamının yapıldığı ve alt grupların düşüncelerine egemen olduğu; (c) bu ideolojik egemenliğin sınıf eşitsizliklerini korumada esas rolü oynadığı. Bu üç önerinin her biri deneysel araştırma için gerekli ciddi sorular getirir: Örneğin (1) Kapitalist sınıf ve iletişim yatırımcıları arasındaki bağlar hakkında; (2) iletişim endüstrileri içindeki sahiplik ve denetim arasındaki ilişkiler hakkında; (3) egemen ideolojinin kültürel mallara çevrimlenmesi süreçleri hakkında; (4) iletiyi alma ve içeriğini kabulün dinamikleri (5) ve alt grup üyelerinin egemen düşünceleri kendi düşünceleri olarak benimsemesinin derecesi hakkında olan sorular.

Marks'ın entelektüel yaşamında üretim biçimi üzerindeki çalışmaları ön sırayı alınca bu sorularla uğraşma ikinci planda kaldı. Marks gerçi bu sorularla ayrıntılı olarak uğraşmadı, fakat belirli zamanlarda ekonomi ve kültür arasındaki genel ilişkilere döndü. Bunlardan en önemlisi "*Contribution to the Critique of Political Economy*" yazısında yer alır. Marks burada Alman İdeolojisi'nde belirttiği zihinsel üretim ve dağıtım üzerindeki sınıf denetimi sisteminin kendisinin kapitalist üretim biçiminin temel dinamiğinde yattığını ve koşullandığını belirtir. Dolayısıyla kültürel üretimin yeterli bir çözümlemesi, sadece denetimin sınıf temelinin çözümlemesini değil,

aynı zamanda bu denetimin uygulandığı genel ekonomik koşulların çözümlemesini gerektirdiğini açıklamaktadır. Marks'ın bu açıklaması şaşkınlık yaratmış ve yanlış anlamalara uğratılmıştır.

Birinci yanlış anlama, Marks'ın entelektüel ve kültürel yaşamın ekonomik ilişkiler tarafından "saptandığı" düşüncesi etrafında döner. Marksizmi eleştirenler bunu ekonomik belirleyicilik diye sunmuşlardır: insanların düşünceleri ve etkinlikleri tümüyle kendi denetimlerinin ötesinde ekonomik güçler tarafından belirlenir. Bu yorum Marks'ın temel pozisyonunu kasıtlı olarak veya bilmeden hatalı olarak sunmaktır. Marks, "saptama" ve "koşullandırma" kavramlarını bu tür dar anlamda kullanmaz. Fakat daha geniş anlamda sınırların belirlenmesi, çerçevelerin çizilmesi ve baskı kullanma anlamlarında kullanır. Ayrıca, Marks insanı koşulların kurbanı olarak asla kabul etmez. Aksine insan kendi tarihini kendi yapar; fakat bunu kendini içinde bulduğu koşullardan bağımsız olarak yapmaz: İnsanın tarihsel yapısı tarihin koşullarından gelen ve bu koşullara bir tepkidir.

İkinci yanlış anlama, Marks'ın ekonomik ilişkileri "gerçek temel" ve kültürel ve entelektüel yaşamı bu temel üzerine kurulmuş "üstyapı" olarak nitelemesiyle ilgilidir. Bazıları Marks'ın sözünü sözlük anlamıyla alıp statik ve değişmeyen bir şey anlamına dönüştürmüşlerdir. Bu yorum, Marks'ın kapitalizmi hala gelişme sürecinde olan dinamik bir sistem olarak sunduğu gerçeğini görmezlikten gelir. Marks için sadece kapitalizmin genel özelliklerini çizmek yeterli değildi. Bu özelliklerin somut tarihsel koşullara yanıt olarak nasıl geliştiği ve değiştiğini göstermek de gerekliydi. Marks'a göre maddi üretim kendi özel tarihsel biçimi içinde anlaşılmadıkça, bu maddi üretime karşılık olan entelektüel üretimin (kültürün, ideolojinin ve bilincin) niteliğini kavramak olanaksızdır (Murdock ve Golding, 1977: 17).

Üçüncü yanlış anlama, araştırmalardaki birçok çözümlemenin Marks tarafından önerilen yaklaşımı ortadan kaldırdığı ve hatta tersine çevirdiği iddiasında yatar. Bu tür yaklaşımlar kültürel yapıların biçim ve içeriğini incelemeyle başlarlar. İncelemeye ekonomik ilişkilerin somut çözümlemesinden ve bu ilişkilerin kültürel üretim sürecini ve sonuçlarını inşa etme yollarından başlamazlar. Ardından, eğer üretim biçimi ve ilişkileri bağını reddetmedilerse, bazen kültürelin ekonomik

temelini tasvir etmek için geriye doğru giderler. Bunun belirgin sonucu olarak, kültürel biçimlerin oldukça ayrıntılı bir anatomisi çizilir ve bu biçimleri şekillendiren ekonomik güçlerin şematik bir tarifi üzerinde güvensiz bir şekilde dengelendiği "üstyapıda ağırlık veren" bir çözümleme sunulur. Kültürel çözümlemenin böyle gelişmesinin tarihsel nedenleri vardır: İddiaya göre, Marks çalışmalarında kapitalist toplumun altında yatan dinamiklerin yalnızca sosyolojik değil, aynı zamanda bu toplumun ahlaki bir eleştirisini yapar. Bunun sonucu olarak Marksizm bir yandan "pozitivist bir sosyoloji", öte yandan "eleştirel felsefe" denen düşünü ortaya çıkarır. Murdock, Golding, Bottomore, Ruben ve Fromm gibilerinin ahlak ve komünizm konusuyla ilgili bu tür yorumu bir bakıma Marksist bilim anlayışa uygun değildir: Marks toplumu incelemede konunun ahlak ile ilgili olmadığını özellikle Fuerbach'ı eleştirisinde açıkça belirtmiştir. Marks sorunu ahlak sorunu olarak görmenin yanlış yola sevk edici olduğunu söyler. Elbette, Marks hem ontolojik hem de aksiyolojik açıklamalar yapmıştır. Fakat bunu idealist felsefenin eleştirisi bağlamında ele almıştır. Elbette Marks'ın insan için düşündüğü daha iyi ve daha insancıl olandır. Dolayısıyla, etik daima önemli bir konudur. Fakat Marks yöntem ve incelemelerini düşünselden hareket eden bir epistemolojik, ontolojik ve aksiolojik yapı üzerine kurmamıştır.

Marksist (veya Marksist olarak nitelenen) kültürel yaklaşımlar ile materyal üretim biçimine eğilen yaklaşım arasındaki dengesizlik kültürel çözümleme yapanların hepsinde çeşitli ölçülerde görülür. Örneğin, Adorno, müzikle ilgilenerek kültürel üretim yerine estetik biçimlere ilgi gösterdi. Adorno popüler müziği ve özellikle caz müziğini kapitalist üretimin, artistik anlatıma kabul ettirdiği standartlaştırma, ticarileşme ve katılaştırmaya mükemmel bir örnek olarak gördü: Adorno'ya göre bu standartlaşma dinleyici halkın devam eden egemenliğinin ve koşullandırılmış reflekslerinin güçlendirilmesi demektir. Adorno'nun kültürel egemenliğin "kültür endüstrisinin" ekonomik dinamiğinde yattığında ısrar etmesi, herhangi bir Marksist inceleme için zorunlu bir başlangıç noktasıdır. Fakat sadece bir başlangıç noktası, o kadar. Kültür endüstrisinin de parçası olduğu kapitalist üretim biçiminin, egemen ideolojiye uygun kültürel biçimlerin

üretimini getireceğini öne sürmek yeterli değildir. Bu üretim sürecinin gerçekte nasıl işlediğini, üretim biçimi ve ilişkilerinin kültürel yatırımcıların genel stratejilerini nasıl belirlediğini ve kültür ürünlerini emeğiyle üretenlerin (örneğin yazarlar, aktörler, gazeteciler ve sanatçıların) somut etkinliklerini nasıl inşa ettiğini ayrıntılı biçimde araştırmak zorunludur. Adorno, Lazarsfeld'in radyo araştırması projesinde çalıştığı zaman üretimin deneysel incelemesini de yapmaktan kaçındı. Gerçekte bu tür çalışmayı fazlalık olarak gördü. Ona göre "endüstrinin ana yapıları" "ürettiği kültürel mallarda yeniden-üretildiği için" bu biçimlerin eleştirel analizinden yeterli biçimde çıkartılabilirler ve ayrıca incelenmelerine gerek yoktur. Bu nedenle, maddi üretimin somut incelenmesi yapılmaz, kapitalizmin ana özelliklerinin oldukça genel ve şematik bir eleştirisi sunulur. Bu anlatım doğrudur, fakat Amerikan kültür endüstrisinin gerçekte nasıl çalıştığını açıklayacak kadar ayrıntıya sahip değildir. Benzer sorun, örneğin Raymond Williams ve Stuart Hall'un incelemelerinde de görülür: Bu aydınların yaklaşımlarında kültürel biçimlerin ayrıntılı çözümlemesi, bu biçimlerin üretildiği ekonomik temelin gelişmemiş bir çözümlemesi üzerine oturtulur. Örneğin, Hall'a göre, televizyonun içeriği egemen koşulları ve biçimi iletmek, desteklemek ve alternatifleri dışlamaya yarar. Bu oldukça doğru bir saptama olabilir, fakat, Murdock ve Golding'e göre, bu ideolojik yeniden-üretim süreci, bu sürecin içinde yer aldığı ekonomik durumun ve bu durumun kullandığı baskılar ve saptamaların bir çözümlemesi yapılmadan anlaşılamaz. Kaynak kullanımı, örgütlenme biçimleri ve ilişkileri, kayıp ve kazanç soruları üretim süreçleri ve tv ürünlerinin inşasında merkezi bir rol oynarlar.

Yukarıdaki yorumlardan anlaşılacağı gibi, Marksizm kültür ve iletişimin sosyolojik incelemesi için bir çerçevesidir. Fakat bunu çerçeveyi ele alırken, örneğin entelektüel üretim veya bilincin üretimi üzerinde dururken, materyal olan ve düşünsel olan arasındaki, karmaşık bağlara dikkat edilmesi gerekir. Bu bağların değeri düşürülür; gelişmemiş olarak bırakılır veya "ekonomik indirgemecilik" uydurusuyla ortadan kaldırılırsa, Marksizmin kuramsal gücü ve açıklayıcılığı buharlaşıp uçar gider. Örneğin, kitle iletişim araçlarının burjuva ideolojisiyle dolu olduğunu söylemek araştırma için sorular

ortaya atmaktır. Bu sorularla ilgili bilgi ve enformasyonu toplamak için, örneğin egemenliğin kitle iletişimi personelinin somut etkinliklerinden ve tüketicilerin yorumlama işlemlerinden geçerek gerçekte nasıl yeniden üretildiğini incelemek gerektirir. Bu girişim, üretim ve tüketimin toplumsal koşullarına ve sınıflı toplumların merkezi örgütlerine ve süreçlerine ilişkilerinin, ayrıntılı ve doğrudan incelenmesini gerektirir. Ne kadar gelişmiş olursa olsun, kültürel metinlerden anlam çıkarmalar bunun yerini alamaz (Murdock ve Golding,1978: 350).

SİYASAL EKONOMİ VE KÜLTÜR SENTEZİ

Kültürel incelemelerin 1970'lerden başlayarak Marksist çerçeveden giderek kopuşu hem ciddi çekişmeler ve tartışmaları hem de uzlaşma çabalarını beraberinde getirdi. Fakat kültürel incelemelerin Marksizmin temel çerçevesini reddetmesi yönündeki değişimle birlikte, uzlaşmacı yaklaşımların çoğu ağır eleştirilere dönüştü. Dan Schiller gibi bazıları hala kültürel incelemeler ve siyasal ekonomi bağını kopartmama üzerinde ısrar etmektedir. Dan Schiller için bunun nedenlerinden biri "kültürel emperyalizm" teziyle gelen ve kültürel emperyalizmi üretim biçimi ve ilişkileriyle ayrıntılı bir şekilde bağlayan babası olabilir. Önce toleranslı olan ve ardından çok ağır biçimde eleştirel yapan aydınlardan biri de Nicholas Garnham'dır. Garnham kültürel faktör ile ekonomik yapı arasındaki ilişkinin kurulması gerekliliği ve bu ilişkinin kurulmasının "kültürel materyalizm" ile olabileceğini belirtir. Garnham'a göre (1983 ve 1979a) toplumsal ve tarihsel olmayan kuramların tuzağından kaçınmak için, kitle iletişim araçları incelemeleri tarihsel maddecilik geleneğiyle bağlarını yeniden kurmalıdır. Ulus kurma, kalkınma ve modernleşme düşüncesi, post-endüstriyel düşünce, tarihin sonu düşüncesi, dilin dışında gerçek olmadığı, üst-yapının, kültürün ve düşüncelerin toplumda belirleyici rol oynadığı düşüncesi kapitalist ekonomik ve siyasal pazar için oldukça görevseldir.

Kapitalizmin günümüzde derinleşen bunalımlarından kaçma çabalarında çeşitli yeni toplumsal simgesel ilişki biçimlerinin gelişmesi ve geliştirilmesi gereği çok daha önem kazanır. Bu yönde inceleme üreterek bu gelişmeleri meşrulaştırma yönünde baskı daha da ağırlaşır: Batıda bu baskı yüksek öğrenim bütçesinin kısıtlanması ile

belirginleşir. Bu durumlara karşı gelmek için, iletişim alanının göz kamaştırıcılığının getirdiği akademik emperyalizm teşvikine karşı direnmek gerekir. Bunun için de Alman aydını Oskar Negte'nin dediği hatırlanmalıdır: Eğer kitle iletişimi araçlarını anlamak istiyorsak, kitle iletişim araçlarına bakmamalıyız. İletişim bir incelerne alanıdır, kültürel incelemeler yanında ve bize özellikle sosyoloji, tarih ve ekonomi gibi toplumsal bilimlerin yeniden bütünleşmesi şansını verir. Yani kitle iletişimi sosyoloji, tarih ve ekonomi bağlamları içinde ele alınmalıdır.

Kültürel yaklaşımlar "ekonomizmi" (=ekonomik yanın doğrudan saptayıcılığını) kısmen veya tümüyle reddederler. Garnham'a göre bu araştırmalar beraberlerinde materyal ve sosyal sıkıntılardan kaçan romantiklik basilini (basil mikrobunu) getirdiler; Arzuların özgür oyunu, bir yere demirlememiş referanssız/dayanaksız anlam verme dünyasına daldılar. Kültür ve kitle iletişim incelemelerinde idealizm egemendir (1990:21, 27). Bu görüş, Frankfurt okulunun orijinal ana pozisyonu olan "tekelci kapitalizmde üstyapının endüstrileştiği" görüşünü bir yana iter ve üstyapı eleştirisine eğilir.

Garnham'a göre kitle iletişim incelemeleri toplumsal bilimlerle, özellikle tarihsel maddeci gelenekle bağlarını yeniden kurmak zorundadır. Bu gelenekte, kapitalist üretimle gelen üç ana soru vardır:

1. Bunalım sorusu: maddi üretim sisteminin kendini sürdürme yolu.
2. Devrim sorusu: artı ürünün eşitsiz dağıtımını meşrulaştırma yolu.
3. Belirleyicilik sorusu: ekonomik ve ideolojik düzey arasındaki bağ ve belirleyiciliğin doğası.

Amerikan deneyci kitle iletişimi sosyolojisine alternatif Marksist model (İngiltere'de) maddeci ve hatta tarihsel maddeci görünümüne rağmen idealist yönelime oldukça benzer: İlk modelde kitle iletişimi üreticileri egemen sınıflar adına bu sınıfın ideolojisinin işçi sınıfına kabul ettirecek biçimde davranır. Bunlar oldukça basit ve ampirik gerçeklere az uyan açıklamalardır. Bu tür açıklamalardan kurtulma çabasıyla daha çok idealist yöne doğru gidildi. Bu gidiş, batı Marksizmi içindeki daha geniş bir yönelişin parçasıdır, ama İngiltere'de yeni entelektüel küçük burjuvazinin gelişmesiyle de yakından bağıntılıdır.

Garnham'a göre ideolojik formasyonlar için toplumsal koşulları anlamak ve böylece ideolojinin üreticileri ve tüketicilerinin konumlarını

açıklamak için, ideolojinin kendisine değil, yaşamın maddi koşullarına eğilmek gerekir. Garnham'ın belirttiği gibi, kültürel maddecilik simgesel ilişki süreçlerinin indirgenemez maddi belirleyicileri üzerine eğilmeyi ve kapitalist üretim biçiminin genel gelişmesi içinde tarihsel olarak bu süreçlerin mal üretimi ve değişimi alanı içine ve hangi etkilerle getirildiği yollarına bakmayı gerektirir.

Üretim ve tüketim diyalektik bir ilişki içindedir. Üretimin doğası ve yapısı ile tüketimin doğası ve yapısı karşılıklı olarak birbirini belirler. Belirleme dengesi (=hangisinin daha çok rol oynadığı), tarihsel olarak değişebilir. Pazar yaratma zorunludur ve kullanış değerlerinin yaratılması, bu değerlerin alışveriş değerine dönüşümü mücadele ve çelişkiyi içeren bir süreçtir. Dolayısıyla, hem teknik hem de ekonomik belirleyicilik reddedilmelidir.

Kapitalist kitle iletişim araçlarından basit bir şekilde söz edilemez; çünkü kapitalist ülkeler arasında farklar vardır. Herhangi bir kitle iletişimi sistemi uluslararasında ve ulus içinde belli nitelikler alır. Ekonominin yapısı ve gelişme durumu sınıflar arası ilişkilerin durumu ve egemen ve bağımlı devletlerle ilişkiler tarafından saptanır.

Araştırmacı, çözümleme amacıyla, kapitalist üretim biçimindeki kültürel malların üretim ve tüketiminin genel özelliklerini ayırt edebilir: Üretim düzeyinde, sahipliğin tekelleşmesine doğru bir yönelim vardır. Bu yönelim, her şeyin ötesinde, izleyici sayısını artırma şeklindeki yüksek verim arayışı tarafından desteklenir. Bu yönelişlerin ima ettikleri şeyleri belirtmek önemlidir. Bu denetim sorununa deneysiz ve kapitalist tertipçilik olduğu görüşüyle yaklaşma yönelimi olmuştur. Tekelcilik liberal çoğulcu düşüncelerin özgür akımı düşüncesine meydan okuma olarak görülmüştür. Marksist açıdan ideolojik üretim araçlarının egemen sınıf tarafından sıkılanan denetiminin bir başka onayı olarak da görülür. İşleyen denetleme biçimi nedir? Hem liberal çoğulcu hem de Marksist perspektife göre bu, sansür mekanizmasıdır. Gazete ya da stüdyo sahibinin çalışanlara belli ürünleri yapmalarını emretmesidir. Bu tür sansür ve tertipçiliği kanıtlayan delilleri reddetmek yanlış olur. Fakat sistem egemenliği için bu tür açık müdahaleye dayanırsa, bu sistem kolay çökebilir. Kitle iletişim araçları çalışanları arasında bu tür terimlere ideolojik bakımdan tepki gösterme

eğilimi olduğu için --gerçek denetim biçiminden dikkati çevirmeye hizmet eden bir tepki-- sahipliğin tekelleşmesinin imaları daha sistemlidir ve özellikle uluslararası işbölümü ve tüketimin sınıf yapısı ile ilişkilidir. Çünkü tekelleşmenin yarattığı tercih azalması ve kültürel özellik bakımından hem üretim, hem de tüketimin yapısı uluslararası düzeyde artmış bir güçtür.

Tüketim düzeyinde, kültürel endüstriler tüketici davranışının iki etkenle sınırlandığı bir pazarda izleyici dikkati için (=seyretmesi, okuması için) rekabete çekilir. Alış gücü ve tüketim süresi, her şeyin ötesinde, kitle iletişim araçları tüketiminin sınıf yapısını doğrudan belirler. Pazar doğrudan ve maddi bakımdan sınıf koşullarıyla şekillendiği için, "enformasyon zengin" ve "enformasyon yoksul" arasında bölünmüş iki katlı bir pazardır. Üst düzeydeki pazar, çok kaliteli stereo sistemleri, video kaydedicileri, teleks, kablo servisi ve çeşitli kitaplar, dergiler, plaklar, televizyon programları, filmler ve tiyatro ürünlerini içerir. Aşağı düzeydeki pazar, aşağı düzeyde kültürel emeğin harcandığı düşük kaliteli gittikçe homojenleşen ve uluslararası hale gelen mallardır. Bu iki katlı yapı geriye kitle iletişim araçları endüstrisindeki oligopolist denetimin doğası ile ilişkilidir. Üst kat doğrudan kar ve çoğu zaman kısmen halkın kesesinden alınmış ürün deneyimi kaynağı olarak hizmet görür. Ayrıca, bu üst kat tüketici tercihlerinin çeşitli zenginliklerini sunarak sistemin meşruluğu için bir kaynak vazifesi görür: Bu zenginliklerden kitle tüketiciler maddi sınırlamalar değil, zevk ve entelektüel yoksulluktan dolayı dışarıda bırakılır. Bu yoksulluk tüketicilerin kendileri tarafından denenir ve böylece meşrulaştırılır. Bu iki katlı biçim sömürülebilir yüksek ve popüler kültür ikilemini getirir. Bu sömürü ile "halka istediğini verme" sloganı altında ideolojik alandaki ekonomik egemenlik meşrulaştırılır.

Garnham'a göre özellikle kültür emekçilerinin ve genellikle entelektüellerin toplumsal konumu ve rolünü çözümlemede belli etkenlere aynı anda dikkat etmek gerekir:

1) Emekçilerin kapitalizm altındaki öteki emekçilere benzer yanları;

2) İşbölümündeki genel toplumsal farklılaşma nedeniyle, bu emekçilerin durumlarının belli özel nitelik gösteren yönleri;

3) Bu belli özel niteliklerin kültür emekçileri tarafından yanlış görülmesi ve öteki insanlara belli ideolojik biçimlerde yanlış sunulması yolları. (Bu ideolojik biçimler kültür üretiminin tarihsel özelliklerinden çıkar ve kültürel endüstriler içindeki üretim ilişkilerini ve bu emekçi endüstrilerle geniş toplumsal düzen arasındaki ilişkileri etkiler). Kapitalist üretimin her alanında potansiyel olarak, çoğu kez gerçekte, emek ve sermaye arasında, kullanılan emeğin niceliği ve niteliği düzeyi, yani sömürü ve yabancılaşma düzeyi üzerindeki mücadelenin bir parçası olarak, emek sürecini kontrolle ilgili bir mücadele vardır. Bu mücadelenin kültürel ürüne veya kültürel tüketimin yapısına etkisi her durumda ayrıca incelenmelidir.

Kitle iletişim incelemelerine idealist yaklaşım, incelediği konunun doğası tarafından kısmen açıklanabilir. Kitle iletişim araçları öteki toplumsal etkinliklerden farklıdır. Örneğin BBC enformasyon, eğitim ve eğlence olarak tanımladığı ideolojik biçimleri yayma göreviyle diğer toplumsal etkinliklerden ayrılır. İdealist yönelim, aynı zamanda, entelektüellerin doğası ile de kısmen açıklanabilir. Entelektüeller kendi ekonomik işlevlerini ve toplumsal statülerini, düşünsel emeğin kullanılışına borçludur. Bu entelektüeller kendi toplumsal varlıklarının koşullarını, maddi köklerini, klasik ideolojik hareket içinde, yanlış görerek savunmaya yönelirler. Bunu da, görece özerkliklerini, simgesel dünyanın özerkliğini ve önemini iddia ederek yaparlar.[91]

1990'lar ve 2000'lerde kitle iletişim kuramında yeni "gelişmeler" oldu. Neo-Marksist yaklaşımlarda İngiliz siyasal ekonomistlerin bazıları, kültürel yaklaşımla denge kurulmasını sağlamak için kültürel yanı eklediler. Golding ve Murdock'a göre, (1992:15-18) kültürel incelemelerle iletişimin siyasal ekonomisi birbirine çakışırlar. Her ikisi de genel olarak Marksist toplum görüşüne dayanır; ikisinin de ana

---

[91] *Türkiye gibi ülkelerde bunu en az şu nedenlerden biriyle yaparlar: (a) sınıfsal aitlik; (b) küçük burjuva olmaları ve piyasada daha fazla para kazanmak için yırtınırken bu yırtınmanın ideolojisini üretmek gereksinimi; (c) Modacı bilinç ve pratiklerle yaşamlarını düzenledikleri için, bu nodacılığı entelektüel alana taşıyarak kültürel incelemeler ve post-modern söylemlerle "çağdaş kimliği" elde etme gereği; (d) bilinçlice yanlış nedensellik bağı kurma veya bilinçsizce yanlış nedensellik bağları kurma.*

ilgisi güç kullanımı ve yapısı üzerinedir; eleştirel siyasal ekonomi, egemen anayol yaklaşımından 4 bakımdan farklıdır: (a) Tümseldir, yani parçaların birbirine bağımlılığına ve tüme önem verir. (b) Tarihseldir. (c) Kapitalist girişim ve kamu ekonomisi arasındaki ilişkiyle ilgilenir; ve hepsinden önemlisi, (d) tekniksel konu ve sorun ötesine giderek adalet, hak ve kamu iyiliğiyle moral sorular üzerinde durur. Siyasal ekonomi özellikle iletişim faaliyetinin, materyal ve sembolik kaynakların eşit olmayan dağılımı tarafından yapısallaştırılması yolları üzerine eğilir.

Araştırmayla ilgili olarak iki konuya dikkat etmek gerekir: Birincisi, gevşek biçimde birbirine bağlı, küçük, ekonomik bakımdan kendi kendine yeterli toplumlara karşıt olarak, önce ulusal, sonra dünya ekonomisinin yaratılması, yani feodalizmin çöküşü, kapitalizmin ve emperyalizmin çıkıp yayılması ve büyük ölçüde artmış ve artmaya devam eden işbölümü tarafından belirginleştirilen bir toplumsal biçim (=kapitalist toplum yapısı) kendi etkinliklerini, özellikle maddi üretimini nasıl düzenliyor? Sonra bu etkinlikleri kuşaktan kuşağa nasıl sürdürüyor? Daha açıkçası, toplumsal yaşamı ve devamlılığı sağlamak için gerekli ticari karışımını üretmede tam zamanında, gerekli olan yerde gerekli tipteki gerekli sayıdaki üreticiler, sadece bugün değil, örneğin 20 yıllık bir sürede nasıl garantileniyor? İkinci soru, incelemecinin siyasal konumuna bağlıdır ve iki biçimde sorulabilir: (1) Ekonomik üretim sürecinden çıkan artı ürünlerin dağıtımındaki eşitsizliklere, merkezi ahlak ve siyasal otorite kaynaklarının görünür çöküşüne ve egemen sınıfın apaçık fiziksel baskı kullanmasındaki gerilemeye rağmen, nasıl oluyor da, tam bir anlaşma olmasa da, toplumsal üretim ve yeniden-üretim yürütülüyor? (2) Sınıf çatışmasından doğacak toplumsal çöküşten nasıl kaçılabiliyor? (Garnham, 1979a; 1983).

Medya konusuna gelince, incelemelerin ilk ana sorusu "neyi, nasıl ve ne için incelemeliyiz" sorusudur. Buna bağlı olarak, medya ve kültür politikalarıyla ilgili tartışmalar gelir: Bu alanda, ilgi medyanın, kültürel kurumların ve pratiklerin toplumda oynadığı roller üzerinde toplanır. Bu tartışma ve incelemeler, uygun karışma biçimleri ve politikalarıyla iç içe sürer (Garnham, 1990a).

BÖLÜM XVII

ULUSLARARASI BAĞLAMDA KİTLE İLETİŞİMİ

MODERNLEŞME VE YENİLİKLERİN YAYILMASI BAĞIMLILIK VE EMPERYALİZM

Kitle iletişimiyle ilgili yaklaşımlar uluslararası konuma da taşınmıştır. Uluslararası bağlamda kitle iletişimi yaklaşımları temel olarak iki grup içinde toplanabilir. Birinci grup yaklaşımlar Batı tipi modernleşme ve kalkınma modeli üzerine kurulmuştur. Bu tür yaklaşımların temel varsayımına göre eski koloniler ve Türkiye gibi ülkeler ulusal kimlik kazanma, ulus kurma, kendi kendine yeterlilik, siyasal düzen ve ekonomik kalkınma yoluyla, dış yardımlar, bilgi ve teknoloji transferiyle doğal olarak gelişeceklerdi. Bu kalkınma modeline göre batının değerleri ve toplum yapısı dünyanın sosyal ve ekonomik örgütlenmesi için en iyi ve kaçınılmaz modeldi. Bu yaklaşımlar Rostow'un ekonomik kalkınma, Huntington, Almond, Pye ve benzerlerinin siyasal modernleşme, diğerlerinin "yayılma" "kültürel kontak" ve "kültürel gecikme" gibi modelleriyle desteklendi. Bu yaklaşımlarda globalleşme ideolojisiyle birlikte enformasyonun serbest akımı, global köy, global kent ve ardından da "karşılıklı bağımlılık" ve "kültürel çoğulculuk" yaklaşımları önem kazandı. Kültürel çoğulculuğa göre hem uluslar ve kültür karmaşık, farklı ve değişmektedir, hem de aralarındaki ilişkiler tek yönlü değildir. Bu model liberal çoğulcu kültürel incelemelerin izleyici alımlama modelleriyle desteklendi.

Kitle iletişim araçlarının uluslararası bağlamda kültür değişimindeki rolü bu yaklaşımlar tarafından çok abartılarak sunuldu: İletişim ve kitle iletişimi araçları insan ilişkilerinde ve toplum kalkınmasında bağımsız değişken olarak ele alındı. Daha kötüsü, işlevsel tanımlamaları araçların ve kullanımın nicel azlığı/çokluğu bağlamından tanımlandı. Kitle iletişimi toplum ve kültür değişiminin taşıyıcısı ajanları olarak nitelendi ve teşvik edildi. Batı tipi insan ve toplum yapısı yüceltilirken, yerel olan her şey engel olarak değerlendirildi.

Bu yaklaşımları savunanlar araç, örgüt ve ürün transferi yoluyla belli siyasal, kültürel ve ekonomik yapıların bu ülkelerde yerleşmesini isteyen propagandist, halkla ilişkilerci, soğuk savaşçı "sistem satıcılarıdır." Bu amaçla Lerner, Rogers, Pye, Schramm, Pool, McCleland, Inkeles vb kalkınma projeleri ve uygulamaları adı altından psikolojik manipülasyon teknikleri önerdiler. Bu öneriler Rostow'un kalkınma modelinin uygulama sorunlarına da çözüm sunuyordu.

İkinci grup yaklaşımlar ise Marksist ve Neo-marksist bağımlılık ve emperyalizm görüşleriyle gelenlerdir. Medya emperyalizmi ve kültürel emperyalizm tezleri bunlardan çıkartılmıştır. Kitle iletişimi ekonomik ve kültür emperyalizminin bütünleşik parçası olarak nitelenerek ele alınıp incelenmiştir. Bu tür yaklaşımlara göre, transfer edilen teknolojik araç ve ürünlerin doğal olarak ekonomik ve kültürel sonuçları olacaktır. Teknolojik araçların, örgüt yapılarının, profesyonel iş kültürünün, değerlerin ve ideolojilerin transferi, uluslararası ve ulusal sermaye ve profesyonel işbirliğiyle kitle pazarına uygun siyasal, ekonomik ve bilinç yapılarının oluşması ve desteklenmesini sağlar. Toplumsal değişim "etkili mesajların hazırlanması" yoluyla olmaz; toplumda baskıcı ilişkileri ve zenginliklerin dengesiz dağılımını besleyen yapıların değişimiyle olur. Bu yapı değişimi de, elbette "dilsel yapısal ifadenin değişimiyle" değil, üretim, dağıtım ve tüketim faaliyetlerinin değişimiyle olur.[92] Egemen kalkınma, toplum ve değişim kuramlarının temel kuramsal özellikleri ve bunların Amerikan ekonomik, siyasal ve kültürel dış politikalarıyla ve ideolojik yapısıyla bağı, egemen kuramlarda ya hiç kurulmaz ya da ideal tipi yansıtacak bir biçimde dolaylı olarak kurulur. Marksist eleştirel yaklaşımların yaptıklarından biri de bu bağı kurmak ve işlemek olmuştur.

---

[92] *Burada dilsel yapının değişmesinden, dilin ve vücudun kullanılmasından bahsetmiyoruz. Yumuşak, demokratik ve en uygun kelimeler kullanarak konuşmak, bir iletişim stratejisi olsun veya olmasın, materyal ve materyal olmayan üretimi biçimlendiremez veya biçimini değiştiremez. İlişkide bu etkinin doğasını belirleyen dil (örneğin Başbakan Erdoğan'ın giydiği elbisenin rengi) değil, ilişkideki amaç, tarih, beklentiler ve çıkarların oluşturduğu dinamik fakat, herhangi bir şiddetli kırılma olmadıkça, kısa dönem değişime oldukça kapalı bir yapıdır.*

BATI TİPİ MODERNLEŞME, KÜLTÜR VE MEDYA

19. yüzyılın kültürel evrimcileri insanın basit, ahlakdışı vahşilikten ve yabanilikten medeni bir duruma yükseldiğini ileri sürdüler. Medenilik hali de endüstriyel bir toplumda ve burjuva demokrasisinde yaşama, İngiliz imparatorluğuna inanma ve İngiliz kilisesine ait olma olarak nitelendi. Bütün insanlığın bu tür bir medeniyete doğru ilerleyeceği savına inanıldı. Bu görüşün önde gelen savunucuları arasında İngiliz antropologu E. B. Tylor, Amerikalı banker, avukat ve antropolog L. H. Morgan, Finlandiyalı filozof E. Westermack, İskoçyalı avukat J. F. McLennan, İskoçyalı antropolog J. Frazer gibiler vardır. Bu genel görüş Morgan tarafından "antik toplum" incelemesinde geliştirildi. Morgan'a göre, "insanlığın bütün kabilelerinde vahşilik barbarlıktan önce ve barbarlık da medeniyetten önce geldi" (Denisoff, 1974).

Elbette İngiliz imparatorluğunun çocuğu Amerikan imparatorluğu kurulunca, İngiliz sözcüğünün yerini Amerikan sözcüğü aldı. Amerika prototip oldu ve gelişme ona göre anlamlandırılmaya başlandı. Bu anlamlandırma, kalkınma ile iletişim arasında güçlü nedensellik bağı kuran, Massachussetts Institute of Technology, Yale, Princeton, Stanford gibi Amerikanın önde gelen üniversitelerindeki önemli aydınlar tarafından kitle iletişim araçlarının yapısı ve işlevlerine de taşındı. Kitle iletişim araçlarının niceliksel azlığı Türkiye gibi ülkelerde uluslararası geri kalmanın göstergeleri olarak sunuldu. Gelişme kitle iletişimi araçlarına sahip olma ve bu araçların da yardımıyla kültür değişiminden geçme olarak nitelendi. Fakat Amerika'nın "emperyalist" olarak nitelenen politikalarına karşı direnişlerin artmasıyla "kalkınma iletişimi" olarak nitelenen girişimlere de karşıtlık yoğunlaştı. Aynı zamanda, Amerikan egemenliğinin durumu Amerika'daki sosyal bilimlerde de yansıdı. Egemen davranışçı yaklaşım ve "fikir birliği temelinden hareket eden çoğulcu toplum" anlayışı yeniden gözden geçirilmeye başlandı. 1970'lerin ortasına gelindiğinde, egemen kalkınma teorisine bağlı olarak gelen kalkınma ve iletişim kuramları hem kendi ideolojik çevresinden hem de diğer çevrelerden gelen ciddi eleştirilere cevap vermek durumunda kaldı.[93] Çoğu ulusal kalkınma

[93] *Ayrıntılı tartışma için bkız Erdoğan, 1999*

konusunu terk ederek yerel ve mikro iletişim konularına eğilmeye başladılar. Bu bağlamlarda yapılan incelemeler ulusal kalkınma, kişisel değişim ve bireyin modernleşmesi, siyasal demokrasinin yaratılması ve sürdürülmesi, kültürel kimlik ve ulusal bilinç üzerinde durdular. Sonuçta temel varsayımlarını kanıtladılar: İletişim, özellikle kitle iletişimi kişisel ve ulusal kalkınma, modernleşme ve değişim için gereklidir. Kuramsal varsayımlarla kurulan bağlar evrensel ve cografik-politikalar ötesi ve siyasal ve ideolojik bakımdan yansız olarak nitelendi. Kuramın bu evrenselliği, 1970'in ortalarında bile öncüleri tarafından hala geçerli olarak görülüyordu: Son 10 yılda neyin öğrenildiğinin muhasebesini yaparken, Lerner (Schramm ve Lerner, 1976:300) "kalkınmada iletişimin kullanılması arttıkça, kalkınma hızlanır" diyerek bunu belirtiyordu. Yaklaşımı kırsal gelişmeye odaklanmış, dolayısıyla Lerner'inki gibi zor durumda olmayan Rogers, aynı toplantıda egemen paradigmanın geçip gidişi sonucu henüz esas doğası ileriki yıllarda ortaya çıkacak olan "iletişimin kalkınmada yeni ve daha geniş rolleri anlayışının geldiğini belirtmiştir (Schramm ve Lerner, 1976:237-8). Rogers sonradan gelişmeye yapısal engellerin olduğu görüşünü kabul etmiştir.[94]

1950'ler ve özellikle 1960'lardaki UNESCO'nun yaygın okuma-yazma kampanyasıyla, sağlık, doğum kontrolü gibi girişimlerle gelen, UNESCO'da egemen olan Schramm, Lerner, Rogers, Pool ve Huntington'un görüşleriyle hareket edenler, gelişmeyi engelleyen ana faktör olarak geleneksel kültürün insanını ve kültürel yapısını gösterdi. Çözüm olarak da bu yapının değişmesini önerdiler. Başarısızlıklarla karşılaşıldığında da gene aynı yapı başarısızlığa neden olarak gösterildi. Benzer şekilde, uluslararası iletişimin yapısı ve değişim görüşleri pozitivist-deneyci okulda serbest akım ve kapitalist biçimin örgüt, teknoloji ve profesyonelliğin transferi yoluyla kalkınma olarak nitelenir. Başarısızlıklar liderliğe veya daha çok geleneksel kültürel pratiklerin egemenliğine yüklenir ve kültür değişimi ve daha modern

---

[94] *Zaten bunu kabul ediyorlardı ve bunu da geleneksel kültür ve pratikler olarak isimlendiriyorlardı. Değişim bu yapısal engellerin siyasal politikalara bağlanması biçiminde olmuştur.*

teknolojilerin transferi önerilir. 1950'lerden beri sürekli çeşitli kılıflarda durmadan tekrarlanır: Aynıyı yenileyen veya farklı isimlerle gelen modernleşme, kalkınma ve gelişmeyi ele alan yaklaşımlar geçmişin muhasebesini yaparak kendilerini yenileme girişimlerinde, her seferinde, sonunda dönüp dolaşıp başladıkları yere gelirler: Değişim yeni teknolojilerin "serbestçe" yayılması ve benimsenmesidir.

Kültürel gecikme kuramcısı Ogburn; siyasal bilimcilerden Lipset, Huntington, Pye ve Almond; iletişim biliminden Schramm, Lerner ve Rogers gibiler tarafından savunulan düşünceye göre, gelişmiş ülkeler az gelişmiş ülkeler arasında "kültürel alışveriş" vardır ve gelişmişler gelişmemişlere yardım etmektedir. Ülkeler arasındaki ilişkilerle (örneğin demokrasi, seçim, oy verme, doğum denetimi, ilaç kullanma, televizyon seyretme gibi) batının gelişmiş kültürünü geri ülkelere benimseterek kalkınmalarına "yardım edilir." Alışveriş ve yardım teması ekonomiden politikaya ve oradan da kültüre uzatılır. Karşıt tezler küçümsenir ve geçersiz ilan edilir. Örneğin Pool (1977) uluslararası ve ulusal elitlerin işbirliğiyle yabancı programların kabul edileceği veya yabancı modellerin kabulünü ülke içine süreceklerini reddeder. Aktif izleyici ve teziyle hareket eden Pool ve izleyicinin heterojenliği ve mesajları kendi geçmiş tecrübelerine göre yeniden anlamlandırdıklarını ileri süren Fiske (1987), kullanımlar ve tatminler araştırmasını sürdürenler (örneğin Blumler ve Katz) izleyicilerin kendi ulusal kültürünü seçeceği üzerinde dururlar ve kültürel emperyalizm tezini kabul etmezler.

Batı tipi modernleşme ve kültürel değişim görüşü "dıştan enjekte edilen çağdaşlaşma" olarak özetlenebilir. Bu da bireysel anlamda modern ve siyasal insanın yaratılması, toplumsal anlamda ulus kurmak için ekonomik kalkınma, siyasal düzen ve kültürel değişimin sağlanması olarak belirlenir. Kültürel bağlamda dıştan sokulan değişim görüşü en az üç ana varsayıma sahiptir:

1. Değerler ve düşünceler sosyal değişimin ana itici faktörleridir; dolayısıyla, değişim değerler ve fikirlerden hareket ederek sağlanabilir.

2. Bu değer ve düşünceler ya arzu edilen değişimi teşvik ederler ya teşvikte yetersizdirler ya da karşıdırlar.

3. Değişime yatkın ve değişim uyaran fikirler, modern toplumun egemen karakterini taşır. Geleneksel toplumda bu tür fikirler yoktur.

Fonksiyonalizmin bu dıştan enjekte edilen değişim anlayışı, sosyal değişimi sosyal ilişkiler yapısının içsel olarak ortaya çıkardığı bir sonuç olarak düşünmeleriyle çelişkiye düşer. Fakat "dış yardım ve teknoloji transferiyle modernleşme/kalkınma" kılıfıyla çelişki ortadan kaldırılır.

Modernleşme, kalkınma, gelişme, "muasır medeniyetler seviyesine ulaşma" iddiasıyla gelenlerin önemli bir bölümü uzun zamandan beri sömürünün, katliamların, işgallerin, sömürgeciliğin ve emperyalizmin savunusunu kültürel üstünlük, kültürel kontak, kültür götürme, yeniliklerin yayılması ve kültürel gecikme gibi yaklaşımlarla yapmışlardır. Dolayısıyla, kitle iletişimiyle de desteklenen egemenlik ilişkileri, kültürel dokunma, kültürel alışveriş, kültürel kaynaşma, uygarlığın kültürünü götürme, kültürel gecikme (cultural gap) ve globalleşme gibi tanımlamalar ve yaklaşımlarla anlamlandırılmıştır. 1950 ve 1960'lardaki modernleşme ve kalkınma ideolojilerinde, kültür konusu, egemen materyal ilişkilere ve ideolojik çerçeveye uygun olarak, kültürel gelişmede "gecikme" ve dolayısıyla, Batının kültürüne hızla adapte olarak arayı kapama süreci biçiminde sunulmuştur. Bu kuramlar 1980 ve 1990'ın global ve post-endüstriyel dünyasında bırakılmıştır. Çünkü artık "gecikme sorunu" yoktur, çünkü artık dünya global köyden, global kente dönüşmüştür. Hepimiz post-modern durumu ve kültür dünyasını deneyimliyor ve yaşıyoruz. (Acaba?)

1960'larla birlikte başlayan ve 1970'lerde hızlanan ve yoğunlaşan uluslararası iletişimle ilgili araştırma ve kuramlar pozitivist-deneyci okul içinde sınırlı etki ve tercihli kullanım yaklaşımlarının çerçevelediği bir anlayışa göre tanımlandı ve yürütüldü. Uluslararasında yapılan kültürel araştırmalar:

Amerikan etki yaklaşımının uzantısı olmuştur.

Bilinçli veya bilinçsiz olarak Amerikan dış politikasına ve kültürel yayılmacılığına destek getirmiştir.

Veriler toplayarak IMF ve kalkınma politikalarında nüfus planlaması, yeniliklerin yayılması gibi batının ekonomik ve siyasal korkuları ve politikalarının hazırlanmasında kullanılmıştır.

Kalkınma politikalarının başarısızlığını diğer ülkelerin insanlarının gerici ve tutucu kültürlerine yükleyerek, bu kültürlerin direnişini gelişmeye karşıt olarak nitelemiştir.

Kültürel sömürü, emperyalizm ve egemenlik tezini tercihli kullanım ve "tutumların değişmesine etki yerine var olanları desteklemesi" teziyle geçersiz kılmıştır.

Bu anlayış açısından kültürel egemenlik gibi kavramlar ve yorumlar bu araştırmaların ilgi ve sonuçları dışında kaldı. Eğer kültürel egemenlik üzerinde yorum yaptılarsa, bunu kültürel egemenlik tezini ideolojik ve slogancı veya en iyi değerlendirmeyle etiksel bir yaklaşım olarak anlamlandırma ve geçersiz kılma amacıyla yapıldı. Bu tür araştırmalar sayıca çoktur. Örneğin, Tsai'nin Taiwan'da ki araştırması (1970) tercihli kullanım tezini yanıtladı ve televizyon izlemenin diğer kültürün temel yerel kültürel anlayışı etkilemediğini getirdi. Payne & Peake (1977) benzer şekilde insanların dış kültürel ürünleri kullanmasının kendi kültürlerini değiştirmediğini belirtmişlerdir

Klapper'in (1960) "tutum değişiminin yaratılmadığı, var olanların desteklendiği, kültürel tutumların merkezi olduğu ve değişmeye direndiği" bulgusu sonraki araştırmalarda tekrar tekrar yanıtlanmıştır ve hala yanıtlanmaktadır.

KÜLTÜREL GECİKME KURAMI

Bu yaklaşım, modernleşmenin kültürel bakımdan açıklanması ideal tip ve geleneksellik karşılaştırmasına paralel bir başka açıklama biçimi getirdi: Ogburn'un kültürel gecikme (cultural lag) yaklaşımı kültürel değişim ve azgelişmişlik teorisidir. Bu yaklaşım gerçekte genel "equilibrium/denge teorisinin özel bir biçimidir: Bu teoriye göre, (1) toplumlar kendi kendine denge arayan ve sağlayan mekanizmalar olarak işlerler (Homeostasis). (2) Bu mekanizmalar içinde bir parçada dengeyi bozan değişiklikler, dengeyi yeniden bulmak için değişikliklere yönelir; (3) Kültürel gecikme eski ve yeni durum arasında kötü ayarlama yüzünden olur. Bu aralığın kapatılması gerekir. Bu da gelenekselden moderne geçişle sağlanabilir. Bu sağlama da yeniliklerin yayılmasıyla olur. Böylece, bu yaklaşımla ekonomik ve kültürel emperyalizme kurtarıcı melek kanatları takılır.

GELENEKSELDEN MODERN KÜLTÜRE GEÇİŞ

Bu yaklaşımlar kapitalist ve Protestan etiği yücelten Weber'in ideal tipinden hareket ederek modernleşmeyi tanımlar ve Türkiye gibi ülkelerde bu tür kültürel geçişin olması gerekliliğini öne sürerler. Bu aslında, Amerikan yayılmacılığında bilinç yönetiminin bir parçasıdır. Bu amaçla Amerikan bilim adamları yaygın araştırmalar ve değerlendirmeler yapmışlardır. Bu yönde bilinen ilk araştırmaların başında 1950'de Lerner'in ve Columbia Üniversitesi araştırmacılarının Ürdün'de yaptıkları araştırmalar gelir. 1952 ve 1954'de Ankara Balgat'ta yapılan araştırmalarda Türkiye'deki değişimler Balgat örneğindeki tiplerden hareket edilerek geleneksel toplumun geçip gidişi olarak nitelendi. Bu araştırmaları diğer araştırmalar ve kitaplar takip etti. Bütün bunlar Amerikan sivil ve askeri endüstriyel yapısının ürünlerinin yaygın bir şekilde satılacağı sosyal, ekonomik, siyasal, kültürel ve psikolojik ortamı yaratmaktı. Elli yıl geriden şimdiye baktığımızda, bunda Amerikan'ın büyük başarılar elde ettiğini görürüz.

YENİLİKLERİN YAYILMASI YAKLAŞIMI

Yenilik benimseyen kişi veya birim tarafından yeni olarak algılanan fikirdir, pratiktir veya nesnedir. Yayılma bir sosyal sistemin üyeleri arasında yeniliğin zaman içinde belli kanallardan iletildiği süreçtir.

Stanford Üniversitesinin meşhur profesörü Everett Rogers yeniliklerin yayılması tezinin önderidir. Yeniliklerin yayılması modelin kökeni antropolojiden başlayarak Alman, Avustralya ve İngiliz yayılmacılığı görüşüne kadar gider. Bu aydınlar o zaman toplumlardaki değişikliklerin diğer ülkelerden gelen icatlardan olduğunu iddia etmişlerdir. Ardından, G. Tarde (1903) "S" şekilli yayılma kıvrımını önermiştir. Yeniliklerin yayılması teorisinin temelinde, G. Tarde'nin "aşağı kişi ve sınıfların kendi üstlerindekileri kopya etmesi, maymunca taklit etmesi" görüşü de yatar. 1940'ların başında B. Ryen ve N. Gross'un Amerika'nın Iowa eyaleti çiftçileri arasında melez mısır tohumu yayılması üzerindeki araştırmaları ilk önemli incelemedir. Bunu takip eden 34 yıl içinde Araştırmalar 1200'e ulaştı (Rogers, 1976). Yeniliklerin yayılması yaklaşımı, bu kırsal

sosyolojik araştırmaların bulgularına dayanarak çıkartılan "yeniliklerin benimsenme tipolojisinin" diğer ülkelere uygulanmasıdır.

Rogers (1995) sosyal değişimin, daha modern üretim metotlarıyla ve geliştirilmiş sosyal örgütlenme yoluyla yükseltilmesi için yeni fikirlerin sunulması gereğini vurgular. Yeniliklerin yayılması yaklaşımı dıştan sokulan değişimdir, kültürel saptayıcılığa dayanır ve değişimi niceliksel/sayısal artış olarak görür. Kurumların incelenmesinden kaçıp teknoloji transferi, kullanımı, yeniliklere direniş ve modernleşmenin kişisel seviyesi üzerinde durur ve incelemelerde bireysel psikolojik özellikler işlenir.

Rogers kalkınmada dört ana elemanın olduğunu belirtir: Ekonomik büyüme; kapital intensif ve emek/iş extensif teknoloji; merkezi planlama; kalkınmanın nedenlerini, diğer ülkelerle ilişkiler yerine, özellikle kalkınan ülke içinde bulma (Schramm ve Lerner, 1976). Bu dört elemana sahip olan kalkınma görüşünü, Rogers, klasik yeniliklerin yayılması teorisindeki iletişimin kalkınmadaki rolü görüşüne bağlar. Bu da (1) teknolojik yeniliklerin transferi (yani iletişim araçlarının ve ürünlerinin satın alınması ve kullanımı) ve (2) değişim için "iştah yaratmaktır (" (yani bu tür maddeler için talebin artırılması).

1960'lardaki "yeniliklerin yayılması" girişimlerinin yerel halklar tarafından direnmeyle karşılanması sonucu, yenilikler denilen çeşitli diğer sunumlar arasında verilen nüfus politikaları gerçekleştirilemedi. Bu durum 1970'lerde teorinin ve girişimlerin yeniden gözden geçirilmesi ve revizyonlar yapılması gereğini ortaya çıkardı. Rogers ve benzerleri modernleşme ve kalkınma anlayışında 1970'lerin başında bir değişme olduğunu ve bunun iletişimin modernleşmedeki rolü görüşünde de bazı sorular ortaya çıkardığını belirttiler. Yeni bir kalkınma paradigmasının kendini göstermeye başladığını, fakat bu yeninin ayrıntılı özelliklerinin henüz açık olmadığını ileri sürdüler.

Bu yaklaşım iletişimin kalkınmada ve yeniliklerin yayılmasındaki rolü üzerinde çalışmalar yapmıştır. Bu yaklaşıma göre, köylülerin yeni araçlara ihtiyaçları vardır; eğer ikna edilirlerse bu yeniliği benimserler ve dolayısıyla yeni teknolojiyle yeni toplum yaratırlar. Bu görüşün Amerikan ekonomik ve kültürel emperyalizmine tıpatıp uyduğu açıktadır (Golding, 1974).

Rogers'in yabancı kültürel danışmanlara değişim ajanı olarak verdiği rol, sele kapılmış maymun ve balık hikayesine benzer: Maymun bir dala tutunup ağaca kaçar. Balığın mücadelesini görür, ağaçtan aşağı uzanır ve balığı sudan çıkartıp selden kurtarır. Ayrıca, maymunun hiç değilse amacı tümüyle yardıma dayanıyor, herhangi bir ekonomik çıkarı yok ve kültürel bir bağnazlığı empoze etmeye de çalışmamaktadır. Fakat değişim ajanlarının amacı ve rolü ne?

Golding'e göre (1974:43) kalkınma için zorunlu olduğu söylenen yeni değer setleri, aslında endüstriyel iş ahlakı ve özel teşebbüsün evrensellik sloganlarından başka bir şey değildir. Sosyal değişimi yeni kaidesel standartlara adaptasyon olarak alan varsayım, sosyal yapıyı kurumsal olarak ve kurumsal değer sistemlerine bağlı olarak görür. Bu tür kültürel saptayıcılık az gelişmiş ülkelerdeki radikal değişim güçlerini anlamaya hiç yardım etmez, çünkü bu güçlerin varlığını reddeder.

MARKSİST ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR

İletişimin küresel bağlamda işlevleri konusu oldukça karmaşıktır. Dünyada tarihsel geçmişleri farklı olan birçok ülke vardır. Dolayısıyla, iletişim ve toplum, iletişim ve toplum değişimi konusu örgütlü yer ve zaman (tarihsel ve toplumsal) olarak ele alınmalıdır. Bu yaklaşım egemen modernleşme yaklaşımın temel varsayımlarına ve yaklaşım biçimine ters düşer. Bu nedenle de, Schiller, Mattelart, Varis, Beltran, Boyd-Barret, Leys, Smythe ve Golding gibi aydınlar kalkınma kuramlarının evrensellik ve yansızlık iddialarını reddederler. Bu kuramların bütün ülkelerdeki ideolojik fonksiyonları ve ekonomik ve siyasal amaç ve sonuçları eleştirirler.

Dünyada günümüzde çok yoğun bir mülkiyet ilişkilerinin parçası olan faydalı enformasyon ve bilinç yönetimi çıktıları kontrollü bir şekilde akmaktadır. Kontrol üretim araçlarına sahiplik ve içeriklerin işlevsel ve ideolojik biçimlenmesinden geçerek sağlanmaktadır.

Kitle iletişim araçlarını üreten teknolojilerde belli ülkeler (Batı ve Japonya) egemendir. Dünya kitle iletişim araçları ve ürünleri pazarında da gene bu ülkeler egemendir. Satılan elbette sadece kitle iletişim araçları ve bitmiş ürünler değil, aynı zamanda ve çok önemli olarak, kapitalist pazarın dünya görüşü ve tüketime yönelik

motivasyonudur. Teknolojik üretimdeki bu dengesizlik endüstriyel, siyasal ve askeri güç dengesizliklerinin işlevsel bir parçasıdır. Teknolojiyi üreten ve ürünlerini dağıtanların üstünlüğü kaçınılmaz olarak hem kendine işlevsel bilinçler hem de karşıtlıklar yaratmaktadır. Bu sonuç tesadüfi değildir. Kendiliğinden olur, fakat kendiliğinden olması evrensel değil, kurulan ilişkinin doğasından gelmektedir. Aynı zamanda bilinçli olarak yapılmaktadır. Bu bilinçlilik hem iletişim stratejilerinin planlı bir parçasıdır hem de yaptığıyla kendini yaratan insanın kendini-yeniden işçi, memur, programcı, yazar, film yapımcısı, gazeteci vs olarak üretmesiyle gelen bilinçliliktir. Post-modernism, post-pozitivizm, globalleşme ve karşılıklı bağımlılık bu bilinçlilikle sıkı sıkıya bağlıdır. Bu bilinçle bir zamanlar modernleşme ile eritilmek istenen "kültürler ve kültürel yerellikler" sonradan korunması ve güçlenmesi gereken "unutulan yerel kimlikler" olarak yeniden keşfedilir. Din, dil, ırk, renk, cinsiyet gibi ne denli "böl ve yönet" politikaları için işlevsel faktörler varsa "bu koruma" içine yerleştirilir. Yereli daha düzenli, ucuz ve sürekli bir şekilde sömürme politikaları "yerel kimlikler politikası" adıyla yüceltilir. Dünyanın yerel çokluklar ve çoğulculuk içinde demokratikleşip globalleştiği söylenir. Yerellik ve yereli koruma kapitalist bilinç yönetiminin en karmaşık yapılandırmalarından biridir. Bu yapı aslında (1) kontrolü kolay yerel yönetimlerin kurulmasını ve (2) yerel kimliklerin yanına, içine ve üzerine global kapitalist pazarın tüketici kimliklerini koyarak heterojenlik hayaliyle kendini kandıran homojen bir kültür yaratmayı amaçlar. Kitle iletişim araçlarının yaygınlığı ve özelleştirilmesi bu amaca ulaşmada hayati öneme sahiptir. Kitle iletişimi oldukça karmaşık endüstriyel çıkarların ve güçlerin birbiriyle ittifakta ve yarışta olduğu bir ulusal ve uluslararası çevrenin parçasıdır. Anlaşılması ancak bu çevre içinde incelenerek mümkündür.

Marksist ve eleştirel yaklaşımlar 1970'lerden beri iletişimin önem kazanan yeni bir yanına, uluslararası alana eğilmeye başladılar. Pozitivist okul uluslararası ilişkileri olumlu bir gözle herkesin kalkınma çabası içine sokarken, Marksist yönelimli görüşler ve incelemeler bu süreci sömürü ve neo-emperyalist, neo-kolonici, kültürel emperyalizm ve medya emperyalizmi gibi tanımlamalar içinde anlamlandırmışlardır.

Bu yaklaşımlar ve araştırmalar direk kolonicilikten yeni kolonicilige geçişi ve bu geçişteki siyasal ve ekonomik yapı transferini, bu transferde gerekli olan teknolojik ve profesyonel ideolojilerin transferi üzerinde dururlar. Uluslararası iletişimde ulusların iletişim sistemlerinin bu tür etkilenmesi ve biçimlendirilmesi yanında, uluslararası iletişim örgütlerinin faaliyetleri ve bu faaliyetlerin ekonomik, kalkınma ve ideolojik anlamları üzerinde durulur. Kültür emperyalizmi ve kültürel egemenlik üzerinde duran yaklaşımlar, ürün transferi ve profesyonel ideolojilerin gittikleri ülkelerin sosyal bilinci ve kültürüne yaptığı biçimlendirmeler, yeniden biçimlendirmeler ve egemenlik kurması üzerinde çalışırlar (Erdoğan, 1995).

1960'ların kültürel bağımlılık kuramı, özellikle Latin Amerika'daki durumun analizinden çıktı. Bu kurama göre, merkez (endüstrileşmiş ülkeler) ile periferi/yan (Üçüncü Dünya ülkeleri) arasında bir tarafın egemenliğine dayanan dengesiz bir ilişki vardır. Bu ekonomik bağımlılıkla birlikte kültürel bağımlılık ilişkilerin de geldiği belirtilir. Kültürel bağımlılık kuramları basit merkez ve yan ilişkisinden daha kompleks gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasındaki ekonomik, siyasal ve kültürel bağımlılığa gelişmiştir.

1970'ler ilerledikçe, bağımlılık anlayışına dünya egemenliği, kapitalist sistemin artan bir şekilde yaygınlaşarak dünya kapitalist sistemi olduğu fikrine değişmeye başladı (örneğin Wallerstein, 1979).

1990'larda bağımlılık, karşılıklı bağımlılık biçimine dönüştürüldü. Eleştirici yaklaşımların bazıları da eşit olmayan (simetrik olmayan, dengesiz) karşılıklı bağımlılık teziyle geldiler. Simetrik olmayan ilişki bağımlılıkla birlikte gelir ve onu destekler.

1960'ların Latin Amerikan bağımlılık kuramına (örneğin, F. Fanon) bağlı olarak kültürel emperyalizm tezi gelişti. Mattelart'a göre (1992) kültür emperyalizmi tezi 1980'lerde geriledi ve anlamını yitirdi. Bu da kültürel emperyalizm tezinin "metropol-periferi" ikilemi içinde sunulması, bağımlı ülkelerdeki iç sömürü yapısının göz önüne alınmaması, kültürel ırkçılığa yönelimi ve kültürü ekonominin önüne koymasından kaynaklanmaktadır. Kültürel emperyalizm tezi kültürel egemenlik ve kültürel materyalizm yaklaşımlarıyla geliştirildi.

1970'lerdeki bağımsızlık mücadeleleriyle başlayıp gelişen bir akım da 1980'lere gelindiğinde oldukça güçlenen yeni dünya enformasyon akımı ve ekonomik düzeni görüşü ve mücadelesi olmuştur. Bu mücadelenin kuramı medya emperyalizmi kuramına ve kültürel emperyalizm kuramına benzer. Bu çabayla birlikte serbest akım kuramı tepki olarak yeniden canlanmıştır.

MEDYA EMPERYALİZMİ TEZİ

Boyd-Barrett 1970'lerde Marksist siyasal ekonomi temelli "medya emperyalizmi" teziyle gelmiştir. Boyd-Barrett'e göre (1977) medya emperyalizmi iki önemli uluslararası medya faaliyeti biçimlerini anlatır: (1) Uluslararası tek yönlü medya akışı: Bu akışta Amerika'dan diğer ülkelere doğru olan tek yönlü bir akış ve egemenlik vardır. Fakat diğer ülkelerden örneğin Asya ülkelerinde, Amerika'ya olan akış yok denecek kadar azdır. (2) Birkaç ülkenin (Amerika, İngiltere, Fransa, Almanya ve Rusya'nın) uluslararası medya nüfuzuna (etkisine) sahiptirler. Bu ülke görünümü ardına gidersek, çok az sayıda çoğu Amerikan olan dev medya firmalarını görürüz.

Boyd-Barrett'e göre, medya emperyalizmi, herhangi bir ülkedeki medya sahipliği, yapısı, dağıtım veya içeriğinin tek başına veya birlikte, diğer ülke veya ülkelerin medya çıkarlarının önemli miktarda dış baskısına maruz kalması sürecidir. Bu süreçte kültürel işgalde güç dengesizliğinin varlığı emperyalizm kavramını kullanmayı haklı çıkartır. Bu durum uluslararası medya faaliyetlerinin incelenmesini ve bununda uluslararası ekonomik ve siyasal ortam ve tarih içinde yapılması gerekliliğini ortaya çıkartır.

Boyd-Barrett'e göre medya emperyalizminin dört biçimi vardır: (1) İletişim medyasının şekli (alıcının kullandığı teknoloji); (2) Endüstriyel yapı setleri; (3) Medya firmalarındaki ideal pratikle ilgili neyin nasıl yapılacağını içeren değerler; (4) Belli medyaların içeriklerinin (ürünlerin) ithali ve pazarın girmesi (nüfuz etmesi).[95]

---

[95] *Buna benzer ayırımla Erdoğan (1995) "Uluslararası iletişim" yapıtında ayrıntılı bir tartışma sunmuştur.*

Boyd-Barrett'e göre (1977) medya emperyalizmi (a) bir ülkedeki medya içeriği veya mülkiyet, yapı ve dağıtımı, bir diğer ülke veya ülkelerin medya çıkarları tarafından önemli dış baskılara tabi tutulması sürecidir. Bu tanımlama, sürecin "kasıtlı" olduğunu anlattığı için, sürecin krizler dışında kasıtlı olmadığı, kendi kendine çalışan ve ilgili ülkelerin orantılı olarak karşılıklı katıldığı bir karaktere sahip olduğunu söyleyenler tarafından eleştirilmiştir. 1980'lerde siyasal ekonomi yaklaşımını hedef alan başka eleştirilerle de karşılaşmıştır. Fakat Boyd-Barrett 1990'larda tezini savunmaya devam etmektedir: 1970'lerdeki haber akışındaki tek-yönlülüğün 1990'larda da devam ettiğini ve uluslararası yapının değişmediğini belirtmektedir (Boyd-Barrett, 1977 ve 1993). Boyd-Barrett'e göre 1970'lerdeki Marksist-Leninist siyasal ekonomi yaklaşımı uluslararası haber pazarının en geçerli muayenesini yapmıştır. Haber mübadelesi mekanizmalarının zayıflığına katkıda bulunan faktörlerin bir çoğu, gelişmiş endüstriyel ülkelerle diğer ülkeler arasındaki derin yapısal dengesizlikleri yansıtır.[96]

SCHILLER: KÜLTÜR EMPERYALİZMİ VE GLOBAL EKONOMİ

Batının diğer teknolojik ürünleriyle birlikte kitle iletişim araçları, yapıları ve ürünlerinin (iletişim sistemlerinin) az gelişmiş ülkelere sunulmasını, "kültürel alışveriş" gibi çerçeveler dışında ve uluslararası ekonomik ve siyasal bağlam içinde sistemli olarak ilk ele alan *Mass Communications and American Empire* (1969) yapıtıyla Herbert I. Schiller olmuştur. Schiller'in belirttiği gibi, İkinci Dünya Savaşından sonra Amerikan iletişim ve enformasyon politikası Amerikan sosyo-ekonomik sistemini ideolojik ve coğrafik bakımdan yaymaya çalışan saldırgan ve güçlü endüstriyel-elektronik işbirliğinin genişleyip yayılmasına yardım etmiştir. Schiller'e göre (1988:14) kalkınma ve iletişim yaklaşımları bu iletişim politikalarını uygulamak için kuramsal gerekçe sunmuşlardır. Schiller iletişimin global siyasal, ekonomik ve kültürel/ideolojik bağlamlar içinde zararsız ve nötral bir güç olduğu

---

[96] *Pazarın yapısı "kasıtı" beraberinde getirmektedir: Uluslararası ve ulusal sermaye ve devletler aynı anda hem güce dayanan çıkar mücadelesinde hem de güç mücadelesinin dinamik sistemi içinde işbirliğindedirler.*

nosyonunu reddeder. Amerikan kültürel incelemelerinin statükoya hizmet ettiğini belirtir. Onun yerine, Amerikan politika plancılarının Amerikan imparatorluğunun genişlemesi ve yayılmasına hizmet etmek için uluslararası iletişim sistemlerinin gelişmesini teşvik ettiklerini belirtir. Schiller 1969'daki yapıtından sonra ölünceye kadar otuz yıl boyunca incelemeleriyle, medyadaki konuşmalarıyla ve uluslararası alandaki faaliyetleriyle kültür emperyalizmi tezini ve ardından iletişimin siyasal ekonomisi tezlerinin gelişmesi ve kullanılmasına önderlik etti. Schiller siyasal, ekonomik ve askeri yapılar, uluslararası şirketler, kitle iletişimini hem üretim biçimi ve ilişkileri hem de kültürel ve ideolojik bağlamlarda ele alıp inceledi. Amerika'yı devlet (pentagon ve Washington) ile özel teşebbüsün el ele sömürdükleri ve bunun Amerikan ordusunun güvencesi ve desteği altındaki uluslararası şirketler yoluyla bütün dünyaya uzatılmasını araştırdı. Bu araştırmalarında Batının az gelişmiş ülkelerle olan ilişkisini, iletişim bağlamında "kültürel emperyalizm" olarak niteledi. Schiller'in kültürel emperyalizm anlayışı bağımlılık kuramının ötesine giderek, sorunu sadece emperyalist güçlerin pervasız ve tek taraflı baskıcı ve yayılmacı girişlerine indirgememiştir. Schiller'e göre (1976:9) kültürel emperyalizm şu süreçlerin toplamı olarak tanımlanabilir: (a) toplumun modern dünya sistemine getirilmesi süreci; (b) ülkelerin egemen tabakalarının cazibeyle, zorla ve bazen rüşvetle, kendi ülkelerinin sosyal kurumlarını egemen sisteme uygun bir şekilde biçimlendirmesi ve hatta (c) sistemin egemen merkezinin değerleri ve yapılarının teşvik etmesi. Bu tanımlamadan da görüleceği gibi kültürel emperyalizmde zorlama, baskı, istekle katılma, katılmaya teşvik ve gönüllü işbirliği gibi öğeler var. Günümüzde kültürel emperyalizm uluslararası güçlerle ulus içindeki siyasal, kültürel ve ekonomik güçlerin daha çok çıkarcı işbirliğiyle yürütülmektedir. Kültürel (ve ekonomik) emperyalizm egemen kültürün karakterlerine az gelişmişin kendini uyarlaması ve özdeştirmesi biçimindedir. Hamelink'in belirttiği gibi (1983:6-7) batıdaki belli bir kültürel gelişme "alan ülkelere" ikna edici bir şekilde iletilir. Kültürel ürünler trafiği bu şekilde tek yönlü olarak akar. Böylece Batı, özellikle Amerika serbest ticaret, ifade özgürlüğü, yatırım özgürlüğü gibi özgürlüklerle paketlenmiş bir model

sunar, alıcılar bu modele kendilerini ayarlarlar/uyarlarlar. Eğer bunu yapmazsa, yaptırılır.

Schiller'in kullandığı anlamda, kültürel emperyalizm tezine göre iletişimde kültürel emperyalizm, genel emperyalist sistemin bir alt setidir. Kendi başına özgür bir karaktere sahip değildir. Kültürel ve ekonomik alanlar birbirinden ayırt edilemeyecek şekilde beraberdir. Gelişmiş şirket ekonomisinde iletişim endüstriyel finans sektörlerinin ekonomik amaçlarını destekler (örneğin, tüketici toplumun yaratılması ve geliştirilmesi gibi). Kültürel üretim, otomobil üretiminden aşağı kalmayacak kadar, kendi siyasal ekonomisine sahiptir. Sonuçta, kültürel çıktı (ürün) olarak nitelenen her şey aynı zamanda ideolojiktir ve sistemin çıkarına hizmettir (Schiller,1991).

Schiller'in "*cultural domination*" tezi ve analizi diğer ülkelerin, özellikle Güney Amerika'nın aydınlarını etkilemiştir. Sadece sorunları belirleme değil aynı zamanda çözümler üzerinde çalışmaların yoğunlaşmasına önderlik etmiştir. Bu tür kuram ve araştırmacılar arasında Dorfman, Mattelart, Varis, Hamelink, Garnham, Smythe, Mosco, Beltran, Dan Schiller ve (siyasal ekonomik analizi post-modern kültürellikle birleştirse de) Harvey vardır.

Schiller'in 30 yıl boyu yoğun çalışmalarında, iletişimdeki emperyalizm konusunu incelerken uğradığı değişim, daha çok üretim biçimine ve bu biçimin yarattığı emperyalist dünya ekonomik ve iletişim düzenini anlama ve yorumlama tarzına doğru olmuştur. Schiller emperyalizm ötesine geçildiği fikrini eleştirerek, körfez savaşının emperyalizmin var oluşunun en belirgin örneklerinden biri olduğunu belirtir. Amerika'nın uluslararası iletişim ve kültürel pazarlardaki egemenliğinin, 1990'larda artık, Amerika'nın hala lider olduğu fakat Avrupa ve Asya'dan katılan oyuncuların oynadığı, "çokuluslu şirketlerin kültürel egemenliği" olarak daha iyi anlaşılabileceğini belirtir.

Schiller'e göre (1991) bazı kişiler tarihin bittiğine inanabilir; bazıları devrim çağının son bulduğu ve sosyal (sınıf) çatışmasının eskidiği ve modasının geçtiği üzerinde ısrar edebilir. Fakat en azından, günlük gazete başlıkları bu iddiadan farklı hikayeler anlatırlar (fakat açıklama yapmazlar). Açıkça görünen, bütün dünyada halklar, liderleri yapmasa

bile, içinde yaşadıkları koşulları protesto etmektedirler. Halkın ve kaynakların sömürücü denetimi sistemi olarak anlaşılan emperyalizm hala canlı ve sıhhattedir. Aynı zamanda, emperyalizme muhalefet ve direniş bugün 19. yüzyılın sonundakinden çok daha şiddetlidir. Bugün 125 ülkenin varoluşu birçok egemenlik (dominasyon) ilişkilerinin kırıldığını ifade eder. Fakat güçlü denetim araçları yoluyla, Asya ve Güney Amerika ülkelerinin çoğu ekonomik, finans ve hatta askeri dominasyon deneyine devam etmektedir. Orta doğudaki son durum, 400 bin askerin gönderilmesi vb, çağdaş emperyalist stratejinin bir diğer yönüdür: Sovyetler çözülmesi ve Batıya entegre olmasından beri, Milletlerarası örgütleri (Birleşmiş milletler gibi) emperyalist amaçlar yönünde kolayca harekete geçirilmektedir. Dünya nüfusunun önemli bir kısmı güç yaşam koşulları altında yaşamaktadır. Bu kötü koşulları değiştirme çabaları "milli" seçkinleri veya "milli burjuvazinin" üstünlüğünü koruyan düzeni ayakta tutmak için daima yabancı müdahale ile karşılaşır. Son yıllarda Vietnam, Şili, Guatamela, El Salvador, Dominican Republic, Nicaragua, Kuba, Panama, Angola, Mozambik, Zaire, Afganistan, Irak ve Kaddafi Amerikanın ekonomik, askeri ve ideolojik müdahale gücünü çeşitli derecede hissettiler. Son emperyalizm örneklerinden biri Suudi Arabistan'a gönderilen 400 bin asker ve Körfez savaşıdır. 2000 yılı Afganistan'a müdahaleyle başlatıldı. Amaç ekonomik ve stratejik bakımdan değerli bölgelerin denetimini elde tutmaktır. Schiller'e göre (1993) emperyalizm halkın ve kaynakların sömürücü kontrolü olarak, canlı ve iyidir. Aynı zamanda, emperyalizme karşıtlık ve direniş de şimdi 19. yüzyılın sonundakinden çok daha yoğundur.

Schiller de Mattelart, Smythe ve Garnham gibi çok uluslu firmaların denetimi, özelleştirme, enformasyonun mallaştırılması, devletin firmaların çıkarı yolunda kullanılması, kültür ve egemenlik üzerine eğilmiştir.

1970'ler ve 80'lerde 'kültürel emperyalizm" yaklaşımı UNESCO'da egemen oldu ve özellikle Amerika ve İngiltere'nin önderliğinde ciddi tartışmaların ve çekişmelerin ortaya çıkmasına neden oldu. Durum ağırlaşarak önce Amerika ve ardından da İngiltere UNESCO'dan çekildi; UNESCO'YA olan borçlarını vermediler ve finans desteğini

çektiler. Fakat UNESCO 1989'a kadar tek yönlü iletişim akısına karşı ve dengeli bir dünya iletişim düzeninin kurulması yönünde yoğun bir şekilde çalıştı. Başarıların sınırlı kalmasının en başta geleni elbette "ulusal iletişim politikalarını" biçimlendiren, denetleyen ve uygulayanların zaten var olan duruma neden olan güç yapısının kendisinin veya ortağı olmasıdır.

Schiller "aslında hiçbir tek varlık veya kişi gerçekte güce sahip değildir; güç toplumda birçok alt gruplar tarafından bölüşülür" görüşüyle gelen çoğulcu kültürel incelemeler yöneliminin yeni bir şey olmadığını, önceki modellere geri atılma olduğunu belirtir. "Aktif izleyici" kuramı ve ilgili "direniş" tartışması, şimdi egemen olan kültürel kuramın parçası olarak, soyut kültürel ürünleri veya pembe dizi gibi belli bir türü inceler. Aslında, biz tek tek değil "toplam kültürel paket" ile ilgileniyoruz. Sıradan bir Amerikalı her gün McDonalds'ın altın kemerinden, O.J. Simpson duruşması gibi sayısız kitle kültürü biçimlerine yüz yüzedir.

Schiller örneğin Fiske ve benzerlerinin kültürel incelemelerinde sundukları "direniş" fikrini eleştirmiştir: "Anlamlı direniş" belli bir televizyon programına izleyicilerin reaksiyonunda değil, artan sosyal eşitsizlik konularının analizini yapan somut kültürel mücadelelerde bulunmalıdır veya aranmalıdır. Eğer genel egemenlik sisteminin üstesinden gelinmek isteniyorsa, kültürel emperyalizmin varlığının kabulü ve ona karşı mücadele her zamankinden daha çok gereklidir.

MATTELART: ÇOKULUSLU ŞİRKETLER VE EMPERYALİZM

Mattelart uluslararası şirketlerin ve uluslararası teknolojik politikalarını, emperyalizmin kültür, eğitim ve boş zaman faaliyetleri üzerindeki etkilerini, kültür politikalarını vb birçok uluslararası alanla ilgili konuları ele almıştır.

Mattelart 1970ler ve 80'lerin başlarında iletişimi "devrimci praxis" bağlamında açıklamaya çalışmıştır. Şili toplumunda Allende yönetimi sırasında Allende'yi devirmeye çalışan "baskıcı güçlerin" ideolojik stratejilerini incelemesi bu tür bir yaklaşımı anlatır. Mattelart ideolojiyi devrimci mücadele için meşru bir alan olarak gördü. Şili solunun ideolojik mücadeleye gereğince önem vermediğini belirtti. Buna neden

olarak da materyal tabanın dönüştürülmesine öncelik veren "vulgar" Marksizm olduğunu ileri sürdü (Mattelart, 1980). Mattelart Burjuvazi tarafından kitle iletişiminden geçerek yaptığı ideolojik saldırıya karşı stratejiler sundu. Bu stratejileri Lenin, Mao, Gramsci, Althusser ve Barthes gibi kuramcılardan faydalanarak kurdu. Mattelart'ın üzerinde durduğu konuları şu şekilde özetleyebiliriz:

- Kültürel üretimde ve çokuluslu şirketlerin egemenliği altındaki dünya kültür pazarında ekonomik ve teknik sel saptayıcıların önemi;
- Ulusal ve uluslararası düzeylerde direnişin ve sınıf mücadelesinin kompleksliği ve önemi;
- Kültürel ifadelerin (örneğin tv programlarının, uydu ile iletişimin) ideolojik-siyasal önemi ve bunların denetim mekanizmaları olarak artan bir şekilde kullanılmaları;
- Sembolsel ve hayal gücüne dayanan ürünlerin ideoloji ve ekonomi içine çökertilemeyeceğini;
- Ekonomik yapılar tarafından denetlenen merkezileşmenin (=birbirinden bağımsız çeşitli firmaların çeşitli alanlarda iş yapmaları yerine, çeşitli işlerin tek bir dev firmanın idaresi tarafından yapılması) ve bir alanda toplanmadan çıkışın (=tek bir alanda üretim yerine çok alanlarda bir firmanın iş yapması), yerellik ve küreselliğinin önemi;
- Kuzey (=gelişmiş kapitalist ülkeler) ve Güney (=az gelişmiş ülkeler) arasındaki ilişkilerin önemi.

Mattelart'a göre (1979) emperyalizmin toplumun farklı sektörleri yeknesak bir biçimde işgal ettiği fikri ortadan kaldırılmalıdır. Pasif veya aktif direniş gösteren alanlar vardır. Burada Mattelart Frankfurt Okulu gibi emperyalist kültürel işgalin her yerde her zaman, direnilemez bir şekilde kitle kültürünün güdümlü kitlelerini yarattığı fikri gibi, mücadeleye yer vermeyen, mücadele için alan bırakmayan toplam etki yaklaşımlarını eleştirmektedir. Eleştirdiği çoğulcu liberal okul değil, radikal okulun belli yaklaşım tarzlarıdır.

Mattelart (a) kültürel anti-Amerikancılığı (Fransızların genel tutumu), (b) konuyu Kuzeyin kötü ve Güneyin iyi olduğuna indirgeyen basit Üçüncü Dünyacılığı, (c) devletin rolü üzerinde haddinden fazla ağırlık vermeyi, (d) ekonomik ve siyasal saptayıcılık ve kötümserliği ve (e) kamu hizmeti yayınlarında statükonun savunulmasını reddeder.

Türkiye'de olduğu gibi iletişimin kamu sektöründen özel sektörün eline verilmesi, sosyal sorumluluktan yoksun karlılık ve verimlilik egemenliği altında sömürücü özelleştirme entrikaları yaratır. Bunun sonucu kapalı bir sistem değildir, çünkü çok uluslu firmalar rekabet ve tüketim çıkarı yolunda toplumu yarıp parçalarlar. Sistemdeki bu parçalanma kendine dayanma, bir alanda toplanmama ve yerelciliğin olmasına izin verir. Devlet ya çokuluslu şirketlerin ve ortaklarının işini kolaylaştırır ya da yerel cemaatlerin çıkarı yönünde gerçek bir idari yerinden yönetim getirir. Mattelart'a göre 1980'lerde ve 90'larda çağdaş iletişimde görünen olgu deregülasyon ve bunun uluslararası hale gelmesidir.[97]

Mattelart (1992) "*Rethinking Medya Theory*" yapıtında, liberal çoğulcu aydınların (örneğin Fiske ve Grossberg) izleyicinin karakteriyle ilgili görüşlerine paralel izleyici öznelliği yorumları getirmektedir. Mattelart, 1970'lerin sonunda, eleştirel okulun mesaj alıcısına yeterli dikkati vermediğini belirtmiştir. Bu eleştirisinde Mattelart izleyiciye aktif bir rol verir: İzleyiciler yönetici/egemen bir sınıf ve kültürünün şifreleşerek gönderilen mesajlarını her durumda zorunlu olarak kabul etmez. izleyiciler kendi anlamlarını iletebilirler. Benzer şekilde 1994'de "izleyici alışının" kaba saptayıcılığını (izleyicinin aktif olduğunu) eleştiren ve detaya inen çalışmalara yönelimi övmüştür. Fakat bu öznelliğe eğilirken yapının varlığını reddetme riskinin büyük olduğunu belirtir. Yapının saptayıcılığı reddedilse bile, tüm sosyal belirlemelerde tüketicinin veya izleyicinin özerk olduğunu tasdik etmeye neden yoktur.

Mattelart (1994) "Dünya alanı" ve onun "eşitsiz mantığı" olarak çağırdığı büyük güçlerin varlığının reddedilmesini eleştirmiştir. Mattelart 1990'ların deregülasyon, özelleştirme, global ekonomi, Kuzey-Güney ilişkileri, devlet ve sivil toplum konularına eleştirel bir yaklaşımla incelemeye devam etmektedir.

---

[97] *deregülasyon= Kitle iletişimi pratiklerinin denetiminin yasalar yoluyla yapılmasına son verme; kitle iletişiminin kamu gücü denetiminden çıkması*

BÖLÜM XVIII

YAKLAŞIMLARDA UZLAŞMA ARAYIŞLARI

1960'ları ve öncesini incelerken, özlüce üzerinde durduğumuz gibi, pozitivist okul içinde "çatışma fonksiyonalizmi" görüşü gelişti. Bu gelişme sürecinde, sosyolojide, 1950'lerin sonu ile 1960'lardaki pozitivist-deneyci okul ve Marksist ve eleştirel yaklaşımları birleştirme çabaları, özellikle 1970'in ikinci yarısından sonra iletişim alanına da yansıdı. Bu yansıma birbiriyle bağıntılı iki yönde gelişti. Birincisi çatışma fonksiyonalizmine dayanan "çatışma çözümü" tezi ve girişimleridir. Çatışma çözümü hareketi University of Michigan'da ulusal politika yapıcılarına öneri verecek yeni bir meslek olarak geliştirildi ve yaygınlaştı (Harty, 1991). Journal of Conflict Resolution bu çabaların kuram ve araştırma dergisidir. 1970 ve 1980'lerde burjuva barış iletişimiyle dayanışma kurarak genişledi. Özellikle 1970'lerde başlayan ve Amerikan iletişimcilerinin örgütü International Communication Association'ın yıllık toplantılarındaki sunumlar, tartışmalar ve sempozyumlarda yer alan "barış ve çatışma çözümü iletişimi" soğuk savaşın içte ve dıştaki yeni bir kanadı oldu.

İkincisi ise, birbiriyle mücadele eden ve temelde uzlaşmaz olan iki ucu birbirine yaklaştırma çabasıdır.

UZLAŞTIRMA ÇABALARIYLA İLGİLİ GÖRÜŞLER

Egemen yönetimsel ve pozitivist-deneyci yaklaşımlarla eleştirel yaklaşımlar arasında köprü kurmaya çalışan Lang (1979) ve benzerlerine göre, "yönetimsel" iletişim araştırmalarının pozitivizmi ile Frankfurt Okuluna bağlı eleştirel yaklaşım arasında temelde bir uyuşmazlık yoktur ve birbirlerine yaklaşırlarsa birbirlerini daha iyi anlayabilirler. Curran ve Gurewitch'e göre (1977:54), iki okulda da kuram ve deneyi birleştirme çabası vardır. Bu aynı zamanda, iki okulun uyuşma yollarını aramasını da getirmiştir. Fakat yaklaşımlar arasındaki farklılık, kitle iletişim araçlarının gücüyle ilgili sorulara gelince gerçekten ortaya çıkar. Örneğin Marksist gelenek, kitle iletişim

araçlarını egemenlik yapıları içinde, toplumsal düzeni tutan, denetleyen örgütler ve yapılar ortamında inceler. Liberal çoğulcu gelenek ise, genellikle kişiyi analiz birimi olarak alır ve etkileri kişilerin tutumları ve davranışları üzerindeki değişimler bakımından tanımlar. Marksist ve eleştirel gelenek etkiyi bilinci biçimlendirme açısından alır. Bu biçimlendirme sürecinde gerçek, "müzakere edilmiş" anlam vermelerle anlaşılır ve öznel olarak denenir: Kitle iletişimini farklı olarak anlamlandırma incelemelerde farklı sonuçlara ulaşmanın nedenlerini de açıklamaya yardım eder, çünkü sorunların anlatımı ve ortaya atılan sorular geniş ölçüde sonuçları belirler. Örneğin, İngiltere'de Marksist gelenek kitle iletişim araçlarının "şiddeti resmetmesini" yasa ve düzen güçlerinin meşrulaştırılmasına (=polis gücünün meşrulaştırılmasına), sosyo-siyasal sisteme olan bağlılığı desteklemeye ve egemen düzene karşıt potansiyel kaynakların gayri meşrulaştırılmasına hizmeti açısından incelemiştir. Liberal çoğulcu okulun kitle iletişim araçlarının şiddeti resmetmesine yaklaşımı, buna tamamıyla ters yöndedir: Sordukları soru resmedilen şiddetin günlük gerçek hayattaki şiddeti çoğalttığı ve teşvik edip etmediğidir. Marksistler "şiddetin" sunuluş biçiminin egemen kurumların ve otorite yapısının meşrulaştırılması ve korunması için pozitif katkıda bulunduğu sonucuna varırlar (örneğin Cohen, 1972: Hall, 1973; Murdock, 1973; Cohen ve Young, 1981). Liberal çoğulcular, sonucu ahlaksal terimlerle ve "sosyale-karşı davranış" tanımlamasıyla anlatırlar. Bu incelemelerin vardıkları sonuç, genellikle hiçbir etki, az etki ve çok etki arasında, araştırmanın kimin parası ve desteğiyle yapıldığına bağlı olarak, değişir.

Curran ve Gurevitch'e göre (1977:57), Marksist ve çoğulcu gelenekteki araştırmacılar birbirlerine etki yapmaktadır. İki gelenek arasındaki uçurumu belli bir ölçüde kapatanlar, çoğulcu perspektifteki "elitlerin" kendilerini ve çıkarları sürdürme yönelimleri ile egemen sınıflar içindeki gerilimlere, tabandan gelen güçlü direniş karşısında ideolojik egemenliklerini sürekli bir şekilde yenileme ve tutma ihtiyaçlarına eğilen Marksist araştırmacılardır. Her iki araştırmacı grubu için de kitle iletişim araçları, çok daha karmaşık bir role sahiptir.

Fejes (1984: 224), gündem belirlemenin eleştirel okul için faydalı olabileceğine işaret etmiştir: Gündem belirleme araştırması kitle iletişim araçlarının simgesel gerçeğinin izleyici üzerindeki etkisini inceleyen bir çabayı temsil eder. Önem verilen nokta, kitle iletişim araçlarının geniş kültürel izleyici çevresini nasıl biçimlendirdiğidir. Gündem belirleme, kitle iletişim araçları gerçeğini keşfetmede, henüz olgunlaşmamış bir çabayı temsil eder: Model araçlar tarafından tasvir edilen simgesel gerçekler hakkında çok az şey söyler; yaratılan kültürel anlamların farklarına ve belli içeriğine karşı çok duyarsızdır. Fakat yaklaşımın izleyicilerin kitle iletişim araçları tarafından yaratılan simgesel evreni kabul etme biçimlerini gösterme yeteneği eleştirel araştırmacılar tarafından ihmal edilmemelidir.

ÇABALARIN TUTARLILIĞI ÜZERİNE TARTIŞMALAR

Çabalar hakkında önde gelen görüşler aşağıda özetlenmiştir:

(1) Slack ve Allor'un belirttiği gibi (1983:208), pozitivist-deneyci okulun, eleştirel okulun ne olduğunu tanımlaması ya fazla basitleştirmedir, ya da saptırılmış biçimde sunmadır. Bunlara örnek olarak Blumler, Lang, Rogers, DeFleur ve Pool'u verebiliriz. Basitleştirme ve iki homojen grup halinde sunma (örneğin deneyciliğe karşı eleştirel, yönetimsel olana karşı eleştirel, baskıcı bilime karşı kurtarıcı bilim ikilemleri) eleştirel yaklaşım içindeki önemli farklılıkları görmezlikten gelir. Pozitivist-deneyci aydınların yaptığı en önemli yanlışlardan biri de, Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımı Frankfurt Okuluyla başlatmaları ve son yıllara kadar Marksist ve Marksist yönelimli kuramı eleştirel okul olarak sunmalarıdır. ABD'de Adorno ve Horkheimer Columbia Üniversitesindeki çalışmalarında, Lazarsfeld'in de dahil olduğu, "yönetimsel ve eleştirel" okullar arası tartışmalar olarak bilinen konu ve sorunları ortaya koydular. Lazarsfeld Amerikan deneyciliği ile Frankfurt Okulunun birleşebileceğini düşündü. Fakat Adorno'nun "eleştirel" çözümlemesi radyo araştırması projesinin yöntem ve amaçlarına ters düştü. Sonuçta Adorno'nun, Lazarsfeld'in önderlik ettiği bu projedeki müzik bölümü kapatıldı. Buna rağmen Lazarsfeld birleşmenin mümkün olduğunda ısrar etmeye devam etti. Bu ısrarı ve yönetimsel (administrative) araştırması ile eleştirel

araştırmayı karşılaştırma biçimi, bu iki tutum arasındaki siyasal ve epistemolojik farkları tümüyle anlamadan uzak kaldı. Adorno'ya göre sorun, kuram ve yöntem arasındaki basit farklılık değildi. Adorno araştırmacının toplumsal düzen içindeki yerinin ve konumunun farkındaydı. Ona göre, iletişim araştırmasının kendisi de eleştirel bir şekilde ele alınmalıdır. Sorun siyasal ve epistemolojiktir. Bilgi kuramı (epistemoloji) sadece basit yöntem sorunu değildir. Bu nedenle, Lazarsfeld toplumsal sistemde kitle iletişim araçlarının genel rolü üzerinde durmuştur. 1941'deki bu basit anlayış, bugün pozitivist-deneyci okulun Marksist ve Marksist yönelimli iletişimi anlatımında hala sürmektedir. Örneğin, Rogers fazla basitleştirilmiş bir ayrım sunmuştur. Bu ayırıma göre, deneysel (pozitivist-deneyci) okulun nitelikleri şunlardır: Niceliksel-deneysel (=istatistiksel olasılığa, rakamlara, kelle sayımına dayanan deneyselcilik); görevselcilik; pozitivizm; etkiler üzerine eğilme vb. Eleştirel Okulun nitelikleri ise şunlardır: Felsefi, Marksist, iletişimin geniş toplumsal yapısal koşullarını vurgulama, kitle iletişim sistemini kimin denetlediği konusuna eğilme. Slack ve Allor'a göre (1983:212), bu tasnif iki açıdan başarısızdır: (a) Farklılık olarak ileri sürülen öğeler gerekli ve yeterli bir farklılık ortaya koymaz. Öğeler zorunlu olarak çelişkili değildir; örneğin, iletişimin yapısal, toplumsal olarak ele alınması koşulu görevselci yaklaşımda da kullanılabilir (örneğin Wright), izleyici etkileri de bu biçimde incelenebilir (örneğin Morley). (b) Ayırımdaki her öğe ne eleştirel ne de eleştirel olmayan (pozitivist-deneyci) yaklaşıma özgüdür. Örneğin niceliksel ve deneysel olup da açıkça etkiler üzerinde durmayan yaklaşımlar da vardır. Üçüncü olarak, bu ikili ayırımda her iki kategoriye de giren yaklaşımlar vardır (örneğin, Gerbner'in kültürel göstergeleri). Kısaca, Rogers'ın birleşme teklifi iki kamp arasındaki farka saygı gösterme ve bu farkı tanımayı başaramaması yüzünden eleştirel kamp ile diyalog yerine, eleştirel kampın pozitivist-deneyci kurama katılmasını getirir.

Anayol iletişim araştırmacısı basit çizgisel anlamda bir nedensel bağ bulunduğunu varsayar. Bunun en basit şekli hipodermik şırınga görüşüdür, bu model gönderici, ileti ve alıcı terimlerini basit nedensellik zinciri içinde soyutlar: Gönderici iletiyi hazırlar ve ileti alıcı

bireylerin davranışını etkiler. Bu modeli izleyen birçok tutucu model geliştirilmiştir, fakat hepsi de bu çizgisel biçime uyar. Bu modele alternatif olarak sunulan modeller çoğu kez sadece "şırınganın" geliştirilmiş biçimidir. Örneğin, Katz ve Lazarsfeld'in iki adım akış modelinde, kanaat önderleri basit nedensellik zincirinde ilk alıcılardır ve yeni bir basit nedensellik zincirinin göndericisi olurlar. Kullanımlar ve doyumlar, tutum değişimi ve bilişsellikle ilgili psikolojik yaklaşımlardaki son gelişmeler, "araya giren etken" olarak bireysel psikolojiyi sokarlar. Bu psikolojik yaklaşımlar izleyiciyi yeniden tanımlar, fakat basit çizgisel zincir özünde aynı kalır.

Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımların çeşitliliği ve özelliği, çizgisel nedensellik modelini kırmaktaki farklılıktan doğar. Bu farklılıklar büyük ölçüde değişimci tutumlar için yararlanılan kaynakların alanı tarafından belirlenir. Bu kaynakların alanı, bütün insan bilimlerinin içinden geçer; ancak yaklaşımların farklılıkları ve ortak varsayımların tanımlanmasındaki zorluk nedeniyle, değişimci tutumlar arasında önemli kuramsal farklılıklar vardır. Bu farklılıklar siyasal ekonomi, Frankfurt Okulu, Marksist sosyoloji, bağımlılık kuramı, kültürel incelemeler gibi çeşitli kaynaklardan gelir. Dolayısıyla yaklaşımları sadece nedensellik hakkındaki görüşlerine göre "eleştirel" olarak niteleyemeyiz: Herhangi bir ayırım yapmaya karar vermeden önce, nedensellik sorusunun bilgi kuramı hakkındaki önemi, zorunlu olarak toplumsal gücün kullanılmasının siyasal önemine bağlanmalıdır. Bununla beraber, iletişim sürecinin yeniden tanımlanmasını içeren alternatif nedensellik yolları önerilebilir (Slack ve Allor, 1983: 214).

Marksist ve eleştirel yaklaşımlarda gönderici-ileti-alıcı iletişim sürecinin soyutlanabilir öğeleri olarak düşünülmez. İletişim süreci iletilerin kişilere etkisi bakımından tanımlanmaz. Bunun yerine, hem örgütsel, hem de simgesel yapılar olarak toplumsal biçimin (varolan siyasal, ekonomik, kültürel karşılıklı bağların) korunması, geliştirilmesi veya rahatsız edilmesindeki etkinlik (veya toplumsal rol) olarak tanımlanır. Örneğin, tipik bir siyasal ekonomi yaklaşımında kitle iletişim araçlarının yapısı ve içeriği, siyasal ve ekonomik güçler ile üretim ilişkileri tarafından belirlendiği şeklinde görülür. Bu yaklaşım

içinde araştırmacılar, ulusal ve uluslararası ölçüde kültürel malların üretiminin, dolaşımının altında yatan, bunu tanımlayan siyasal ve ekonomik dinamikleri (=iten, hareket ettiren, çalıştıran güçleri) ortaya çıkarır ve eleştirirler (örneğin, Gubach, Schiller, Smythe, Golding). Siyasal ekonomik yaklaşımdaki nedensellik modeli bir "ifadeci nedensellik" modelidir: Belli bir kitle iletişim örgütü veya malı çevrenin önemli bir yönü veya yönlerinin bir dışavurumu olarak tanımlanır. Bu yaklaşımda bu yön siyasal ekonomik çevredir. Bu sadece "neden" yerine "durum" veya "etki" yerine "örgütü" ya da "iletiyi" koyma değildir: Örgütler ve iletiler siyasal ekonomik süreçlerin kendilerinin öğeleri olur. Dolayısıyla iletişim süreci kitle iletişim örgütleri ve iletileri siyasal ekonomik bakımdan tanımlanır. Başka bir örnek olarak eleştirel kültürel incelemeleri verebiliriz (örneğin Hall, Willis, Hebdige, Corrigan). Bu yaklaşımlar doğrusal nedensellik (linear causation) modelini kırmaya çalışırlar: Kitle iletişim araçları, iletilerinin etkisi incelenen toplumsal grubun yaşam biçiminden ayrı düşünülemez. Bu yaklaşımlarda, toplumsal sınıf, alt kültürel yaşam biçimlerine özgü kitle iletişim iletileri ile bireysel bilinç ve davranış arasında gerekli "aracı-düzeyler" (ve araya girenler) olarak incelenir. İletilerin dilbilimsel çözümlemesi, alt kültürlerin "budunbetimi" kitle iletişim araçlarındaki temsiller ve alt kültür sitelerinde (örneğin fabrikada, okul bahçesinde) bulunan toplumsal varlığın anlamı ve aralarındaki karşılıklı ilişkileri araştırmak için kullanılır. Bu araştırmalarda dönen nedensellik modeli, yapısal modeldir. Yapısal modeller ne basit ön nedenlerin ya da (çizgisel modeldeki gibi) araya giren etkenlerin, ne de olgunun tek bütünü içeren toplumsal sürecin dışavurumu (ifadeci modeldeki gibi) ile ilgilenirler. Bunların yerine, siyasal, ekonomik, kültürel düzeyler arasındaki karşılıklı ilişkilerin biçiminin belli olguyu saptadığını düşünürler. Yapısal eleştirel kültürel incelemelerde, kodlanmış kitle iletişim araçları iletileri, toplumsal sınıf ilişkileri ve alt kültürel yaşam biçimleri toplumsal düzenin ayrı düzeyleri olarak görülür. Bu düzeyler arası ilişkiler karmaşık ve çoğu kez çelişkilidir. Sonuç önceden saptanmaz; bunun yerine, sonuç egemen ve egemenlik altındaki gruplar arasındaki toplumsal anlam üzerine olan mücadele içinde saptanır. Bu çoğul ve karşılıklı ilişkili soyutlanabilir nedenlerin,

"nedenin" yerini alması değildir. Çünkü bireysel düzeyler kendi ilişkileri dışında özgürlüğe ve etkinliğe sahip değildirler. Nedensellik, saptayıcısının bireysel öğelerinin toplamı tarafından değil, ilişkilerin niteliği tarafından belirlenir. İletişim, bu anlamda, anlam için mücadelenin olduğu somut durumların dışında etkilere veya kimliğe sahip değildir.

Bu iki örneğin de gösterdiği gibi, iletişim araştırmasında eleştirel yaklaşımlar radikal şekilde farklı nedensellik modelleriyle başlar ya da modeller geliştirmeye çalışırlar. Kendilerini çizgisel nedensellik modelinden tamamıyla ayrı tutarak, bu yaklaşımların her biri iletişimin doğasını aynı oranda radikal bir şekilde görürler.

Toplumsal güç ve gücün siyasallığı sorunsalı, nedenselliğin bilgi kuram sorusuna bağlı olarak, Marksist ve eleştirel yaklaşımları temelde öteki yaklaşımlardan ayırıp belirleyendir. Siyaset toplumsal gücün kullanımıdır. Bütün Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımların ana ilgisi toplumsal gücün kullanımında iletişimin etkinliğidir. Etkinlik, basit çizgisel terimlerle kavranmaz; bunun yerine, güç, toplumsal süreçler ve örgütler ile ve onların içinde ele alınarak anlaşılabilir. Güç, aynı zamanda kişiler tarafından da kullanılır; fakat kişiler tarafından gücün kullanılması daima yapısal belirleyicilerin sınırlan içinde düşünülür. Marksist ve Marksist yönelimli iletişim araştırmacısı, açıkça veya kapalı olarak, bilgi kuramı ve siyaset arasındaki önemli bağı hep belirtir, bilgi denetiminin toplumsal gücün kullanılmasına esas olduğu yollarla ilgilenir. Farklı Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımlar bu sürecin farklı anlarına eğilirler.

Siyasal ekonomi yaklaşımlarının çoğu, kitle iletişim araçları örgütleri ve iletilerinin siyasal ekonomik gücün kullanılışındaki öğeler oluş yollarına eğilirler. Siyasal ekonomistler devlet ile iletişimin üretimi ve dağıtımını yapan çeşitli örgütler arası ilişkileri incelerler. Bu yaklaşımlar, bu ilişkilerdeki gücü işlemeleriyle eleştirel ve değişimci olmayan örgütsel ve düzenleyici incelemelerden ayrılırlar.

(2) Mosco'ya göre (1983: 244), egemen pozitivist gelenek ve eleştirel yaklaşımın deneysel kanıta karşı gelme ya da kabul etme sorusu üzerinde ayrıldığı görüş yanlıştır: İyi bir araştırmanın kesin deneysel kanıta dayanmasında bir sorun yoktur. Fakat birçok

pozitivist, incelemelerini sadece bu kanıta dayamakla kalmaz, aynı zamanda kutsallaştırır ve "ölçülebilir verileri" araştırmanın kesin amacı yapar. Bu tutum araştırma görüşlerini daraltır, gerçeği ölçülebilen ve ölçülebileni de gerçek olarak görür. Ölçülebilir gerçek statükodur. Statükonun yaşadığı tarihsel anı çıkaran tarihsel geçmiş ve bu anı gelecekte ateşleyecek gerçekler bu ana sokulmaz.

Eleştirel görüşe göre, pozitivist fonksiyonalist yaklaşımda toplumsal incelemecinin kendini ve değerlerini araştırmanın konusundan soyutlama çabası, toplumsal araştırmanın çoğunda görülen kısırlıkla sonuçlanır. Eleştirel araştırma gözlemci ve gözlenen sorununa basit bir çare sunmaz; açıkça gözlemci ve gözlenen ilişkisini bir pozla bir yana itme yerine, gerçek bir durum olarak ele alır. Bu soruna eğilmek amaçları, değerleri açıkça tartışmaktır. Bu tür bir ilişki daha kesin kanıt standardı gerektirir. Ayrıca, eleştirel araştırma varolan gerçeğin anlatımı ile veya açıklamasıyla bitmez; açık bir değerle idare edilir: Halkın kendi geleceğini kendisinin saptaması özgürlüğü. Dolayısıyla, eleştirel araştırma hem varolan dünya düzeninin eleştirisini ilerletir, hem de bu düzeni değiştirecek "kritik durumu" sağlamaya çalışır. Bu tür kendini vermenin anlamı değişimin amacını geliştirecek alternatif toplumsal ilişkileri eleştirel bir şekilde incelemektir.

(3) Melody ve Mansell'e göre (1983:106), eleştirel ve yönetim araştırması geleneklerin uyuşmazlığının bir kaynağı "deneysel" teriminin kullanılışı ve kötüye kullanılışında yatar: İletişim alanında yüz yüze gelinen sorun deneyci kanıtta değil, hangi kanıtın aranacağı, nasıl toplanacağı ve ne için kullanılacağında yatar. Deneysel verilere başvuru siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel süreçleri anlamada zorunludur. Akla başvuru, deneysel kanıtı sistemli bir şekilde entegrasyon için gereklidir. Araştırma gelenekleri arasında ikilem yaratmak için oluşan çizgi araştırma pratiğine doğrudan bağlanmaz, aksine, kuramsal modellerin temel içeriği, gerçeğin doğası hakkındaki varsayımlar araştırma sonuçlarını etkiler; çünkü içerik ve varsayımlar değerleri yansıtır ve araştırma sorunlarının özel bir şekilde karakterleştirilmesine önderlik eder.

Melody ve Mansell'e göre (1983:108) eğer, ideal olarak, bilimsel yöntemde doğuştan bir yan tutma yoksa pratikte vardır: Sonuçlar

açıkça ideolojik, ekonomik ve siyasal pratik içinde kendi yolunu bulur. Araştırma politika için imalar taşır. Eğer analiz kategorileri çatışma, eşitsizlik, güç gibi şeyleri içermez ve dışarıda tutarsa, sonuç olarak, bu konular üzerinde durulmaz.

Yönetimsel araştırmacı, "bilimsel" araştırma kurallarına sıkı bağı nedeniyle, olayların, davranışın ve örgütsel yapının tarihsel koşulunun gözlemini yitirir. Çözüm soyut değişkenler arasında kurulacak ilişkilerin çözümlenmesine tarihsel kanıt getirmekten çok daha derindedir.

Pozitivist-deneyci okul belli işlem kurallarına uyarak yapılan araştırmanın değer yargılarından kurtulup nesnel bir niteliğe sahip olduğunu öne sürer. Marksist ve eleştirel okullar araştırmacının inanç sistemlerinden kaçınamayacağını ve araştırmanın değer yargılarından kurtarılmış nesnel gerçeği yansıttığı iddiasının yersiz, ideolojik olduğunu belirtirler.

İki okul arasındaki temel fark, soyut kuram ve yöntem alanından öte, uygun görülen sorunların seçilmesi ve bunu izleyen araştırma tekniklerini kullanarak analiz yapılmasında yatar: Başka bir deyişle, gerçek fark araştırmacının statükoya bağlılığı ile bunu değiştirme çabasında yatar. Dolayısıyla, temel fark ekonomik, toplumsal, siyasal amaçlarda yatar ve okullar arası iletişimin, anlayışın artması veya entelektüel tartışma ile çözülecek soyut teoremler değildir.

Smythe ve Dinh (1983:117), Melody ile Mansell'in yönetim ve eleştirel araştırma arasındaki temel farkın, seçilen sorunlarda ve araştırma yönteminde olduğu görüşüne ek olarak, bir üçüncü öğeyi de eklemişlerdir: Araştırmacının ideolojik yönelimi. Kendilerinin yansız olduğunu ve politikayla ilgilenmediklerini iddia eden araştırmacılar çalışmalarındaki değer yargıları nedeniyle çoğu kez en yanlı kişilerdir.

Tarihsel süre içindeki dünya gerçeğine bakarsak, evrensel, en kalıcı bölünme, zengin ve yoksul arasındaki yaşama araçlarını denetlemeye dayanan çelişkidir. Herhangi bir çelişkide, çelişkili yanların çelişmesi eşit değildir, çoğu kez simetrik de değildir ve iki güç birbiriyle mücadele içindedir. Her şeyde iki hareket durumu vardır: Birincisi, nicelikseldir; istikrar ve denge şeklinde görülür. İkincisi niteliksel dir. İçsel çelişkiler "birin" "ikiye" bölünmesiyle, transformasyonun bir "atlayıp öte yana geçen" niteliksel değişim

üretmesiyle yanlış yola sevk edici istikrar ve uyum görünüşü yıkılır. Bundan çıkan yeni çelişki, önceki çelişkili yanları kendi zıtlarına dönüştürür. Değişimin temeli her şeyin içindeki içsel çelişkilerdir, bu şeyleri çeviren dışsal çelişkiler niteliksel değişim için fırsatlar ya da bu değişimlere karşı barikatlar getirir. Toplumsal ilişkiler evrensel çelişkilerden geçerek işleyen, zaman ve uzayda hareket eden bir süreçtir (Smythe ve Dinh, 1983: 118). Bu perspektif içinde, çeşitli iletişim araştırma tipleri şu niteliklere göre yönetimsel veya eleştirel olarak sınıflandırılabilir:

(a) Seçilen sorunun türü: Yönetimsel yaklaşım incelenebilir sorunlar bir örgütün etkinliklerinin nasıl daha etkili yapılacağı üzerinde durur. Örneğin, bir diş macunu en iyi şekilde nasıl tanıtılabilir; bir örgüt için herhangi bir teknoloji en verimli bir şekilde nasıl kullanılabilir; işçilerin ücretlerini arttırmadan üretimi arttırmaları için neler yapılabilir gibi... Eleştirel incelenebilir sorunlar toplumun ortak gereksinimlerini karşılamak için örgütlerin nasıl örgütleneceği üzerine eğilir.

(b) Kullanılan araştırma yöntemi: Yönetim araştırmasında "araçlar" kavramı kişilere olan etkilerin araştırmada kullanılması anlamındadır. Eleştirel araçlar kavramı gerçek dünyadaki çelişkili sürecin tarihsel maddeci çözümlemesi anlamındadır.

(c) Sorun ve araçların seçimi kadar önemli olan ve çözümleme sonuçlarını araştırmacıların ele alış biçimiyle tanımlayan ideolojik perspektif: Yönetimsel ideoloji, yönetim sorunları ve araçları statükoyu destekleyen ya da ciddi bir şekilde rahatsız etmeyen sonuçlara, yorumlarla bağlamayı işaret eder. Eleştirel ideoloji, eleştirel araştırılabilir sorunlar ve araçları kurulu düzende radikal değişimleri içeren yorumlarla bağlamayı işaret eder. Yönetimsel araştırmada birinci tip niceliksel pazar araştırmasıdır. Bu tip araştırma şirketler tarafından desteklenir ve onların çıkarına hizmet eder. Bu araştırma kontrollü deneyle psikolojik öğrenme kuramında, Lasswell'in formülü ve survey yöntemine dayanır. Amerikan pazar yönelimli ekonomik modelle sisteme hizmet eden idealist çözümlemeler yapılır. Buna örnek olarak örgütsel iletişim hakkında yazılmış bütün kitaplar ve araştırmaları verebiliriz. Bu tür araştırma ve yayın teknolojiyi dünyanın gerçek sorunlarının "tedavisi" olarak sunarlar (örneğin Bell ve

McLuhan), bu teknolojik belirleyicilikle gerçek değişim süreçleri gözden uzak tutulur. Bu tür çalışmaların sonucu örgütsel süreçlerin gerçeğe dayanan bir çözümlemesinin gelişmesini engeller.

İkinci tür yönetimsel araştırma "örgütsel" çözümlemelerdir. Bunların birinci tipi toplumsal düzenin az çok utanmaksızın savunmasıdır ve düzenin önemsiz ya da hiçbir anlamlı değişikliğe uğramadan devamını savunur. Örgütsel araştırmaların ikinci tipi görünüşte bağımsız ve eleştireldir, fakat yöntem bakımından tarihsiz ve diyalektik olmayan bir şekilde maddecidir, belli bir noktaya kadar da reformcudur. Örgütsel yönetimsel çözümleme, örgütsel çerçeveli sorunlara ya eleştirel ya da görünüşte yansız perspektifle yaklaşır görünür. Örneğin, Annenberg İletişim Okulunun Kültürel Göstergeler Projesi ve Adorno'nun *Authoriterian Personality* incelemesi gibi... Kültürel göstergelerin yöntemi geleneksel (=pozitivist-deneyci) survey araştırması tekniğiyle birleştirilmiş geleneksel içerik araştırmasıdır. Televizyon programlama ve izlemenin nasıl ve neden bu durumda olduğunu açıklayabilecek bir tarihsel, örgütsel, diyalektik maddeci kapsamdan yoksundur. Kültürel göstergeler araştırması statükoyu rahatsız edicidir, fakat etkisi örgütlerin önemli bir şekilde yeniden örgütlenmesini ima etme veya belirtme yerine, reformcudur (Smythe ve Dinh, 1983:123).

(4) İlk bakışta "anayol" ve eleştirel yaklaşım arasındaki fark, yöntemsel ve işlemsel olarak görülür, bu yanıltıcı bir görünüştür. Kuramsal perspektif ve siyasal hesaplarda bulunan farklar bu ikiyi birbirinden ayırır. Bu farklar ilk önce kitle iletişim araçlarının çözümlenmesinde görünür. Fakat bu ilk ilgi konusunun arkasında toplumların ve toplumsal biçimlerin genel olarak nasıl çözümlenmesi gerektiğinde geniş farklılıklar yatar (Hall, 1982:56).

Frankfurt Okulu ile kötümser kitle toplumu görüşleri ABD'ye gitti. Yazılarında verdikleri ileti kısaca: "Faşizm burada da olabilir." Pozitivist-deneyci okulun buna yanıtı, gerçi kitle toplumunun yönelimleri kuşkusuz bellidir, fakat birinci gruplar (aile, arkadaş) Amerika'da ortadan kalkmadı, kitle iletişim araçlarının etkisi doğrudan değil, kısaca "çoğulculuk burada işliyor" oldu. (Bu sırada da elbette, kapitalist devletin baskı organlarıyla karşıtlar, protestolar, gösteriler güç kullanarak bastırıldı). Pozitivist-deneyci okulun incelemelerinde

kullandığı güç ve etki modeli deneysel ve çoğulcudur: Gücü A'nın, B üzerine doğrudan etkisi bakımından kuramsallaştırmıştır; siyasal bilimlerde olduğu gibi karar verme süreciyle kafaları meşgul etmiştir. Örneğin, ideal etki modeli seçim kampanyasıdır. Kampanya incelemeleri siyaseti oy verme ve oy vermeyi de kampanyanın etkileri olarak düşündüler. Ticari reklamlarla tümüyle paralel olan bu görüşte tarihsel dönemler ve değişimler, seçim sandığı öncesi, sonrası ve ötesi siyasal süreç ve biçimlenmeyi siyasal güç konuları, toplumsal yapı ve ekonomik ilişkiler sorunları rastlantı olarak değil, fakat kuramsal bakımdan referans çerçevesi dışında oldukları için yer verilmedi. "Çoğulculuk işliyor mu" veya "nasıl işliyor" sorusu yerine, "çoğulculuk işliyor" diye kabul edildi ve ne kadar iyi işlediği ölçülmeye çalışıldı. Toplum oldukça dar bir şekilde tanımlandı. Toplumu birlikte tutanın kurallar olduğu kabul edildi ve çoğulcu toplumda bu kurallar üzerinde geniş tabanlı bir fikir birliğinin egemen olduğu varsayıldı. Kitle iletişim araçları ve normatif fikir birliği arasındaki bağ, dolayısıyla, sadece değerler düzeyinde kurulabilirdi. Örneğin, Parsons'un *Toplumsal Sistemi'nde* (1951) bu değerler önemli rol oynar. Fakat bu değerlerin içeriği ve yapısı, nasıl üretildiği "öz değer sistemi" üzerinde kapsamlı bir fikir birliğinin var olduğu düşünüldü. Öz değer sisteminin merkezin dışındaki (=yani ana akımın, egemen kültürün dışındaki, etrafındaki diğer kültürler, değerler) daha "kaba" kültürleri yavaş yavaş emdiği, dolayısıyla bütün grupların merkez kültüre çekildiği belirtildi. Bu görüşe göre, hiçbir yapısal engel ya da sınıfsal sınırlar bu kültürel emme sürecini tıkayamaz. Diğer bütün ülkeler de bu modernleşme yolundadır. Dolayısıyla, çoğulculuk, sadece ABD'ye özgü değil, genel bir toplum modeli olarak sunulur. Daniel Bell (1960), S.M. Lipset (1963) ve benzerleri bu görüşle ideolojinin sonunu ilan ettiler. Fakat bu görüş, Amerika'daki yoksul zenci semtlerindeki başkaldırılara, öğrenci, karşı kültür ayaklanmalarına ve 1960'ların savaşa karşı hareketlerinin yaşam deneyine dayanamadı: Çünkü bunları açıklayacak kuramsal yapıya sahip değildi. Fakat belli bir süre egemenlik sürdü; 1990'lara gelindiğinde toplumsal bilimlerin yardımıyla desteklenen evrensel bir ideoloji oldu, öteki mallarla birlikte dünyanın her yerine postmodernizm adı altında ihraç edildi.

BÖLÜM XIX

1990 ve 2000'ler
KÜRESELLEŞMİŞ DÜNYADA HER ŞEYİN ÖTESİ:
ENDÜSTRİ ÖTESİ, KOLONİCİLİK ÖTESİ YAPISALCILIK ÖTESİ, EMPERYALİZM ÖTESİ MODERNİZM ÖTESİ, MARKSİZM ÖTESİ

1990 ve 2000'ler küreselleşme ve "ötesi" (post) ekiyle gelen yaklaşımların egemen olduğu zamanlar oldu. Eski kuramlara "ötesi" eki eklenerek eskiden kopuş anlatıldı. Endüstri ötesi (post-industrialism), kolonicilik ötesi (post-colonialism), yapısalcılık ötesi (post-structuralism), emperyalizm ötesi (post-imperialism) ve modernleşme ötesi (post-modernity ve post-modernism) kavramları toplumsal gündemlere oturdu. Bütün bu "ötesilerin" çıkmasına neden olan faktörlerin en önünde gelenin "enformasyon teknolojilerinin" gelişmesi olduğu ve bilgi toplumunun kurulduğu varsayımıdır. Bütün bu ötesiler kitle iletişimi üzerinde yoğun bir şekilde dururlar.

Ötesi (post) eki önünde durduğu kavramı niteler ve kavrama sonrası, ötesi, ilerisi ve aşılmışı anlamlarını verir. Endüstrileşme ötesi, kolonicilik ötesi, yapısalcılık ötesi ve emperyalizm ötesi kavramlarının hepsi de bir safhanın aşıldığını ve yapısal bakımdan yeni ve farklı bir safhaya gelindiğini anlatır. Örneğin küreselleşmeyle endüstri ötesi topluma ulaşıldığı ve global kentle sınıf çatışmasının yerini modern teknolojilerle yürütülen "karşılıklı bağımlılığın" aldığı ileri sürülür.

1990'lar, sürdürülebilir kalkınma, özelleştirme ve deregülasyon görüşlerinin yaygınlaştığı ve 2000'lerde devam ettiği yıllar oldu. Modernleşme ve kalkınma sözcükleri akademik gündemden kaldırıldı. Onun yerine önce sürdürülebilir kalkınma ve ardından modernleşme ötesi durum yerleştirildi. Sürdürülebilir kalkınma için IMF ve Dünya Bankasının kredi ve borç politikalarında yumuşama istendi.[98] Kısaca,

---

[98] *Dikkat edilirse, gene "yeni" teknoloji transferi adı altında teknolojik ürün satışı için bilinç yönetimine farklı kılıflar dikerek devam edilmektedir.*

sürdürülebilir kalkınma, araştırma bulguları sonucu sürdürülemez olarak belirlenen kapitalist kalkınmanın sürdürülebilirliği biçimine sokuldu. Kapitalist pazarın artan uluslararasılaşmasına paralel olarak iletişim de uluslararası alanda hızla önem kazandı. İletişim ve özelleştirme demokratlaşmanın ana unsuru olarak gösterilmeye başlandı. İletişim alanında özelleştirme ve deregülasyonla birlikte, özel teşebbüs sisteminin aktif izleyici kuramı liberal çoğulcu kültürel incelemeler yaklaşımlarıyla farklı bir kılıkta yeniden öne sürüldü. McLuhan'ın *global köyü,* Brezinski'nin global kenti ve Bell'in ideolojinin sonu tezleri küreselleşme ve postendüstriyalizmle yeniden canlandırılırken, karşıt yaklaşımlar da uluslararası nitelik almaktadır (örneğin Mattelart, 1991, 1994; Schiller, 1991; Erdoğan 1995, 1998).

Avrupa'da 1990'lar ve 2000'lerde "kültürel kimliklerini koruma ve sürdürme" veya "kaybetme" sorunu ve mücadelesi ön plana çıkartıldı. Türkiye gibi ülkeler ise "kimlik sorunlarını" kendi kimliklerini reddedip yeni kimliklere yamanma uğraşına başladılar. Kapitalist pazara entegre kimlikler bağımlı kimlikler değil de, karşılıklı bağımlılığı yaşayan çoğulcu kimlikler olarak sunuldu. Bu sırada Avrupa topluluğunun önde gelen amaçlarından biri de Avrupa'nın kültürel kimliğini korumak için tedbirler alma çabalarına girmek oldu. Avrupa'nın birleşmesiyle, Doğu Avrupa'nın kimliği ve Batıyla ilişkisinde bu kimliği nasıl belirleyeceği ve sürdüreceği sorunu ortaya çıktı; Balkanlardaki iç savaşlardan, Avrupa'da yabancı işçi düşmanlığından ve Müslüman teröristler korkusundan geçerek kimlikler yenilendi. Avrupa dışında diğer ülkelerin kültürel kimlik sorunu 1970'lerden beri uluslararası gündemdeydi. Batı (özellikle Amerika) kültürel emperyalizmi reddetmekte ve kültürel alışveriş, kültürel zenginleşme, globalleşme, post-endüstriyalizm, Postmodernizm, bilgi toplumu gibi tezlerini savunmaya devam etmektedir. Sömürülen ülkelerin siyasal, ekonomik ve kültürel elitleri de, globalleşmeye kurtarıcı olarak sarılmakta ve Batının pazar yapısına bütünleşmek için birbiriyle yarışmaktadırlar: Kölenin efendisinin peşinde koşuşu.

Küreselleşme ile birlikte medya biçimleri de globalleşti: Bütün medya araçları ve ürünleri küresel pazarda yer almaktadır. Medya sermayesi ve firmaları küreselleşti: Time Warner "Dünya bizim

izleyicimiz" derken bu gerçeği açıklamaktadır. Sony "küresel düşün, yerel hareket et" derken, uluslararası sermayenin küresel politikasını özetlemektedir. Küresel düşünürken ve yerel hareket ederken, sermaye emeğin ve üretimin kültürel mekanının küresel-yerel kalmasına dikkat etmektedir. Medya ürünleri materyal yapısı ve ideolojisiyle küresel olurken, öyküsü ve diliyle küreselin eşsizliğini yücelten ulusal-yerel karakterde biçimlendirilmektedir: IBM'in "IBM Türk" ve SKY Tv'nin " SKY Türk" oluşu gibi. Böylece uluslararası firma kültürü ve pazar ideolojisi yerelin yanına konuyormuş gibi gösterilerek, kültürel çoğulculuk ve küresel-yerellik hissi verilerek küresel egemenlik yaygınlaştırılmaktadır.

1990 VE 2000'LERDE İLETİŞİM KURAM VE ARAŞTIRMALARI

1990 ve 2000'lerde kitle iletişiminde yeni kuramlar çıkmadı, fakat Marksizm-ötesi, pozitivizm-ötesi, yapısalcılık-ötesi gibi "ötesi" ekiyle gelen yaklaşımlar moda haline geldi. Marksist siyasal ekonomi ve tarihsel materyalizm kökenli yaklaşımlar çok daha marjinal bir duruma düştü. Eleştirel okul veya Frankfurt Okul geleneği ortadan kalktı. Onların yerine, onları reddeden ve Marksist kavramları kullanmayan veya farklı bir biçimde kullanan sömürgecilik ötesi, post-althusserci, post-emperyalist "post-eleştirel" yaklaşımlar aldı. Bu kuramsal çerçeveleri yansıtan çalışmalar yaygınlaştı.

1990'lar ve 2000'lerde klasik tutucu kuramlara onları karmaşık gösteren yeni eklemeler oldu ve bazıları yeniden-sunulmaya devam edildi. Bunların yanında, insanların bilgisayarı, televizyonu ve yeni medyayı sanki insan ve mekan gibi muamele ettiği üzerinde duran "Media Denkleme modeli" (Reeves ve Nass, 1996) çıktı. Bu tür yaklaşımın yanında televizyonlu sanki canlıymış gibi karşısına alan, tv karakterleriyle konuşan ve çeşitli tepkide bulunan insan etkinliğini ele alan "parasosyal ilişki yaklaşımı" zenginleştirildi. Fenemonolojiyle zenginleştirilen "sembolik etkileşim yaklaşımı" post-modern durumu yaşadığı söylenen bireyin öznel deneyimleri ve duyguları üzerine eğilmeye devam etti.

Kitle iletişiminde kuramsal yaklaşımlar disiplinler arası olmaya devam etmektedir. Fakat disiplinler arası sınırlar artık büyük ölçüde

ortadan kalkmıştır veya belirginliğini önemli ölçüde kaybetmiştir. Kitle iletişiminde, birleşmiş ve kapsamlı bir kuram henüz inşa edilmedi ve varolan egemen akademik atmosferde edileceği de hiç beklenemez.

Ayrıca, kitle iletişim kuramları yöndeşme yerine post-modern durumun mantığına uygun bir şekilde uzmanlaşma, farklılaşma ve yayılma yönünde gelişmektedir. Bu da kaçınılmaz olarak çoğulculuk ve zenginlik varsayımını destekleyerek ideolojik olarak işlevsel olan "farklılaşma" görüntüsünü vermektedir. Bütünleştirici kuram (totalizing theory) geleneğinden hareket edenler bu farklılaşmayı parçalanma olarak nitelemişler ve bu sorun üzerinde dönem dönem düşünmeye başlamışlardır. *Journal of Communication dergisinin* 1983'deki Ferment in the field" sayısı; 1985'deki International Communication Association'ın Toplantısı; Dervin, Grossberg, O'Keefe and Wartella's *Rethinking Communication* (1989) ve *Journal of Communication dergisinin* 1993'de alanın geleceğiyle ilgili iki sayısı (sayı 3 ve 4) bu kaygılarla ilgilidir. Bu kaygı artık yersizdir, çünkü aydınlanmanın ve modernizmin "bütünleştirici" düşünce tarzı post-modern, post-marksist ve post-pozitivist durumda geçersizdir.

Aynı kuramsal okul içinde ve farklı yaklaşımlar arasındaki bölünmeler, özellikle kitle iletişimine kültürel incelemeler, edebiyat, dil, göstergebilim ve yapısalcılığın girmesiyle birlikte kesin sınırlarla ayrılamayan bir duruma gelmiştir. Hangi kuramın hangi felsefi, epistemolojik ve metodolojik akıma ait olduğunu teşhis etmek oldukça güçleşmiştir.

Sembolik etkileşimciliğin, fenomonolojinin, çoğulcu alımlama varsayımına dayanan yorumlamacılığın ve kurama hiç bir gerek duyulmayan yönetimsel araştırmanın artan etkisiyle de, kitle iletişimi kuramları dünyasında tek bir konuyu veya cinsiyet gibi tek bir birimi ve bu konuyla veya birimle ilgili tek bir varsayımı ele alarak irdeleyen ve bunu kuram olarak sunan yönelimler pozitivist okulda zaten vardı, fakat artmaya devam etmektedir. Bu tür yönelim iletişim fakültelerindeki derslere kadar uzanmıştır. Yakın geçmişte bir saatlik bir konu olan ve hatta akademik programa girmesi akademik düşünceye hakaret olan şeyler, şimdi bir dönemlik ders olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir zamanlar gülünç ve aptalca basit olarak

niteleneceği düşünüldüğü için düşünülmeyen bir çok şey, araştırma konusu olarak seçilmeye başlandı.

Bir diğer gelişme geleneksel algı ve tanıma/bilişle gelen sosyal-psikoloji odaklı yönelim yerine kültür ve kültürler arası üzerinde durma olmuştur. Daha doğrusu algı ve biliş kültür içine çökertilerek ele alınmaya başlandı. Bu yönelim de çoğunlukla küresel pazarın emek ve tüketici psikolojisini kültürel alt-yapılar bağlamında tanıması gereksiniminden kaynaklanmaktadır.

Teknolojinin fetişleştirilmesi, yüceltilmesi ve dertlere deva olduğu propagandasına her zamankinden çok daha fazla önem verilmektedir. Enformasyon/bilgi toplumu görüşüyle de desteklenerek, yeni-medya birçok sorunu çözen ve devrimler yapan araçlar olarak sunulmaktadır.

2000'ler kültürel incelemelerin modasının geçtiği ve kültürel inceleme merkezlerinin kapanmaya başladığı yıllar oldu. 1970'lerdeki yaygınlığından eser kalmayan klasik marksist incelemeler bilinç endüstrisindeki üretim tarzı, mülkiyet yapısı ve dağıtım sistemleri üzerinde durmaya devam etmektedir. Aktif izleyici/özne üzerinde duran ve ekonomik belirlemeyi sınırları tanımlayıcı ve baskı uygulayıcı süreç olarak ele alarak reddeden ve artık ondan kelime bile etmeyen yorumlayıcı (*Hermeneutical)* kültürel incelemeler küresel pazarın düşünsel ve çıkar mantığına uyduğu için 2000'lerde de gözde durumdadır. Bunun yanında "eleştirel hermeneutics" (a) metinleri anlam yapılarını üreten, biçimlendiren ve dönüştüren karmaşık yollar içinde ideolojik olarak görmeye, (b) deneyimin metinler arası alanına odaklanmaya ve (c) gücü "konu etrafında gösterenleri inşa etme" yoluyla metnin ürettiği anlam yolları içinde aramaya devam etmektedir.

Klasik anayol kuramların post-modern şekli

1980'lerin sonlarından beri anayol kitle iletişim kuramlarında bazı gelişmeler oldu. Çoğulcu yaklaşımlar toplumu rekabetteki gruplar ve çıkarlar karışımı olarak görmeye devam ettiler. Medya örgütleri devletten, siyasal partilerden ve örgütlü baskı gruplarından önemli ölçüde özerklik kazanmış örgütsel sistemler olarak tanımlanmaya devam edildi. Medyanın kontrolü, medya profesyonellerine önemli ölçüde özgürlük veren özerk yönetici elitin elinde olduğu düşüncesi güçlendi. Aktif izleyici kavramı yerini "tv önünde çoğulcu çözümleme

yapan özgür ve bağımsız izleyici" teziyle gelen ve aktif izleyicili tezini yineleyen görüş aldı: Öz aynı kalırken özün hakkındaki imaj yeni söylemlerle post-modern duruma uyarlandı. Medya kuruluşlarıyla izleyiciler arasında simetrik bir ilişki olduğu varsayıldı: İzleyiciler medyayı kendi arzu ve tutumlarına göre manipüle edebilirler, çünkü izleyiciler "toplumun çoğulcu değerlerine" sahiptirler; bu değerler onların "uyma, katılma veya reddetmesini" mümkün kılarlar.

Liberal okul medyada geleneksel etki, şiddet, oy verme ve siyasal konulara ağırlık vermeyi sürdürürken, bazıları medyanın daha geniş rolleri üzerine eğilmeye başladılar: Seymour Ure ve Blumler medyanın siyasal sistemin çalışmasındaki ve yapısındaki etkisi üzerine eğildiler; Graber ve McLeod, medyanın sosyo-kültürel entegrasyona etkisini incelediler; Reimer ve Rosengren sosyal benliğin biçimlenmesi üzerinde durdular; Rosengren, Noelle-Neumann ve McQuail'in medya ve sosyal değişime baktılar. McQuail, Blumler, DeFleur, Brown ve benzerleri 1970'ler ve 1980'lerde kullanımlar ve tatminleri geliştirirdiler, aktif izleyiciyi ayrıntılı bir şekilde incelediler, medyada sosyal sorumluluk görüşü geleneğine bağlı kalarak 1990'larda deregulasyon olayına karşı çıktılar.

Liberal okulun medya analiz yönteminde egemen eğilim Lazarsfeld'den beri ya alan araştırması (survey) ya da sosyal-psikoloji kaynaklı laboratuar deneyleri olmuştur. 1990'larda da, geleneksel psikolojik ve sosyal-psikolojik yaklaşımlar algılar, tutumlar ve davranışlar üzerinde laboratuar araştırmalarına ve deneylerine devam ettiler. Deney grupları ve gruplar arasındaki mesajın veya mesajla güdümlenmiş sembolik ilişkinin etki ve etkisizlik karşılaştırmaları sürdürüldü (örneğin, Jussim, 1992). Sosyal-psikoloji sosyal alışveriş, iletişim psikolojisi ve şebekeleri, seks, yaş ve ırksal gruplar üzerinde deneyimlerine devam ettiler (örneğin Molm, 1991). En önemli gelişmelerden biri elbette Türkiye gibi ülkelere yayılan alan araştırmalarının iletişim dışındaki akademik bölümlerde, özellikle işletme bölümlerinde, reklamcılık ve halkla ilişkilerle uğraşan sektörlerde artan bir şekilde kullanılmaya başlaması oldu. Buna iletişim fakültelerinde pozitivist-ampirik metodolojiyi bilmeyenlerin kurumlar ve şirketler için alan araştırması yapmaya başlaması eklendi.

Bu yaklaşımların, kültürü ele alan incelemelerinde içerik analizi egemendi. Fakat 1980'lerden beri Marksist yönelimli okulun etkileriyle kültürel incelemelerde liberal çoğulcu gelenek önemli bir yer almaya başladı. Çoğulculuk ve serbest akım tezleri yoğun bir biçimde yeniden işlenmeye başlandı. Çoğulculuk ideolojisi ile gelen liberal okul sosyal güç farklılığını, yapıyı ve sosyal sistemi büyük ölçüde "etki" dışında bıraktı. İdeoloji kullanıldığında oldukça çelişkili bir biçimde kullanıldı: Fiske, Grossberg, Carey, McQuail ve benzerlerinin yaklaşımına göre, insanlar örneğin televizyon izlemede ve anlamlandırmada ideolojik bağımsızlığa sahiptir. Çoğulcu anlatıma göre insanlar sosyalizasyon sürecinden geçerek (işte, okulda, evde, arkadaş ve diğer grup ortamlarında) oluşurlar. Yani kişinin oluşmasında ideolojinin rolü vardır. Fakat, her nasılsa, televizyonu izleyip anlamlandırmaya gelince, kişi birden ideolojiden sıyrılıyor ve özgür iradesiyle, kendi öznelliğiyle Fiske'nin semiyotik demokrasisinin çoğulcu mesajlarının çoğulcu anlamlarının çoğulcu insanı oluyor. Bu önemli bir çelişkidir.

Eleştirelin Marks'ı kovuşu ve idealist felsefeye sarılışı

Marksist kültürel yaklaşımlara ve siyasal ekonomi incelemelerine akademik destek 1990'larda daha da hızlanarak azaldı. 2000'lerde Marksist yaklaşımlar daha da marjinalleşti. Kültürel incelemelerin önemli bir kısmı "son andaki belirleyicinin ekonomik taban" olduğu görüşünü zaten 1990'a gelindiğinde terk etmişlerdi. Bu değişimde Post-modernist Baudrillard ve Faucault gibi post-yapısalcıların önemli etkileri oldu. İngiltere ve Avrupa'da eleştirel iletişim kuramı ve araştırmaları Amerikan liberal çoğulcu biçime benzeyen, fakat daha çok "metin" veya "semiyotik anlam" üzerinde çoğulculuğa eğilen bir yaklaşıma dönüştüler. Avustralya'da Fiske ve Amerika'da Grossberg bu çoğulculuğa kendilerince yeniden tanımlamalarla katıldılar. İngiltere'de Hall 1980'lerin sonlarına doğru, Marks'ın "ekonomik" ile "siyasal" arasındaki bağın hem pratik hem de kuramsal bakımdan çözüldüğünü ve dağıldığını belirtti. 1970'lerde Althusser ile Gramsci'nin "rahatsız" senteziyle gelen Hall, 1980'lerin sonlarına doğru ideolojik rekabete eğilen, fakat gene de egemen fikirlerin etkisine ve medyanın gücüne önem veren bir değişime uğradı. Althusser 1990'larda "kaba Marksist fonksiyonalizmin" savunucusu

olarak nitelenmeye başlandı. Post-Althussercilerin çoğu ekonomik belirleyiciliği hatta zayıf ve indirgemeci olmayan biçimde bile reddettiler. Baudrillardcılar, "tahtından indirilen ekonominin" yerini "öznelliğin" aldığını belirterek buna katıldılar.

Marks'tan uzaklaşanların bazıları daha 1970'in başlarında Gramsci'ye sarılmışlardı. Yönetici/egemen sınıf, çoğu kez farklı sosyal tabakaların "güvensiz ittifakı" olarak ele alınmaya başlanmıştı. Egemen ideoloji egemen söylemlerin (metinsel iletişim faaliyetlerinin) alanı olarak yeniden tanımlanmıştı. Gramsci 1990'larda söylem analizi yapan Neo-Gramsci oldu: Medya yönetici sınıfın fikirlerinin ileticisi/taşıyıcısı olma yerine, rekabetteki sosyal güçlerin yarış sitesi olarak ele alındı. Sorunu üretimin yapısı ve ilişkilerinden soyutlayıp göstergesel anlamlandırmaya indirgediğimizde bile, işçi sınıfıyla sermayenin "rekabeti" ve bunun metin dışında gerçek egemenlik ve mücadele ilişkileri içindeki anlamını düşündüğümüzde, bu "rekabet" görüşü yeni bir anlam alır: Saçmalığın mitleştirilerek gerçeğin yerini alması. Hangi güçler medya'da ve medyadan geçerek rekabet etmektedir? Televizyon ve film seyreden ve gazete okuyan sen ve ben neyle ve kiminle mücadele ediyoruz? İzleyicinin televizyon önünde çözümlemeler yapmasının anlamı, onu bu güçler arasına güçlü olarak mı katmakta? İzleyici çözümlemeler yaparak katılırken, güçsüzlüğünü mü yoksa güçlülüğünü mü yeniden-üretmektedir? Sen ve ben iletişim teknolojilerini ve ürünlerini kullanarak yaptığımız katılımla, egemenliği mi paylaşıyoruz, egemenliğe mi ortak oluyoruz? Egemenlik arayışında ekonomik güç kazanarak kendini kendi için temsil edenler veya temsil ettirenler kimler? Ücret politikalarını belirleyenler ve değiştirenler televizyon önünde veya metinde ne tür "özgür" çözümlemeler yapıyorlar ve bu çözümlemelerin sonuçları ne? Örgütlü sosyal yaşam metinlerde veya söylemlerde (discourses) kurulup metinlerde ve söylemlerde mi yıkılıyor ve yeniden inşa ediliyor? İnsan ve insanlık tarihi olağanüstü söylem safsatalarıyla değil, hunhar materyal üretim biçimleri ve ilişkileriyle inşa edilmiş, sürdürülmüş, yıkılmış ve yeniden kurulmuştur. Olağanüstü masallar ve araçlar sadece yönetmek için vardır. Masallar yönetmez, masalların yardımıyla yönetim yapılır. Masalların yönetmek için çalışmadığı durumda, daima modern baskı,

terör ve katliam teknolojileriyle yapılan uygulamalar vardır. Dilin dışında olmadığı iddia edilen gerçek, aslında dili de biçimlendiren yaşanan örgütlü gerçektir.

Frankfurt Okulu'nun kitle kültürü kötümserliği 1980'lerde artan bir şekilde reddedilmeye başlandı. Frankfurt Okulu ilk kuşağın ölümünden sonra uzun yaşamadı. Giderek, örneğin Hobson ve Schudson'un yaptığı gibi, anlamın medya tüketimi koşulunda yaratıldığı tanınmaya başlandı. İnsanın sosyal içinde kendini üretme tarihi belli tüketim anlarına indirgenen tarihsiz tarih olduğunda, elbette anlamın izleme sırasında üretildiği, reklamın etkisi olmadığı gibi sonuçlar doğru ve geçerli görünür.

Garnham ve benzerleri kültürel materyalizm tezi üzerinde eğilmeye devam ettiler. Diğer siyasal ekonomistler iletişim çalışmalarının materyal üretim ilişkileri temeli üzerinde yapılması zorunluluğu konusundan vazgeçmediler.

Uluslararası yansımalar

1990 ve 2000'lerde, Uluslararası iletişimde liberal okullar globallik, çoğulculuk, bilgi toplumu ve "ötesi" gibi "yeni" gelişmeleri yücelterek ele alırken; Marksist ve Marksist yönelimli okullar küreselleşen sermayenin örgütlü yapısı ve faaliyetlerinin doğası ve bunun uluslar içi, uluslararası ve kitleler için sonuçları üzerinde durmaya devam ettiler. 1980'lerde Afrika ve Latin Amerika'da yapılan haber akışı araştırmaları hem tek yönlü akımın varlığını hem de medya bağımlılığı ve kültürel emperyalizm tezlerini desteklemişti: "Az gelişmiş ülkelerde, Batının haber ajansları yanında, Batının haber değerleri iletişim araçlarına hakimdir" (Stevenson ve Cole, 1980) sonucu her eleştirel incelemede ortaya çıkmıştı. Krizler, silahlı çatışmalar ve cinayetler üzerinde duran (Weaver and Wilhoit, 1984) batı haber ajanslarının enformasyonda hangi konuların işleneceğinde gündemi kurdukları, bunun diğer ajanslar tarafından kopyalandığı, Batının haber değerlerinin diğer haber ajanslarında da egemen olduğu (Meyer, 1989) bir çok araştırmayla bulunmuştu. Smythe (1986) ve Schiller'in 1970'lerden beri belirttiği gibi, kapitalist toplumun askeri-sivil-endüstri işbirliğiyle yönetildiği görüşü geldi; dolayısıyla toplumun artık askeri ve

sivil olarak ikiye ayrıldığı ve sivillerin yönettiği fikri geçersizleşti. Bu ve benzeri koşulların doğası 2000'lerde de değişime uğramadı.

1990'larda medya sistemlerinin ticarileştirilmesi yönünde baskılar çoğaldı ve 2000'lerde dünyada iletişim sistemlerinin özelleştirilmesi, stratejik önemi olan birkaçı hariç, tamamlandı. 1970'lerin sonuna doğru örneğin Latin Amerika'da özelleştirme ve özel ticari medya yayılmaya başlamıştı (Beltran ve Cordona, 1979). Avrupa'da ilk ticari medya patlayışı aynı yıllarda İtalya'da oldu ve 1980'lerde bütün Avrupa ticarileşmeye başladı. 1990'da ise Türkiye ve benzeri ülkelerde yoğun özelleştirme girişimleri başladı (Erdoğan, 1995); 2000'lerde kitle iletişiminde özelleştirme, kamu radyo ve televizyon sistemi marjinal duruma düşürülerek, dünyada tamamlandı.

Kültür emperyalizmi teziyle incelemeler yapanların önemli bir kısmı 2000'lerde uluslararası ekonomik düzene ve bu düzendeki örgütlenmeler ve ekonomik ilişkilere eğildiler. Sadece ileri kapitalist ülkelerin yapısına değil, aynı zamanda diğer ülkelerdeki yapılar ve ilişkiler üzerinde de durmayı artırdılar. Bunu yaparken, konuyu uluslararası ekonomik ve iletişim düzeninin teknolojik, kültürel, ideolojik, profesyonel ve ilişkisel doğası gibi bağlamlar içinde işlediler.

Bazıları (örneğin Mattelart & Mattelart, 1990, 1992, 1994) kültürel emperyalizm kuramından ve sınıf çatışması çerçevesinden vazgeçip, ulusal ve uluslararası elitler arasındaki çatışma, egemen ulusal elitlerin çıkarları, sermaye/yatırımcılar arasındaki rekabet, temel üretim personelin gündem ve faaliyetleri, devletin özellikle politika yapıcı ve alt yapının destekleyicisi olarak karışması üzerinde durmaya başladılar. Mattelart kültür sorununu bir çeşit simetrik olmayan karşılıklı bağımlılığa dönüştürdü. Bu analiz, Fransız kültürü ve Amerikan kültür ürünleri ve sermayesinin çatışmasında doğru olabilir, çünkü Amerika Fransa (ve Avrupa) ilişkisinde Avrupa kapitalistleri ve devletleri tarafından güçlü direniş olanağı ve olasılığı vardır. Ayrıca Avrupa kapitalistleri devletlerinin yardımıyla Avrupa Konseyi ve topluluğu içinde kendi aralarında "direnme bloğu" kurarak Amerika ve Japonya'yla rekabete girişebilirler. Brezilya'nın Globo'su, Meksika'nın telenovelaları, Avrupa ülkelerindeki direnişler elbette incelenmesi gereken oluşumlardır. Elbette, ulusal sermaye yapısı, siyasal yapı,

iletişim örgütlerinin gelişme tarihi ve değişmeleri önemlidir. Bunlar bilinmeden iletişimi anlayamayız. Fakat bütün anlama çabaları yabancı sermaye, uluslar arası teknolojik, siyasal ve kültürel yapılar anlaşılmadan da başarıya ulaşamaz.

Uluslararası iletişim ilişkisini ve yapısını simetrik olmayan karşılıklı bağımlılık, iletişim emperyalizmi veya kültürel temas ve gelişme olarak nitelemeler arasında çok önemli sonuçlara giden farklılıklar vardır: Bu farklılıklar, sorun çözümüne yaklaşımları, politika ve uygulama biçimlerini belirler. Politika ve uygulamalar birinde (örneğin simetrik olamayan karşılıklı bağımlılıkta) emperyalizm olarak nitelenirken, diğerinde (örneğin kültürel kontak veya post-endüstriyalizmde) gelişme olarak nitelenir. Bu nitelemelerle birlikte, birinde uygulamaların ve politikaların temelde değişmesi önerilir; diğerinde devamı ve mükemmelleşmesi aranır. Simetrik olmayan karşılıklı bağımlılıkta, asalağın yaşam koşulları sömürülenin varlığına dayanır. Sömürülenin varlığı ise asalağın yarattığı ve kontrol ettiği asalaklık dünya düzeninin içinde, asalak olana bağımlıdır; yoksa açlıktan ölür. Kısaca simetrik olmayan karşılıklı bağımlılık yaklaşımı, egemen dünya düzenine ilk baktığımızda görüleni oldukça doğru olarak anlamaya yönelimlerden biri olabilir. Fakat yaklaşımdaki tehlike, karşılıklı bağımlılığın "asimetrik" olduğu görüşü, çözüm olarak bu bağın simetriğe doğru yaklaştırılması yönünde bir düşünü tarzı getirebilir. Yani sorun politika sorununa indirgenerek farklı bir çerçeve içine sokulur. Asimetrik ilişkiyi karşılıklı bağımlılık olarak nitelemek giderek sömürü ilişkilerini meşrulaştırmaktır. Elbette ideal simetrik ilişki toplum yaşamında beklenemez; fakat bu asla sömürünün kaçınılmazlığı anlamına alınmamalıdır. Belki Mattelart'ın Fransası ile Pool'un Amerikası arasındaki asimetrik karşılıklı bağımlılık anlamlı bir niteleme olabilir, çünkü Fransız burjuvazisi ve devleti, Avrupa Topluluğuyla ele ele işbirliğinde bu asimetrik karşılıklı bağımlılığı kendi çıkarlarına daha çok hizmet eden bir karşılıklı bağımlılığa dönüştürebilirler. Fakat Türkiye ile ABD ve Avrupa arasındaki iletişim ürünleri ve teknolojisi ve örgütlü iletişim pratiğinde, iletişim politikalarında, bu politikalarda özel girişimin ve devletin (TRT dahil) rolünde asimetrik karşılıklı bağımlılık iki ülke arasındaki karşılıklı bağımlılık değil, sermaye güçleri ve bu

güçleri temsil eden siyasal yapılar arasındaki karşılıklı asimetrik bağımlılığı anlatır. Bu karşılıklı bağımlılık gerçekte tek taraflı egemenliğe dayanan asimetrik ilişkidir. Karşılıklı bağımlılık bu ilişkinin kurulduğu ve yürütüldüğü yapay-gerçek içinde geçerlidir ve kendini evrensel bir gerçek gibi gösterir. Bu karşılıklı bağımlılık da sermaye güçleri arasında sömürünün ganimetini paylaşmadaki asimetrik bağımlılık olarak nitelenebilir, fakat geniş kitleleri bu ilişkiye kattığımızda, bu kitlelerin sermayeye bağımlılığı meşrulaştırılmış bir sömürü düzenine dayanan yaratılmış bir bağımlılıktır. Ücretli kölelik sisteminde çalışan sınıfların yaşam zorunluluğu için kapitaliste bağımlılığı, mülkiyet ilişkilerinden gelen yoksun bırakılmışlığı yaratan sahiplik düzeninin getirdiği bir bağımlılıktır. Bu bağımlılık ücret politikalarıyla, siyasal adalet sistemiyle, orduyla, polisle, kitle iletişimiyle ve iş yerinin örgütlenmesiyle tutulan ve sürdürülen bir bağımlılıktır. Bu simetrik-olmayan karşılıklı bağımlılık içte kapitalist sömürüyü ve uluslar arasında ise emperyalizmi heceler.

Türkiye

Türkiye 20. yüzyılın son 20 yılında Batı dünyasına karşı izlediği yakınlık politikalarının bir sonucu olarak Batı'da geliştirilen teknolojik yenilikleri, önerilen doğrultuda ülkeye aktarma ve kullanma politikası gütme zorunda kalmıştır. Deregulasyon politikalarının bir sonucu olarak radyo televizyon yayıncılığında kamu yayın tekeline son verildi; ticari radyo ve tv kanallarının çoğalması kitle iletişim araçlarının önemli ve etkili olduğu konusundaki kanıların güçlenmesine yol açtı. Bazen dördüncü gücün bazen ötekilerden daha güçlü olduğu konusundaki kanılar yaygınlaştırılmaya başlandı. Fakat Türkiye'deki medya patronları bu gücü diğer güçlerle karlı işbirliği elde etmek için araç olarak kullanmayı çoktan öğrendiler. [99]

Türkiye 21. yüzyıla, bütün dünyada olduğu gibi, internet, uydu yayınları ve özelleştirmelerle girdi. Kitle iletişiminde yeni teknolojik araçlar kullanılmaya başlandı. Kitle iletişiminin örgüt yapılarında önemli değişiklikler oldu. Kitle iletişimi pazarı global bir duruma geldi

---

[99] *Dördüncü güç düşüncesinin burjuva temeli ve ideolojik fonksiyonu için bkız: Erdoğan (1999b).*

ve Türkiye bu global pazarın önemli bir parçası oldu. Özellikle Amerika'da başlayan deregülasyon politikalarının etkisi Türkiye'de özelleştirmeler biçiminde kendini gösterdi ve kitle iletişiminin içeriğinde ciddi değişmeler oldu. Kitle iletişimine ekonomik, siyasal ve kültürel bağlamlarda ilgi çok arttı. Bütün bu gelişmeler Türkiye'de de post-modern ve liberal çoğulcu görüşlerle kutlanarak ve yücelterek desteklenirken, karşıt görüşler tarafından ciddi eleştirilerle karşılaştı.

Gelişmeler bugün Türkiye'de kitle iletişim sektörünün siyaset ve sermaye oyununu aynı anda oynamasını yoğunlaştırmıştır. Kitle iletişim alanında mülkiyet ilişkileri büyük tekellerin kurulmasına gitmiş ve tekeller arasında kuralsız ve genellikle halka yansıtılan seviyesiz çatışma ve rekabetler çıkmıştır. Medya örgütlerindeki iş ilişkileri ve ücret politikaları araştırma olanakları olmadığı (bilgi gizlendiği) için resmi olmayan kişiler arası iletişim kanallarından elde edilen enformasyonlara göre oldukça keyfi ve sömürgen bir karaktere sahiptir. Çoğu kişi çok az ücretle çalıştırılırken, bazıları resmi olarak düşük bir ücret, fakat gayri resmi olarak, elden yüksek miktarda maaş almaktadır. Bu durum kitle iletişimi örgütlerinde etik yoksunluğunun desteklendiğine ve iş güvencesinin olmadığına işaret eder. Bütün bunlar Türkiye'de bilimsel araştırma ve açıklama bekleyen konular ve sorunlardır. Kitle iletişimi örgütleriyle ilgili örgüt içi ilişkiler ve iletişimi, kitle iletişimi sermayesinin çıkarını gerçekleştirme, sürdürme ve yaygınlaştırma temelinden hareketle ele almak daha verimli olduğu için küresel pazardaki yönelim bu yöndedir. Türkiye'de buna bile gereksinim duyulmamaktadır. Daha kötüsü tüketicilerin ayağına giden pazarlamacıların "araştırma yapıyoruz" sahtekarlığını anlayan insanların, artık gerçek araştırma yapanların bile yüzüne kapıyı kapamaya başladığı gibi, örgüt iletişimiyle uğraşan ve vücut dili, etkili iletişim, duyarlılık eğitimi, empati eğitimi gibi eğitim veren örgütlü şarlatanlık Türkiye'de arttı ve şirket/kurum yöneticileri yakında gerçek anlamıyla eğitim ve araştırma yapanlara kapılarını kapayacaklar.

1960 sonrasında gelişen iletişim alanında yapılan çalışmaların dağınık ve analiz yapmaya izin vermediğini söylemek şaşırtıcı değildir. Tamamen kişisel ve koşullara bağlı olarak yapılan çalışmalar sayıca da az olduklarından Türkiye'de dönemsel ayrımlar yapmak güçtür.

Son on yılın değişen ve gelişen iletişim ortamı bile yeterince merak uyandırmış görünmemektedir. İletişim araştırmaları konusunda her şeye rağmen umutlu olmayı gerektirecek bir gelişme vardır. Bu da farklı birikimlere sahip araştırıcıların alana gösterdikleri ilgidir. Türkiye'deki iletişim konusuyla son yıllarda doğrudan veya dolaylı olarak ilgilenen yapıtlar verenler arasında Atabek (2001), Doğan (1998), Özdemir (1998), Yengin (1994), Topçuoğlu (1996), Uluç (2003), Tılıç (2003), Alemdar (1999), Alemdar ve Kaya (1983), Başaran (2000), Geray (2003) ve Gencel-Bek (2003) gibi isimler görürüz. Bunların dünya ve Türkiye koşullarında özgün çalışma yapma zorunluluğunu duymaları araştırmaları geliştirebilecek önemli bir etken gibi görünmektedir. Bu süreç özel ve kamu sektörünün araştırmaya göstereceği doğru ilgiyle beslenecektir. Bu ilgiyi kanıtlar gelişmeler henüz sınırlıdır, ama Türkiye'de iletişimin 1960'lardan farklı olarak bugünkü kadar önemli hale geldiği başka dönem olmamıştır.

Türkiye'deki bu gelişmelerin anlaşılması aynı zamanda kitle iletişiminin tarihsel gelişiminin bilinmesini gerektirir. Bu teknolojiler Türkiye'de yaratılmadığı ve farklı kültürel ve tarihsel yapıların ürünü olduğu için, kaçınılmaz olarak, çıkıp geldiği yerler ve çıkış koşullarının bilinmesi gerekir. Bu da bizi kitle iletişimi tarihini özellikle Türkiye'de inceleme gereğine götürür ki, ne yazık ki, bu bağlamda Türkiye'de yok denecek kadar az inceleme yapılmıştır.

1990'lar ve 2000'lerin Türkiye'sinde iletişim ve kuram konusu genellikle Batı'yı tanıma, Batı'yı kitap çevirileriyle transfer ve Batı'yı eleştiri biçimlerinde olmaktadır. Türkiye'de iletişim fakültelerinin ve okullarının niceliksel gelişmesine rağmen kuram ve özellikle kitle iletişimi dışında iletişim araştırmaları yok denecek kadar azdır. Kitle iletişimi araştırmalarının çoğu pozitivist-deneyci yaklaşım çerçevesi içinde tasarlanan alan araştırması biçimindedir. Bu araştırmaların hemen hepsinin ciddi metodolojik sorunları vardır. Ne yazık ki en uyduruk ve en küçük bir akademik değeri olmayan araştırmalar (ve tezler) halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında olmaktadır. Kitle iletişimi alanında eleştirel kültürel incelemeler olarak kendilerini niteleyen makaleler ve tezler oldukça boldur. Bunların çoğu bilimsel sistemlilik ve tutarlılıktan yoksun, hiç bir epistemolojik ve metodolojik temele

oturtulmamış, gülünç öznel değerlendirmelerden öte gidememektedir. Hele post-modernlik ile gelen birkaç yapıt, iyi ki birkaç tane var sadece, sosyal bilime yakışmaz bir basitlik ve ne dediğini bilmezlik karakteri taşımaktadır. Sosyal bilim kimin ne dediğini toplayıp, birkaç başlık ve alt başlıklarla arka arkaya sıralayarak yapılan dedikodu derlemesi değildir. Sosyal bilim birikmiş bilgi ve deneyimleri temel alarak yapılan sistemli ve tutarlı bir tasarımla başlar. Ne yazık ki kitle iletişimi alanında Türkiye'de bu başlangıcın varlığını gösterecek çalışmaya rastlama olasılığı çok az. Bunun temel nedeni iletişim fakültelerinde akademisyen veya araştırmacı olarak hazırlanan lisans üstü ve doktora öğrencilere felsefe, epistemoloji, metodoloji, bilim tarihi dersleri verilmemektedir. Akademisyenlerin bazılarının Durkeim'in, Aristo'nun, Plato'nun, Marks'ın vb. ne dediklerinden çarpıcı parçaları ve klişeleri ezberleme ötesinde, bunları bilmediği veya yanlış veya yarım bildikleri için, kendilerinin yeni nesilleri yetiştirme kapasiteleri yoktur. İletişim fakültelerinde lisans seviyesinde bile sosyal bilimlerde araştırma yöntemi dersleri ya (1) yoktur (istatistik dersi sadece bir aracı kullanmayı anlatır, sosyal bilimlerde yöntemi değil), (2) ya da yöntemle ilişkisi yöntemi anket sorusu hazırlamaya ve uygulamaya indirgeyen veya bir metni keyfi olarak yorumlama sanan, ki bu bizde çok fazla, öğretim üyeleri tarafından verilmektedir. Bilişsel ve akademik seviyenin (ve elbette ilginin) ne denli aşağıda olduğunu görmek için en iyi sayılan iletişim fakültelerinin lisans ders programındaki isimlere bakmak bile yeterlidir: "Halkla ilişkilerde temel kavramlar" diye ders ismi olmaz, çünkü "kavramlar" bir derste anlatılır biter. Geriye kalan 14 haftada ancak kavramlar üzerinde tarihsel, kuramsal, felsefi, epistemolojik bağlamlarda tartışmalar yapılabilir ki bu da birinci sınıf lisans öğrencisine uygun değildir. Kavram kelimesini değiştirerek "iletişime giriş" veya "halkla ilişkilere giriş" yapma çabasına bile bütün gücüyle direnen akademisyenler var ve bu insanların bilim alanında olmaması gerekir, çünkü en azından bilim yeniliğe ve değişime açıklığı varsayar.

Bizim son yıllardaki çalışmalarımız iletişimde kuram ve yöntem ile ilgili bilgi birimini sunmak, eleştirel olarak değerlendirmek ve böylece bizden sonrakilere hareket edecek bir zemin hazırlamak amacıyla

yapılmıştır. İletişim kuramı olarak, bizim 1990, 1998 ve 2002'deki kitaplarımız Batının kendi içinde çatışan ve dünyada çeşitli yansımalarını gördüğümüz görüşleri sunmuştur. Türkiye'de basılmış kuramla ilgili yapıtların ve çevirilerin ya tek taraflı bir karaktere sahip olduklarını ve pozitivist-deneyci okulun ideolojik sunumları olduğunu ya da yanlışlıklarla dolu ve yetersiz olduklarını gördük. Bizim amacımız daima kimin ne dediğini sunarken, bu sunumu tarihsel insanın ve toplumunun doğasıyla karşılaştırarak eleştirel bir gözle değerlendirmek olmuştur: Bir şeyin doğasını bilmek ve onu değerlendirebilmek için, önce onun kendini nasıl sunduğunu, onun nasıl anlatıldığını bilmek gerekir. Ardından onun kendini sunuşunu ve onun sunuluşunu kendimizin değerlendirmesi gelir. Pozitivist metodolojiyi bilmeden, pozitivist metodoloji doğru ve geçerli bir şekilde eleştirilemez. McQuail'in iletişim kuramları yapıtlarının çevirisi, liberal görüş açısından, çeşitli eleştirel yaklaşımları da içeren bir sunuma sahiptir. Kültürü ve ideolojiyi ele alan yapıtları anlamak oldukça ciddi bir hazırlık ister. Çoğu yapıtlar kapitalist liberal demokratik ideolojiyi destekleme biçimindedir. Benzeri biçimde, Türkçeye çevrilen Fiske ve benzerlerinin kuram kitapları izleyicilerin iletişimin sonucunu belirleyiciliğine dayanan kültürel araştırmalarıyla, kişilerin özgürlüğüne dayanan çoğulcu liberal yaklaşım tarzını işler.

Kitle iletişimini uluslararası bağlamda ele alan Türkçe yapıtlar da azdır. Olanların çoğu da çeviridir ve gerçek anlamıyla eleştirel olan özgün yapıtlar çok azdır. Erdoğan (1995) *Uluslararası İletişim* ve (1998) *Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim* çalışmalarında olduğu gibi, bu tür incelemeler teknolojik yapı transferinin genel toplumsal yapı transferinin bütünleşik parçası olduğu; bu transferle birlikte ilgili egemen pratiklerin ve ideolojilerin de transfer edildiği; iletişimde ürün transferinin hem ekonomik hem de kültürel emperyalizmin bir parçası olduğu; emperyalizmin sadece dış egemenliğin istilasıyla sağlanmadığı, ülke içindeki egemen güçlerle işbirliğiyle gerçekleştirildiği; medyadaki gazetecilik/televizyonculuk, film yapıcılığı, programcılık gibi iş etiği ve pratiklerinin egemen bir profesyonel ideolojiyi oluşturduğu ve bu oluşumun temel iki ana unsurdan ortaya çıktığı; Batının profesyonel ideolojileri ve Türkiye'deki

siyasetle iç içe olan ekonomik çıkar anlayışından gelen medya yönetimi ve profesyonellik anlayışı üzerinde dururlar.

Türkiye'de iletişim uzun zaman sadece kitle iletişimi içine sıkıştırılmıştır. Kişinin kendi kendine iletişiminden başlayarak kitle iletişimine kadar olan geniş yelpazede bir yapıt ancak Erdoğan'ın 1997'de *İletişim, Egemenlik ve Mücadeleye Giriş* çalışmasıyla gerçekleşmiştir. Bunu gene Erdoğan'ın *İletişimi Anlamak* (2002) yapıtı takip etmiştir. Erdoğan her iki çalışmasında da bütün iletişim türlerini, üretim biçimi ve ilişkileri temelinden hareket ederek ele alıp açıklamıştır. Erdoğan'ın (1997a) insanın Zincirine Vuruluşu yapıtı, egemenlik ilişkilerinin sınıf içi ve sınıflar arası iletişim özellikleri üzerinde oldukça eleştirel ve tartışmalı sunumlarla gelmektedir. Fakat bütün bu ve benzeri yapıtlar sadece bir başlangıcı oluşturmaktadır. Önemli olan Türkiye'de iletişimin örgütlü yapısı ve günlük işleyişiyle ilgili durumu inceleyen araştırmalarla bilginin zenginleştirilmesi gerekir.

Kuram tarihle anlam bulur. Türkiye'de iletişim tarihiyle ilgili yapıtlara rastlamak da azdır. Alemdar'ın "Anadolu Ajansı" incelemesi, ajansın tarihsel gelişmesi ve siyasal güç yapısıyla olan, zamanına göre oldukça özerk ilişkisini sunmuştur (Alemdar, 1985). Alemdar'ın *İletişim ve Tarih* (1996, 2001) kitabı basın medyasının Osmanlılardan beri gelişmesini, somut örneklerle, egemen devlet gücüyle (özellikle iktidar partileriyle) ilişkisiyle anlamlandırarak sunmaktadır. Sunumunda, Alemdar tarih ve iletişim bağına; Osmanlı İmparatorluğu döneminde 1868 ile 1895 arasında İstanbul'da yayınlanan yabancı gazeteler, bu gazetelerin eğildiği konular ve ekonomik ve siyasal güçle olan ilişkisine; Türkiye'de gazete ve gazetecilik eğitimi girişimlerine; Kadro dergisi ve derginin diğer basın ve baskı güçlerinin de katılmasıyla ortaya çıkan tartışmalara; yanlış yazılan tarihe örnek olarak A. N. Karaca, Milliyet ve A. Oruç konusuna; basını kontrolde (engelleme ve teşvikte) resmi ve özel ilanların Demokrat parti döneminde nasıl kullanıldığına; Demokrat Partinin Güneş Matbaacılık A. Ş. ve Havadis gazetesini yayınlayan Neşriyat T.A. O. siyasal çıkarı için kullanışına eğilmiştir.

Osmanlı dönemindeki iletişimi inceleyen "Çağını yakalayan Osmanlı" adı altında yayınlanan derleme önemli bir diğer yapıttır

(İhsanoğlu ve Kaçar, 1995). "Osmanlının tam çağını yakaladığı anda son bulduğunu" üzgün bir şekilde belirten derlemenin sunum bölümünde, Osmanlı dönemindeki durumun sosyal, siyasal ve ekonomik yorumu akademik bazda "fakir" bir karakter taşımaktadır. Fakat yorumlar dışındaki bilgiler bakımından çok zengin ve faydalı bir kaynaktır. Derlemede İslamcı veya teolojik bir yaklaşım tarzı aradık, fakat bulamadık. Onun yerine, sunumlardaki yaklaşımların çoğu Batının teknolojik-belirleyicilik kuralının yansımalarını taşımaktadır. Osmanlı çağını yakaladığında (Batı gibi olduğunda) batmasaydı, imparatorluk olarak yaşayacak mıydı? Aslında sorun, Osmanlının, çağına ayak uydurması veya uyduramamasında değil, Osmanlı imparatorluğunun yapısal karakteri ve dünyadaki güç ilişkilerinin yapısında aranmalıydı. Kitapta Osmanlı geçmişimizi romantikleştirme, modernleşme ve Batı tipi teknolojik gelişmeyi farkında olmadan amaç olarak alma yerine, İslamcı bir iletişim kuramının bu sunumlarda geliştirilmesi gerekirdi. Kitaptaki teknolojik yapı yorumu, İslam dünyasının ne denli Batılı teknolojik yapılarına bağımlılığını ve bu bağımlılıkta kendi siyasal düzenlerini (Şeyhlik, padişahlık, ve benzeri şeriat düzenlerini) koruma (veya yerleştirme) arasındaki uyumsuzluğu anımsatmaktadır: Örneğin, Suudi Arabistan'ın Amerika'nın en büyük baskı teknolojilerinin satın alıcısı olması, Suudi sermayesinin Amerika ve Batı sermayesiyle iç içeliği ve buna bağlı olarak gelen ekonomik sömürüde ortaklık yanında, şeriat düzeninin dini kullanarak sürdürdüğü ideolojik egemenlik gibi.. (Gerçi kitapta açıkça bugüne ait herhangi bir siyasal düzen yorumu yoktur). Sadece tek bir sunum UNESCO'nun 1970'lerdeki yeni-iletişim düzeni yaklaşımını sempatik bir şekilde yorumlamaktadır. İslam eğer Batı kültürünün egemenliğine canı gönülden karşıysa ve buna karşı "İslam kültürü" denen bir yaşam ve yapış tarzını korumak ve geliştirmek istiyorsa, teknolojik egemenliğin ve teknolojiyle yapışık gelen ideolojik yapılaşmanın üstesinden gelmesi gerekir. Bunun da, teknolojik araçları kültürel ve ideolojik değerlerinden soyup İslam'ın amaçlarına uygun olarak biçimlendirme yoluyla yapılabileceğini ummak büyük ölçüde kendini (veya başkalarını) aldatmaktır: Teknoloji sadece bir araç ötesinde toplum, dolayısıyla bir yaşam, düşünü ve yapış tarzı demektir. Elinde

Coca Cola, ayağında Nike ve türbanın altında Levy's ve TGRT'si ile gelen bir "İslamcı" kültürel yapı, egemenliğe zevkle katılan bir İslamcılığı, İslamcı yanılmayı ve İslamcı yanıltmayı anlatır. Minarelere konan hoparlörler, İslam'ın gelişmesini değil, İslam'ın namaza çağrı kültürel pratiğinin İslâm'ın yaratmadığı yeni teknolojik yapılarla nasıl yeniden biçimlendirildiğini işaret eder. İslam'ın namaz çağrısı geleneği ve kültürü, böylece, teknolojiye teslim olmakta, ideolojik ve onun ardında yatan ticari kültürün egemenliğine girmektedir. Televizyon camiye girince, cemaatin ve dini pratiğin yapışları televizyonla yayınlanınca, İslam kültürünün egemen karakteri gösteri ve teşhircilik aracı olan televizyon teknolojisiyle yeni bir biçime sokulur: Her mahallede birden fazla cami bulunan bir fiziksel örgütlenme peyzajına rağmen, modern teknolojilerle aracılanan din, din geleneğini yitirir; teknolojiye ve teknolojiyi kontrol eden siyasal ve ideolojik güçlerin çıkar yarışına alet olur. Din, İslamcı paketle sunulan, "su" satanların, "sigorta" adıyla modern mafyacılık yapanların, "faizi olmayan bankacılık" ile tefecilikle vurgun vuranların, "şeriat düzenini" getirerek ekonomik güçlerini siyasal güçle teminat altına almaya çalışan iç ve dış sermayelerin oyuncağı haline dönüşür. Daha doğrusu, Hz. Muhammet'in ölümünden sonra, "haraç" vermeyi reddeden bedevileri kılıçtan geçiren, birbirini arkadan vuran, çöllerde susuz bırakan, katliamlarla egemenlik süren Arap'lar, o zaman oldukça ilkel teknolojiler ve meşrulaştırılmış cinayet iletişimi araçları kullanıyorlardı: Hançer, kılıç, at ve deve gibi... Şimdi buna kendilerinin olmayan, kendilerinin yaratmadıkları, parayla satın alıp işe koştukları satış ve baskı teknolojileri katıldı. Araplar tarafından kılıçtan geçirilerek hunharlıkla kendi dini elinden alınan ve Müslümanlaştırılan Türk`ün, bugün, hala, Allah'ıyla kendi arasında huzur içinde bırakılmaması doğaldır. İslam iletişimi, bu nedenle, aynı zamanda, canilik ve kışkırtma iletişimini, nedenlerini, amaçlarını ve sonuçlarını da çok iyi incelemeli ve İslâm yaşamında ve anlayışında uygun bir yere oturtmalıdır. Bunu yaparken, Türkiye'deki İslam siyasal iletişim biçiminin ne denli "Allah'ın yarattığı kulun canını" almaya ve kendi ülkesi içinde kendiyle aynı düşünmeyen kendi halkına karşı cihat ilan etmeye hakkı olduğunu, bunun gerisinde yatan nedenleri ve sonuçları

da incelemesi gerekir. Sınıfsallığın bir ifadesi olan türban modası ve kapanma biçimlerinde, eğer şeriat egemenlik kurarsa, türban ve moda ilişkisinde güçsüzün kadınlarına ve kızlarına ne olacağını çok iyi aydınlığa kavuşturmalıdırlar.

İslam kültürü ve iletişimi temelsiz veya temeli Batının özgürlük ve demokrasi geleneği üzerine oturtulan fikirlerden hareket ederek ancak siyasal ve ideolojik hipokrasi (ikiyüzlülük) seviyesine ulaşabilir. Bunun ötesine geçmek ve İslam kültür ve iletişimini, Batı'nın egemen olduğu dünya ekonomik ve ideolojik satış pazarında aldığı yeri insanın günlük yaşanan somut gerçeklerinden hareket ederek değerlendirmek gerekir. Aksi taktirde, örneğin, Demokrasi, özgürlük, aile değerleri, vatan ve İsa adına Batının yüzyıllar boyu yaptığı sömürü ve katliamlarla, İslam ve Allah adına yapılanlar, aynı sonuca giden ve dolayısıyla aynı sonuçta birleşerek benzeşen ayrılıktaki-beraberlik olur. Daha kötüsü 1990'ların ikinci yarısındaki Afganistan'daki ve İran'daki ve 2000'lerin başından beri gene Irak'taki somut durum gibi, ücretli kölelik sistemlerini cennet gösteren referans noktaları olarak kullanılmada reddedilemez veri kaynağı olurlar.

Bugün iletişimin tarihi önemli katkılara rağmen S. İskit, S. Gerçek, O. Koloğlu, U. Kocabaşoğlu, M. Özön, H. Topuz, N. Yazıcı, M. Tunçay, C. Koçak yazılmayı beklemektedir. Biyografi son derece azdır. Mesleklerin gelişimiyle ilgili yapıtlar A. Gevgilili, N. Demirkent, S. Turhan, Y. Ertekin ve A. Asna'nın yazdıklarına rağmen çok kısır durumdadır. Örgütlenme sorunları ve günlük üretim ilişkilerinin doğası ve nedenleri bilinmemektedir. İletişim alanının ekonomisi, ilan, reklam ve dağıtım konuları akademik ilgi beklemektedir.

1990'ların medya ve özelleştirme tartışmasında Alemdar ve Kaya (1993) TOBB için "Radyo ve Televizyonda yeni düzen" incelemesini yapmışlardır. Dünya ve Türkiye'deki son özelleştirme ve deregülasyon süreçlerinin egemenlik oyununa geçiş tarihlerini ve gelişmeleri sunmuşlardır. Demokratik bir sistem kurulması gerekliliği ve bu gerekliliğin getirdiği "yapılması gerekenler" üzerinde duran ve öneriler sunan Alemdar ve Kaya'nın incelemesinin, özel çıkarları temsil eden TOBB'da gereğince değer verileceğini ummak büyük iyimserliktir. Belki de bu nedenle, basılan incelemeyi ne TOBB kütüphanesinde ne

de kitapçılarda bulmak mümkündür. Medya sistemi, işlevleri ve sonuçlarıyla ilgili yeni incelemelere rastlamak zordur.

Kuşku duyulması gereken bir konu da, iletişimle ilgili çalışmaların "bulvar gazetesi" seviyesinde olmasının artması ve pazar araştırması gibi yönetimsel araştırma yönünde sürüklenmesidir. Bunlara örnekler oldukça çoktur: Konuşmak ve anlaşılmak, bedenin dili, dikkat vücudunuz konuşuyor, ikna stratejileri, kültürde dirilmek, kültürel farklılıklarla yaşamak, iletişim odaklı pazarlama, iletişimci gözüyle insan kaynakları yönetimi, empati, iletişim bilincinin temel ilkeleri, iletişim becerileri gibi zavallılaştırılmış bilinci besleyen, entelektüel bakımdan zavallılaştırılmış ama oldukça fırsatçı ve çıkarcı biliş ürünleri gittikçe yaygınlaşmaktadır.

İletişim dergilerinde ve tezlerde özellikle halkla ilişkiler ve reklamcılık hakkındaki makalelerin yöntembilimsel yapıdan yoksun karakteri bu kuşkuyu daha da artırmaktadır. Daha kötüsü, özellikle son zamanlarda artan ampirik alan araştırmaları arasında tasarımı doğru yapmış, yöntemi uygun şekilde kullanmış ve geçerli sonuçlar çıkarmış bir incelemeye rastlamak çok güçtür. Bu durumu, eskiden yapılmış hataları hala sürdüren egemenlik ve bu egemenliğe katılan akademik tembellik ve öz yerine ilişkiyi merkeze alan "açık gözlü köşeyi dönme" kültürü daha da kötüleştirmektedir. Akademik bağlamda ve Türk toplumu için önemli olan, sınırlı bir çıkar yapısına hizmet eden veya hiç bir toplumsal faydası olmayan bir şekilde iletişim kuram ve araştırmalarında bir egemenliğin kurulmamasıdır. Ne yazık ki yönelim yüzeydelik, sosyal ve bilimsel bağamda faydasızlık ve akademik olmayan öznel çıkarlara hizmet gibi biçimler yönünde olmaktadır.

Türkiye'de 1990'in başındaki televizyon yayınlarındaki endüstriyel korsanlık, korsanlık pratik meşruluk kazanarak son buldu. Sadece frekans kullanımıyla ilgili korsanlık gasp biçiminde devam etmektedir. Elbette programlarla ilgili gene pratikle meşrulaştırılmış korsanlık Batı'da üretilen biçimleri, giyinişe, saç modasına ve güldürüsüne kadar kopyalama, taklit ve aktarma devam etmektedir. Batı'nın taklidi ve aktarılması elbette Türk toplumu gibi toplumların tarihsel yapılarının bütünleşik bir parçasıdır. 21. yüzyılda, küreselleşme olarak sunulan post-kolonicilik (veya tamamlanmış olan yeni-kolonicilik) ile birlikte bu

egemen ilgi ve yönelimin önünde hiç bir güçlü engel kalmamıştır. Türkiye'de Kemalizm gibi ulusal değerler ve bağımsızlık düşünceleri yeni global pazar içine bütünleştirilmiş; hepsi Atatürk'ün savunmadığı ve ulusal çıkarları global sermayenin çıkarlarıyla özdeştiren Bizlikler içinde eritilmiştir. Bu eritmeyi yapanların televizyon ekranlarının köşesine yerleştirdikleri Türk bayrağı ve Atatürk'ün resmi, Atatürk ve Anadolu insanıyla alay eder gibi durmaktadır. Kitle iletişimi araçlarında "start aldı, top on, spot, by by" gibi birçok deyişlerin yaygınlaştırılması, bebek reklamlarından yetişkin reklamlarına kadar bütün reklamlarda ürün isimlerinin hemen hepsinin ya İngilizce ya da karma bir dille isimlendirilmiş olması, kurumların isimlerinin de (örneğin Türkcell) aynı karakterleri taşıması, bakkalların süpermarket olması, ilk okullarda ders arası zillerinin yabancı veya karma melodi çalması Atatürk'ün ulusalcılık ve Türkçenin başka dillerin boyunduruğundan kurtarılması çabalarına katkı amacıyla mı yapılıyor dersiniz? Bu ve benzerlerinin yanında, küresel işbirliğine girerek kamusal olarak nitelenen genel çıkarları özel çıkarlara feda etme, bir zamanki ulusalcılık yarışının yerini almıştır: Herkes nükleer santrallerde olduğu gibi getirerek/alarak ve kamu zenginliklerini peşkeş çekmede olduğu gibi götürerek/vererek satma yarışında. Atatürk resmini duvarına/ekranına asarak günlük pratikte Atatürk'le alay etme pratiği, kapalı kapılar ardında Atatürk'ü ve düşüncelerini savunanları çağ dışı ilanla tamamlanmaktadır. Kitle iletişimi pratikleri ve sosyal bilimler pratikleri bu ikiyüzlülüğün yapıldığı alanların önde gelenleridir. Sosyal bilimlerin ikiyüzlülüğünde akademik ve yönetimsel etkinlikler bireysel ekonomik ve psikolojik çıkarları gerçekleştirmeye yönelik karakter taşımaktadır, fakat bu karakter gizlenerek akademik, yönetimsel/kurumsal veya toplumsal karakterle paketlenmektedir. Bu tür yapı, kaçınılmaz olarak akademik alanı akademik faaliyet dışında her şeyin yapıldığı öznel çıkar gerçekleştirme alanı haline dönüştürmüştür. Bu durum AB'ye akademik biçim bağlamında uyum ve 6. Çerçeve gibi endüstriyel yapıların ve pazarın çıkarını gerçekleştirmeye yönelik araştırmaların yapılmasını getiren programlarla da teşvik edilmektedir. Para kazanmak ve güç elde etmek için akademisyenler uygulamalı ve yönetimsel araştırma içine hızla çekilmektedir. Kitle iletişimi endüstrisi

de haberleri ve programlarıyla bu yönelimin bilişsel çığırtkanlığını yapmaktadır. Bu ve benzeri konular Türkiye'de anlamlı bir şekilde işlenerek sosyal ve akademik bağlamda anlamlı ve faydalı kuramsal yapılar inşa edilmemektedir. Böyle bir inşayı destekleyen bir ortam olmadığı gibi, tam aksine yukarıda belirtilen biçimdeki gelişmeler böyle bir inşayı engelleme ve anlamsız yapma biçiminde işlev görmektedir.

Global kapitalist pazarın ideolojisi ve tüketim, gösteri, teşhir ve gösteriş kültürünün aktarılması ve bu pazarın siyasal yapı gereksinimlerinin karşılanması ile birlikte Türkiye 2000'lerde 1980'ler öncesi Türkiye'den ve kesinlikle Atatürk'ün düşündüğü Türkiye'den çok daha farklı bir karakter taşımaktadır. Bu dönüşüm bireylerin bilinç yapısına kaçınılmaz olarak işlemiş ve dolayısıyla ekonomik, kültürel ve siyasal pazara katılma artarken, hoşnutsuzluklar ve karşıtlıklar da ortadan kalkmamaktadır. Bütün bunlarla ilgili herhangi bir özgün kuramsal açıklama ve bu açıklamayı test eden veya bu açıklamaya dayanak olan özgün araştırma bulmak oldukça zordur.

Medya profesyonelleri de kendi ilgi ve tecrübe alanlarında yapıtlar yaparlar. Bu yapıtlar genellikle iki kutup arasına konabilir: Egemen pratikleri övenler ve eleştirenler. Amerika'da bu tür yayınlar oldukça yaygındır. Bunların arasında eleştirel olanlar oldukça azdır. Türkiye'de bugünkü basın ve diğer medya bu liberal burjuva profesyonel etiğin ve uzmanlaşmanın çok gerisinde rota tutturmuş farklı bir etik ve iş kültürü anlayışıyla seyretmektedir.

Mattelart'ın *Beyin İğfal Şebekesi*, Schiller'in *Zihin Yönlendirenler* ve benzeri yapıtların çevrilmesi, en azından hem alternatifleri düşünen insanların varlığını hem de hiç değilse sermaye pazarındakilerin gelişmişlik düzeyini anlatır. Türkiye'de İngiliz kültürel yaklaşımlarının (Williams ve Hall) ve liberal çoğulcu iletişimcilerin akademisyenlerinin (Fiske ve McQuail) çevrileri de yapılmıştır. Kültürel yaklaşım ve incelemelerle ilgili derleme-çeviriler basılmıştır (örneğin Güngör, 1999). Kültürel yaklaşımlar ve iletişimin ideolojisi elbette incelenmesi gereken çok önemli bir konudur. Fakat bu konu Amerikan, İngiliz ve Avustralya üniversitelerinde yapıldığı gibi, sosyal eleştiri "işlevsel kaçış" olarak kullanıldığında ve alan araştırmaları "ekonomik fayda sağlayan girişim" görevi yaptığında, akademik ve bilimsel bağlamda

ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Pozitivist-deneyci okula ve şirketler ve kurumlar için kamuoyu araştırmasına kendini adamışlar dışında, bu tür yönelim "kültürel ve ideolojik alanda", örneğin, "ekonomik tabanın" belirleyiciliğini reddederek (yani kitle iletişim sermayesini her türlü sorumluluktan arındırarak) veya ideolojik üst-yapıya egemen rol vererek gerçekle çelişen sonuçlar ortaya çıkartır. Kültürel alana bu tür kaçışı ve sığınmayı özellikle metni (mesajı, programı, filmi) toplumun canlı yaşayan gerçeklerinden soyutlayarak, egemenliği ve mücadeleyi metinde ararken, semiyotik "entelektüelleştirmeye" (çok özel dille ve anlaşılmazlığa) giderek toplumsal gerçek veya temsille olan ilişkiyi (discourse) ortadan kaldırmada oldukça açık bir biçimde görürüz.

Eleştirel kültürel incelemeler, özellikle söylem analizi Türkiye'de son zamanlarda oldukça moda gibi görünmektedir. Elbette söylem analiziyle klasik içerik analizi de yer yer birbirine karıştırılmaktadır. Ayrıca söylem analizi çok farklı ideolojik yaklaşımları içerir. Türkiye'de, örneğin, Popüler kültürün müzikteki ifadelerinden biri olan Arabesk konusu ve popüler çizgi-romanı örneği N. Güngör tarafından eleştirel açıdan kültürel-içerik analizi olarak niteleyebileceğimiz bir yöntemle incelenmiştir (Güngör, 1993 ve 1996). Kültürle ilgili diğer incelemeler arasında Oskay (1982a, 1982b), Oktay (1993) ve Özbek (1991) tarafından yapılmış çalışmaları görmekteyiz.

Kişiler arası iletişimle ilgili kuramsal yaklaşımlar psikoloji dalında ele alınmakta ve ne yazık ki hem sadece sözlü iletişim içine indirgenmekte hem de bazı psikologlar, kliniksel psikiyatristler ve kısa yoldan para yapmak isteyen "iletişim uzmanları" elinde ticari amaçlı mesleksel faaliyet çerçevesinde "çözümler" üretilmektedir. Kişiler arası alanda akademik değere sahip olan birkaç yapıt pozitivist okulun yaklaşım tarzlarından öte gitmemektedir.

Elbette, alan araştırması, aynı zamanda pozitivist-deneyci okulun istatistiğe dayanan nicelik ve niteliksel araştırma metotlarının kuramla ilişkilendirerek kullanılmasının geçerliliğini savunuyor ve önemini vurguluyoruz. Fakat şu kesinlikle akıldan çıkarılmamalıdır: Belli iletişim şirketleri ve üniversitelerde yapılan "anketler" (özellikle tutumlar, fikirler, seviler, tercihler ve imaj araştırmaları), egemen endüstriyel ve ideolojik yapıya hizmet amacı ötesinde, daha önemli olarak, ekonomik

ve siyasal politikaların saptanması ve yürütülmesinde önemli bir yer alma potansiyeline sahip "yönetim araçlarıdır". Bunların akademik değerinin ne kadar olduğu ancak her birinin yaptığı ölçmeye, bulgularına ve yorumlarına bakarak, bunlar arasında ilişki kurarak saptanabilir. Ne yazık ki ampirik yöntem ve istatistik süreçler genellikle doğru bir biçimde kullanılmamaktadır (Erdoğan, 2003). Araştırmada bir politikayı destekleme amacı o araştırmanın, bilimsel araçları kullansa ve bilimsel süreçleri izlese bile, bilimsellilikten yoksun olma olasılığı çoktur: Zenginin sesi ne denli kötü olursa olsun, orkestraya egemenliğinin sonucu gibi... Pozitivist-metodolojiyle ilgili olarak birçok istatistik kitabı ve araştırma teknikleri kitabı vardır. Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleriyle istatistiği birleştirerek bütünleşik bir çalışmaya az rastlanır. Bu boşluğu doldurmak ve de pozitivist-deneyci okulun metodolojisinin doğasını açıklamak için Erdoğan *Pozitivist Metodoloji* çalışmasını yapmıştır (2003). Bu çalışma pozitivist-deneyci yöntemi ayrıntılı olarak açıklarken, aynı zamanda onun eleştirisini sunmuştur.

Kamusal alan tartışmalarıyla "katılımcı" demokrasi savunuları ve özlemlerinin kitle iletişiminde yansımalarından bir de "public access" yani "kamusal erişmedir." Kamusal erişme "kitle iletişiminin üretimine" halktan isteyenin katılması demektedir. Bu tür katılma örneğin televizyonda (özellikle yerel televizyonlarda) isteyenin sunmak istediği herhangi bir mesajı sunma olanağının sağlanmasını gerektirir. Bu da örneğin Amerika'da yerel televizyonların bazılarında insanların zaman istemesi ve mesajını sunması biçiminde olmuştur. Bu kamusal erişim (public access) ne yazık ki Amerika'da ırksal ve diğer azınlıkların bağnazlıklarını sergilediği, bazı devletlerin propagandalarını yaptığı biçime dönüşmüştür. Kamusal erişim internet ile burjuva demokrasisinin göğe çıkartılması için kullanılmaktadır. Türkiye'de erişme/ulaşma (access) kavramı yanlış anlaşılmaktadır: Erişim tüketim için kolaylık değil, üretim olanağı elde etmedir. Bu bağlamda Türkiye'de kitle iletişim araçlarında "erişme" söz konusu değildir. Amerika'daki "kamusal erişme" ise çok sınırlı, yerel ve oldukça gülünçtür, çünkü hiç kimse ulusal tv kanallarında kullanım hakkına sahip değildir. İnternet dahil, kitle iletişimi üretimine halkın katılmasıyla "demokrasinin" gelişeceği düşüncesi de gülünçtür. Bir araca bir anlık

erişme, mesajını sunma yeterli değildir. Erişmenin ve mesajın gücü, mesajın kendisinde değil, o ilişkideki güç yapısının karakterindedir. İnternetin kaç kişinin kullandığı, internette istediğini yazma ve tartışma gruplarına katılmayı özgürlük ve demokrasi olarak sunma, bu nedenle uydurudur. Eğer iletişimdeki eşitsizlik ve dengesizlik ortadan kaldırılmak ve "demokratlaşmak" isteniyorsa, o zaman yapısal değişime gitmek gerekir. Garnham (1990), Mattelart ve Piemme (1980), Slack (1984), Williams (1974), Aufderheide (1992), Devine (1990), Streeter (1990) ve benzerlerinin belirttiği gibi "kamusal erişme" sosyal problemlere teknolojik çözümü temsil eder; bu çözüm aslında yüzeyde ve çözüm olmayan bir çözümdür. Teknolojiyle, örneğin internette olduğu gibi, "erişme" niceliksel olarak çok olsa bile, ifadenin niceliksel yoğunluğu niteliksel farklılık ve toplumsal üretim ve ilişkilerde demokratikleşme anlamına gelmez. Benzer şekilde, Habermas türü ütopik kamusal alan görüşü ve sivil toplum örgütlerinin çokluğu da demokratikleşmenin bir garantisi değildir. Fakat 2000'lerin bilinç yönetimi ortamında, internetin "sanal evreni" sanki demokrasideki katılım ve "erişim" sorununu çözmüş olarak sunulmaktadır. Kitle iletişiminde "erişme"(access) ile ilgili Türkiye deki birkaç araştırma yukarıda belirtilen yanlış anlayış çerçevesinde tasarlanmıştır. Gülünç olan şeylerden biri de, bu araştırmalardan biri bitmiş ürüne sahipliği erişme olarak almakta, dünyadan ve Türkiye'den istatistikler vermekte, "dengesiz"(eşit olmayan) durumdan bahsetmekte ve eleştirel okul çerçevesinden yorum getirmektedir: Aynı şeyi zaten Amerikan pazarlamacıları sürekli yapmaktalar!. Kuramsal tutarsızlık, kavramların bağlı olduğu yapıyı ve istatistiğin nasıl kullanılacağını bilmeme oldukça yaygın sorunlardan biri Türkiye'de.

"Bilgi güçtür" söylemi ancak bilgiye sahiplik ve bilgiye ulaşma/erişme ile anlam kazanır. Bu da yetersizdir, çünkü kapitalist dünyada güç veren bilgi emtia karakterine sahip, dolayısıyla mülkiyet ilişkilerinin değerli bir parçası olan bilgidir. Dolayısıyla bir izleyicinin tv haberini seyretmesiyle elde edilen "bilgi" veya enformasyon, izleyici için herhangi bir güçlendirme işlevi görmez. İzleyicinin haberi bilmesi onu olduğundan farklı veya güçlü yapmaz. Kitle iletişimiyle ilgili "bilginin" güç olması, örneğin "rating" ile gelen reklam şirketleri ve

medya kuruluşları arasındaki ilişkide meydana çıkar. Dolayısıyla, bilgi toplumu gibi kavramaları kullanırken ne tür bir kuramsal yapı olduğunu ve bu yapının neyi nasıl meşrulaştırdığını bilmek gerekir. Bu da ancak sosyal bilimler eğitiminin ve kuramsal çalışmaların "dedi kodu" sıralaması ötesine geçmesiyle, yani eleştirel bilincin kazanılmasıyla olur. Eleştirel bilinç para kazandırmaz ve taşıyan için rahatsız edicidir.

KÜRESELLEŞME VE İLETİŞİMİ

Küreselleşme (globalization) çoğunlukla iletişimdeki gelişmelerden geçerek uluslararası alışverişlerin (exchange) büyümesi safhasını anlatmak için kullanılır. Küreselleşme ekonomik anlamda kapitalist pazarın dünya üzerindeki yaygınlığını yücelten bir kavramdır. Siyasal anlamda ise kendine dönük ulus devletlerin ve korumacı politikaların son bulduğunu heceler. Küreselleşme yerel olanın son bulduğunu ve herkesin ve her şeyin dünyaya ait olduğunu anlatır. Küreselleşme bu aitlikte beraberlik ve karşılıklı bağımlılık anlamını taşır. Küreselleşme emperyalizm kavramını ortadan kaldırır ve emperyalizmin sonunu ilan ederek onun yerini alır. Bu bağlamda küreselleşme günümüzün egemen gerçeğidir: Toplumlar ve insanlar artık enformasyon ve iletişim ağlarıyla bağlanmış durumdalar. Karşılıklı ilişki ve bağımlılık içindeler ve isteseler de dışarıda olamazlar. Dikkat edilirse, bu açıklama küreselleşme gerçeğini açıklamaktan çok gizlemektedir. Küreselleşme fikri pazarlama ve yönetim uzmanlarının malıdır. Onların dünya görüşü ve yeni dünya düzeni için anahtardır. Özlüce küreselleşme diye bir olgu var: Büyük sermaye küreselleşmekte ve emek ve küçük sermaye küresel çıkarların gerçekleşmesi için küreselleştirilmektedir. Küresel serbest pazarda, sermaye serbest ve emek ise kontrol edilen pazar durumundadır.

Dünyanın iletişim teknolojileri nedeniyle "küresel bir köy" olduğu görüşü 1960'larda Marshall McLuhan tarafından ortaya atıldı. Fakat o zamanlar ulus kurma temeline dayanan görüş ve politikalar egemendi. McLuhan'ın görüşü 1980'lere kadar marjinal kaldı. 1980'lerde uluslararası pazar ağları, finans devreleri, firmalar ve görünmeyen alışverişler genişlemeye başladı. Buna toplumu pazar yapısının düzenlemesini tümüyle kolaylaştıran özelleştirme ve deregülasyonlar

önemli şekilde yardım etti. Bir taraftan kamusal alanda sivil toplum örgütleriyle demokrasi ve özgürlük ideolojisi satılırken, öte yanda burjuva demokrasisinin 1930'lardan beri kurduğu "refah devleti" (welfare state) ve kamu hizmeti düşüncesi geriletildi. Onun yerini 'halka istediğini verdiği" söylenen ve "sosyal sorumluluk" iddia eden kapitalist sermayenin değerleri ve dünya görüşü aldı. Bu değişimler ve artan kontrol gereksinimleri dev multi-medya gruplarının ve teknolojik şebekelerin kurulmasını teşvik etti. İletişim hızla profesyonelleşti ve faaliyetleri çeşitlendi ve çoğaldı. Bilinç yönetimi bütün toplumu konu yapacak biçimde sosyal ilişkileri yönetmek amacıyla ön plana çıktı. Artık uluslararası şirketlerden sivil toplum örgütlerine kadar bütün güç odakları planlı iletişim stratejileri ve profesyonel iletişim faaliyetleri yapmaktadır. Bu da halkla ilişkilerin önemini çok daha artırdı.

Günümüzde küresel şirketler yerel, ulusal ve uluslararası seviyelerde çalışmaktadır. Küreselleşmiş pazarda bir şirket aynı anda yerel ve uluslararası olmak zorundadır. Bu durumdan "glocalization" denen küresel-yerelleşme kavramı çıkartılmıştır. Kürersel-yerelleşme ile tasarım, üretim, pazarlama ve bir zamanlar ayrı olan faaliyet alanları coğrafîk bütünleşmeye uğratılır. Bu entegrasyonla birlikte, küreselleşmenin bilincini yaratan ideolojik biçimlenmeler de ortaya çıktı. İfade özgürlüğü artık siyasal alandan ekonomik alana taşındı ve "ticari ifade özgürlüğü" oldu. Ticari ifade özürlüğü serbestçe ticari faaliyette bulunmadır. Bu özgürlük yakında yeni insan hakkı tanımı olacaktır.[100] Bu özgürlük eşitsizliğin sürmesinin garantisi olan klasik "enformasyonun serbest dolaşımı" tezini güçlendirdi. Böylece özgürlüğü ve serbestliği belirleyen faktör sermayenin gücü oldu.[101]

Küreselleşme ile birlikte "yeni dünya enformasyon ve iletişim düzeni" veya "yeni dünya iletişim ve ekonomik düzeni" fikri dönüşüme uğratılarak tekniksel çözümler sunuldu. Bu çözümlerle GATT (General Aggrement of Tariffs and Trade) ve NAFTA (North America Free Trade Aggrement) gibi anlaşmalar yapıldı. İletişim hizmetler olarak ele alındı. Hizmetler olarak da kültür endüstrilerinin ürünleri,

---

[100] *Basın özgürlüğünü düşünün: basın özgürlüğü benim ve senin için mi?*
[101] *Günlük dilde kullanılan "paran kadar özgürsün" deyimini düşünün.*

telekomünikasyon, turizm ve yönetim teknikleri sunuldu. Hizmetlerin 'halkın isteğinin karşılanması" iddiasıyla (hizmetlerin liberalleştirilmesiyle) kültürel ürünlerin anlaşmaların dışında tutulması olasılığı ortadan kaldırıldı. Aynı zamanda, "kültürel emperyalizm" veya "etnik soy kırım" gibi olgulardan bahsetmek de geçersiz oldu (Mattelart, 1995).

1990'lar ve 2000'lerde dünyada iletişim teknolojileri ve örgütlü iletişim faaliyetlerinde, devletle halk arasında, ekonomik ve siyasal güçlerde, üreticiler ve tüketicilerde, sosyal plancılar ve yöneticilerde önemli gelişmeler oldu. Türkiye gibi ülkelerde kitle iletişiminin örgüt yapılarında, reklamcılıkta, halkla ilişkilerde ve yasal yapılarda değişiklikler oldu. Ulusal politikalar kalkınma ve iş yaratma adı altında uluslararası firmaların çıkarları yönünde düzenlenmeye başlandı. Yüzde yüzleri aşan enflasyonlar, işsizliğin ve ekonomik sıkıntıların artarak yaşanması yanında, eğlence endüstrilerinin (team parklar, Walt Disney, elektronik oyun salonları, müzikli ve televizyonlu birahanelerin) daha da yaygınlaştı. Özelleştirme, uluslararasılaşma, deregülasyon, gümrük duvarlarının yıkılışı, yabancı ülke ürünlerinin bir ülke içinde yaygınlık kazanması devlet kavramının ve rolünün yeniden gözden geçirilmesi gereğini ortaya çıkardı.

Küreselleşme ile ulus devletlerin önemini yitirdiği ve yitirmesi gerektiği öne sürülür. Aslında küreselleşme ideolojisiyle gelen uluslararası pazarda devletin ne önemi ne de rolü azaldı: Sadece yeni pazar koşullarına uyan bir yapıya doğru dönüşüme uğratıldı.

Küreselleşmede "küresel iletişimler" yoluyla ulus devletin ve ulusal kültürün gerilediği iddia edilir. İnternetin ulusal sınırları kırdığı ve ulusları ortadan kaldıracağı ileri sürülür. Benzer iddialar uydu televizyonu çıktığında, radyo, telgraf ve demiryolları geldiğinde de yapılmıştı. O iddialar gitti, fakat ulus devletler kaldı. Ulusal küresel tarafından erozyona uğratılmamaktadır, çünkü erozyona uğrayacak bir şey yok. "Milliyetçilik yüzde yüz küreseldir: Zaten küresel olan dünya düzeni mantıksal olarak daha fazla küreselleşemez" (Treanor, 1997). Bu yaklaşım günümüzde ulusları bir dünya düzeninin bütünleşik parçası olarak görmektedir.

Küreselleşme yaklaşımının en önemli kuramsal sorunlarından biri güç ilişkilerini nötralleştirmesidir. Hall (1995b) küreselleşme sürecinde dengesiz güç dağılımının ön plana çıkarılması gerekliliğini belirtmiştir. Fakat aksine güç ilişkileri konusunu silmek için "siyasalsızlaştırma" (depoliticizing) yönelimi olmuştur. Emperyalizmden küreselleşmeye, siyasal-eleştirel emperyalizm kavramının yerine "düşmanca olmayan" bir kavram olan küreselleşme yerleştirilerek yansızlaştırma ve "siyasaldışılaştırma" stratejisi kullanılmaktadır (Tomlinson, 1991).

KÜRESELLEŞME İÇİN ÖZELLEŞTİRME VE DEREGÜLASYON

1980'lerde Avrupa'da özelleştirme faaliyetleri başlamıştı. UNESCO yoluyla devam eden mücadele biçimi güçlenmişti. Amerika kalkınma ve demokrasi adına Latin Amerika, Asya ve Afrika'da askeri cuntaları, toprak ağalığı ve uluslararası şirket ve ordu ortaklığındaki şeyhlikleri, krallıkları ve diktatörlükleri desteklemeye devam ediyordu. Nerede bağımsızlık ve demokrasi kıpırdanışı varsa orada ezmek ve bastırmak için Amerika çoğunlukla dolaylı olarak vardı: Yeni sömürgeciliğin en önemli özelliklerinden biri sömürünün kaba güçle garantisini yerel güçler yapar. Bu yerel güçlere baskı araçlarını üreten, eğiticileri eğiten ve öğreten Amerika olmuştur.

1980 ve 1990'larda iletişimde kültürler arası iletişim, ırklar ve cinsler arası iletişim, ülkeler arası kültürel değiş tokuş ve bu değiş tokuşun serbest akımı kuramı gündemlerin başına kondu. Uluslararası iletişim firmaları, iletişim teknolojilerinin, özellikle uydu yayınlarının, gelişmesiyle milli sınırları pratikte ortadan kaldırdılar: Yeni iletişim teknolojileriyle iletişim sermayesinin faaliyetleri uluslararasılaştı.

Uluslararası kapitalizmin yaygınlaşmasıyla medya sistemlerinin ticarileştirilmesi yönünde baskılar da arttı. 1970'lerin sonuna doğru örneğin Latin Amerika'da özelleştirme ve özel ticari medya yayılmaya başladı (Beltran and Cordona, 1979). Avrupa'da ilk ticari medya patlayışı bu yıllarda İtalya'da oldu. Ardından 1980'lerde bütün Avrupa ticarileşmeye başladı. 1990 ve 2000'lerde Türkiye ve benzeri ülkelerde yoğun özelleştirme girişimleri oldu ve hala devam etmektedir.

ENDÜSTRİ ÖTESİCİLİK VE ENFORMASYON TOPLUMU

Endüstri-ötesi toplum anlayışı (post-industrialism) yeni değildir. 1949'daki "*The New Society*" yapıtıyla post-endüstriyalizme geçiş olduğunu belirten Drucker'ın yaklaşımıyla başlatılabilir (Drucker, 1994). Fakat güç kazanması ancak uygun koşullarda sonradan olmuştur. Bu görüşün ana öğelerinin geliştiricileri, İdeolojinin sonu (1961) ve "post endüstriyel toplumun gelişini" (1961 ve 1973) ilan eden D. Bell; Global Village oluşumunu ilan eden McLuhan gibi "iletişim devrimcileri" ve "enformasyon toplumcularıdır" (Dordick ve Wang, 1993; Docherty, 1993). Galbraith de benzer şekilde "yeni bir sınıfın" oluştuğunu belirtir. Aslında, Bell, Galbraith ve benzerlerinin iddiasının aksine, "yüksek maaşlı yöneticiler sınıfı" şimdiye kadar ne ekonomik ne de siyasal bir güç olabilmişlerdir. Ne de kapitalist toplumlarda, güç yapısını kendi çıkarları yönünde değiştirebilmişlerdir. "Yöneticiler sınıfı," kapitalist sınıfın "iyi beslenen" "koruyucu ve yönetici" hizmetçileridir. Amerika ve Avrupa'da "iş ve gelir garantisine" sahip değildirler; köpeğin köpeği yiyerek yükseldiği iş dünyasının insanlıktan uzaklaştırdığı "fonksiyonel" profesyonellerdir. Bu profesyonellerin yaşamını, günlük kabuslarını, rekabetini ve kin dolu duyguları ne Bell ne de Galbraith'in yaşadığı entelektüel çevrede anlaşılabilir. Kapitalizmin örgütlü yönetimsel terör, korku, harcanma ve harcama dünyasına girip yaşamak ve hissetmek gerek. Bu dünyanın en seviyesiz ve alçalmış alanı siyasal alandır.

Reklamcıların eskiyi yeni kılıfla sunmada bulduğu etken yollardan biri eskinin önüne "yeni" koyarak "yeni toz, eskisinden daha iyi temizler" "yeniliğiyle" gelmeleri olmuştur. "Yeni" eskiyince, "daha yeni, en yeni, yepyeni, en geliştirilmiş, mükemmelleştirilmiş" gibi kavramlar kullanarak satış yapılır. Bu profesyonellerin hocaları da talebelerinden geri kalmayarak, eskiyen kuramlarının önüne önce "neo" eklediler ve ardından son yıllarda "post" kavramıyla geldiler. Elbette bu kavramlarla birlikte gelen "yeni açıklamalar da" getirdiler. Post-endüstriyalizm görüşünde, klasik endüstriyel yapı son bulur; toplum, servis sektörünün egemenlik kazanmasıyla ve iletişim teknolojilerinin yoğun bir biçimde kullanılmasıyla "enformasyon çağını" yaşayan endüstri-ötesi biçime dönüşür. Bu endüstri-ötesi toplumda geleneksel

kapitalist endüstriler ve üretim süreçleri servis sektörünün egemenliğiyle geri plana düşer. Servis endüstrisi ve bu endüstrinin canlılığını ve gücünü sağlayan iletişim teknolojileri endüstri-ötesi yaklaşımın ana temasıdır. Profesyonel sınıf üstün yeni sınıf olur. Post-endüstriyalizmi belirleyen iletişim teknolojisi ve servis endüstrisidir. Enformasyon toplumları karmaşık elektronik enformasyon ve iletişim şebekelerine bağlı olan toplumlardır. Bu toplumlarda kitle iletişimi sadece bir tür enformasyon üretimidir ve artan bir şekilde diğer iletişim akışlarıyla, özellikle ortak alt-yapılarla (örneğin uydu ve internetle) artan bir biçimde bütünleşmektedir. Enformasyon üretim araçları dağıttıkları özel içerikten veya enformasyondan çok daha önemlidirler.

Post-endüstriyalist toplum Amerikan toplumudur ve bu görüş Amerikan toplumunda Amerikan ideolojisiyle saklanan ve çarpıtılan gerçekler gibi çarpık bir görüştür. Bu görüşün çizdiği "enformasyon bolluğu ve hizmet endüstrisi" toplumunda herkesin doyum içinde olduğu ciddilikten uzaktır. Bunu yazanlar, post-modern durumun yaşandığı söylenen New York'ta otel ve restoranlarda ve diğer hizmet sektörlerinde çalışan insanların haftalıklarının ne olduğunu ve nasıl zorluklar içinde yaşadıklarını biliyorlar mı acaba? New York'taki "sweat shop" denen yerlerde hiç çalıştılar mı acaba bunu yazanlar? Hizmet sektörü emek sömürüsünün en hunharca olduğu bir alandır. Dev firmaların yönettiği dünyada dünyaları seçkin öğrenciler, bilgisayarlar ve internetle çerçevelenmiş profesörlerin ve entelektüel bürokratların bolluk ve doyum masalları kendi bolluk içindeki gerçeklerinin bütün topluma mal etmesi sahtekarlığıdır: Enformasyon toplumu veya post-endüstriyel Amerika'da post-endüstriyalizm ve enformasyonla milyonları vuranlar bir asır öncesinin aynı firmaları ve aileleridir. Bu hizmet ve enformasyon endüstrilerinde ücretli köle olarak çalışan kitleler bir asır öncesinin aynı çalışan kitleleri ve aileleridir. "Bolluk, eğlence" ve "zevk" için üretim yapan post-endüstriyel toplumda çalışan sınıflar kesinlikle ekonomik sorunlarını çözmemişlerdir; kesinlikle temel ihtiyaçlarını düşünme kaygısı ötesine geçip rahatlık içinde zevk ve eğlence ardından koşacak bir pozisyona gelmemiştir. Amerikan insanının televizyon denen "kaçış" kutusunda aradığı eğlence ve Asya ülkelerindeki halkların emeğinin sömürüsüyle ucuza

yapılmış tüketim ürünlerini kullanmayla ve McDonalds'da yediğiyle aldığı zevk niteliksel bolluğun değil, niceliksel çöplüğün kullanımı ve zevkini anlatır. Daha doğrusu, bu anlatım süper-sömürü ve sömürünün mitolojisidir.[102] Post-endüstriyel toplumda kapitalist, sınıf, üretim ilişkileri, sömürü, baskı ortadan kalkar, herkes enformasyonla karın doyuran özgür post-modern insan olur.

SÖMÜRGECİLİK-SONRASI

Sömürgecilik sonrası (post-sömürgecilik, post-colonialism) en genel anlamda Avrupa ülkeleriyle modern dönemde kolonileştirdikleri toplumlar arasındaki etkileşimin incelenmesidir. Sömürgecilik sonrası "kolonicilikten sonra olan" durumu açıklamaya çalışır. Direniş, kimlik, temsil, cinsiyet, göç gibi konular üzerinde durur. Amerika post-sömürgeci ülke olarak tanımlanmaz. Kanada ve Australia bazen post-sömürgeci kategoriye konmaz. Sömürgecilik sonrası emperyalizm ve Avrupa-merkezliliğe (eurocentrism) karşıtlığı da anlatmada kullanılır.

Post-sömürgeci anlayış ve incelemeler 1970'lerden beri yavaş yavaş önem kazanma yolunu tutmuştur. Bazıları post-sömürgeciliğin yükselmesini Edward Said'in "Orientalizm" yapıtıyla başlatırlar.

Post sömürgeciliğin üzerinde eğildiği soru ve sorunlardan bazıları şöyle sıralanabilir: Sömürgeleştirme deneyimi, sömürgeleştirenleri etkilerken sömürgeleştirilenleri nasıl etkiledi? Sömürgeci güçler geniş coğrafik alanları nasıl kontrol ediyorlardı? Post-sömürgeci toplumlarda sömürgeci eğitim, bilim ve teknoloji kalıntıları nelerdir? Bu kalıntılar post-sömürgelerde kalkınma ve modernleşme kararlarını nasıl etkiler? Sömürgeci kontrole karşı direniş biçimleri nelerdi? Sömürgeci eğitim ve dil sömürülenin kültür ve kimliğini nasıl etkiledi? Batı bilimi ve teknolojisi var olan bilgi sistemini nasıl değiştirdi? Sömürgecilerin gidişinden sonra çıkan post-sömürgeci kimlik biçimleri nelerdir? Sömürgecilikten kurtulma (decolonization) ne ölçüde olasılıklıdır? Batı tipi formüle edilen sömürgecilik sonrası materyal gerçekleri ihmal etme

---

[102] *McDonalds veya Pizza Hot'ta bir şey yiyen Amerikalılar çalışan sınıfın insanlarıdır; ucuz olduğu için yerler. Bizde bu Amerikan çöplüğünde yemek çöplükle mideyi doldurma ötesine geçerek "statü yeme ve statü satma" olur.*

pahasına melezleşme üzerine çok mu eğiliyor? Cinsiyet, ırk ve sınıf sömürgeci ve post-sömürgeci söylemde nasıl işlev görür? Bu soruların yanında post-sömürgeci edebiyatla ve dilin kullanımıyla ilgili sorular da vardır.

Said'in Orientalism (1979) yapıtı sömürgecilik sonrası kuramın ilk aşamasını temsil eder. Yapıt sömürgeci anlamların söylemsel (discursive) ve metinsel üretimi üzerinde durur. Said "Culture and Imperialism" yapıtında (1993:8) Marks'ın üretim biçimi ve ilişkilerinden hareket eden yöntemine karşı kendi yaklaşımını savunur: Ne emperyalizm ne de sömürgecilik basit birikim ve elde etme (mülkiyet) faaliyetleridir. Her ikisi de güçlü ideolojik biçimler tarafından desteklenir ve teşvik edilir. Said Marksist teorinin epistemolojik ve ontolojik "yetersizliklerini" eleştirmiştir. Tipik bir post-yapısalcı teorist gibi (ve Lyotard ve Faucault gibi) entelektüel veya etiksel "totalleştiren büyük öykülemeyi" (örneğin İdealist ve Marksist kuramları) kabul etmez. Buna ek olarak, Said Marksist kuramın sömürgelerdeki ve Arap dünyasındaki emperyalizmi, ulusal elitlerin oluşumunu ve ulusal devrimin başarısızlığını yeterince açıklayamadığını belirtir. Orientalism yapıtında Said Marks'ın kendisinin Avrupa dışındaki dünyaya olan körlüğünden bahseder. Bunu da Marks'ın Hindistan'daki İngiliz yönetimi hakkındaki yorumunu örnek vererek destekler. Marks İngiltere'nin Hindistan'da iki rol oynaması gerektiğini belirtir. Birincisi Asya tarzı toplumu yok etmek ve ikincisi ise Asya'da kapitalist üretim tarzının materyal temellerini atmaktır.

Orientalism yapıtında Said "emperyalizmin ideolojik maskelerini" açıklar. Sömürgeci bilgi ile sömürgeci güç arasındaki birbirini destekleyen ilişkiyi irdeler. Said'e göre (1983:4) metinler sosyal dünyanın, insan hayatının parçalarıdır. Said Orientalizmi Faucaultçu çerçevede söylem (discourse) olarak anlar. Söylemler veya söylemsel biçimler daima güç uygulamasına bağlıdır. Söylemler egemen sosyal sistemler tarafından belirlenmiş ve sistemi sürdürmeyi amaçlayan söyleyiş tarzlarıdır veya anlam sistemleridir. Söylemler bir toplumda temsil araçlarını ve tarzlarını kontrol eden ve sınırlayan, sıkı bir şekilde denetlenen bilişim/algılama sistemleridir.

Sıd-Ahmed'e göre (1994) bilgisayar ve kitle iletişim teknolojileri tarafından geliştirilen enformasyonu toplama, tasnif etme ve süreçten geçirmede yeni yöntemler gelişmiş ve gelişmemiş dünya arasında yeni bir ilişki türü yarattı. Gelişmiş dünya bu teknolojileri yaratır, gelişmemişler ise bu teknolojilerin etkilerinin pasif alıcılarıdır. Bu iki dünya arasındaki bu eşit olamayan ilişki günümüzde "sibernetik koloniciliğe" yol açmıştır. Geleneksel sömürgecilik açıkça güç kullandı, mağdurlarda direniş ve savaşma duygusunu besledi. Sibernetik kolonicilik bir çeşit "uzaktan kumanda" ile güç sağlar ve frastrasyon ve umutsuzluk duygularını besler. Çağdaş dünya iki kampa ayrılmıştır. Birinci grup kendi ve dünyanın kaderini kontrol edebileceklerinden emin olanları içerir. Diğerleri ise kendi kaderleri üzerinde kontrolü yeniden elde etme umudunu yitirmiş olanlardır. Umutsuzluk ve frastrasyon duyguları modern hayatın faydalarından mahrum bırakılmayla oranlı olarak büyür. Şimdiki yaşamda yersiz olmaları ve gelecekte umutları olmaması nedeniyle sığınmak için gözlerini geçmişe döndürürler. Böylece dinsel ve diğer köktenciler canlanır.

Post-sömürgecilik kavramının kaynağı, San Juan'a göre (1995), Asya, özellikle Hindistan ve Filipinler gibi ülkelerde komprador sınıfların ve uluslararası şirketlerin "dikkatlerini çekmek" ve "ilgi elde etmek" çabasındaki bazı entelektüellerdir. Post-kolonici kültürel incelemeler adı altında gelen bu yaklaşım emperyalist düşünü tarzının yansıtıldığı kolonicilik ötesi (post-colonialism) anlayışını getirir. Post-kolonicilikle "ulusal bağımsızlık" veya herhangi bir bağımsızlık savaşı ve mücadelesinin, kısaca sosyal adaletin yerini, kitlelerin ve bireylerin global pazara entegrasyonu, modern olaylara modern kitle iletişimini izleyerek katılma ve modern süpermarketlerde özgürlük ve doyumu arama alır. Post-kolonicilikte, eski batı hayranlığı ve taklitçiliği yeni kılıflarla sunulur: Batı kültürel ırkçılığı evrensellik kazanır; globalleşme, dünya vatandaşlığı, uluslararası firmaların önemli katkıları herkes için kurtuluş türküsü yapılır. Bu sırada, dünyanın her yerinde artan sömürü ve yoksulluk, azınlıkların bağımsızlık savaşı ve devletlerin silahlı güçleri tarafından insanların katledilmesi, çalışanların artan enflasyon ve fiyatlar ve artmayan ücretler/maaşlar gerçeği karşısında mücadelesi devam eder. Post-kolonici görüş "Birinci Dünya pozitivist-

deneyciliğini" kopyalar; Post-Fordizmin yeni kompradorudur (San Juan, 1995; Bhabha, 1992; Hall, 1992; Callinicos, 1994). İletişimde post-kolonicilik uluslararası iletişim pazarına entegrasyonu ve 1980 ve 1990'ların iletişimdeki gelişmeleri "büyük ihsan" olarak niteler.

Post sömürgecilikte belirtilmeyen epistemolojik varsayıma göre, post sömürgecilik günümüzde modern dünya sistemindeki uluslar ve halkların çoğu tarafından paylaşılan bir durumdur. Dünya sömürgecilik ve emperyalizm dönemi ötesine geçmiştir. Herbert Schiller (1991) bu tür post-emperyalist bir döneme geçildiği görüşünü reddeder. Aynı paralelde, Arif Dirlik (1994:238), "post sömürgecilik ne zaman başlar?" diye sorar ve kendisi alaylı bir şekilde cevap verir: "Üçüncü Dünya entelektüelleri Birinci Dünya akademisine vardıklarında." Gerçekten de post sömürgeciliği başlatanlar Amerikan ve İngiliz üniversitelerinde okumuş Üçüncü Dünyanın entelektüelleridir. Post-sömürgeci kuram ve edebiyatta bilinen isimlere dikkat edin:: Chinua Achebe, Homi Bhabha, Buchi Emecheta, Frantz Fanon, Jamaica Kincaid, Salman Rushdie, Wole Soyinka, Gayatri Chakravorty Spivak, Aijaz Ahmad, Kwame Anthony Appiah, Bill Ashcroft, Amilcar Cabral, Partha Chatterjee, Rey Chow, Gareth Griffiths, Ranajit Guha, Bob Hodge, Arun Mukherjee, Aruna Srivastava, Sara Suleri, Gauri Viswanathan, Helen Tiffin, etc. (Deepika, 2001)..[103]

MODERNLEŞME-ÖTESİ KÜLTÜRELCİLİK

Post modern kavramındaki "post" (ötesi, sonrası) sözcüğü modern dönemin bittiğini anlatır: Modernliğin sosyal bütünselliği ve hiyerarşik yapılaşması, derinliği veya kökleri olmadan "gövde kök" gibi yüzey yaratarak sosyal sınırları şiddetle içeriye çöktükçe, küçük parçalara ayrılmıştır. Toplum parçalandıkça, toplumun ve benliğin belli amaçlara doğru kararlı bir şekilde geliştiğini belirten özgürlük, eşitlik ve kardeşlik gibi modernist düşünü yerini, benlik ve sosyalin belirsiz, genel birlikten veya uyumdan yoksun ve "soncasız olma" (büyüyünce ne olmak istiyorsun sorusundaki olma anlamına olma) sürecinde olduğunu belirten post modern görüşe terk etti. Bu değerlendirmeyi şöyle

[103] *Postsömürgeciliğin Eleştirisi için bkz Miyoshi (1993) ve Dirlik (1994).*

okuyabiliriz: Post moderncilere göre insan ve toplum moda ve reklam dünyası gibi sürekli değişen ve ne olduğu ve ne olacağı belli olmayan bir yapıya sahiptir. Bize göre bu dünya, aslında multi-milyon dolarlık sermayelerin ve örgütlenmelerin, amaçlı ve planlı iletişim politikalarının egemenliğinde tüketme ve sahip olma hayalleri işlenerek yönetilen bir dünyadır. Post-modernist, bu hayalleri destekleyen bir biçimde, üstünlük ve egemenlik yerine "her yerde var olmaya" ve amaçlı politika yerine "şence oyun oynamaya" eğilir.

Postmodernizm "sosyal ideolojilerin amacının egemen ilişkileri haklı çıkartmak ve meşrulaştırmak" olduğu görüşünü öne süren "toplumu oluşturan gerçek yapıların analizini" reddeder. Onun yerine imajlar denizinde dünya hakkında kendi anlamlarını inşa eden tüketici bireyler görüşünü sunar. Dünyanın nasıl çalıştığı hakkında her şeyi içine alan kapsamlı öykülemelerin geçerliliğini reddeder: Dünyanın bir betimlemesi bir diğeri kadar iyidir. Bu görüş "doğru" ve "gerçek" gibi kavramların terk edilmesini getirir (Philo ve Miller, 1999).[104]

Postmodernlik modernliğe karşı, karşıt veya modernliğin ötesinde olarak nitelenir. Modernlik endüstriyel toplumların yapısı, Postmodernlik endüstri ötesi kapitalist toplum yapısıdır. Endüstriyel devrimle kapitalist toplumlar sosyal sınıfları getirdiler. Sınıf sosyal yapının en önemli elemanıydı. Postmodern toplumlarda sınıfın önemi artık ortadan kalkar. Onun yerini yaş ve cinsiyet gibi elemanlar alır. Bireyselleştirilmiş kültürel faktörler merkeze oturtulur. Kişilik bireysel farklılaşmış rollerin ve seçimlerin çerçevelediği Postmodern kültürün çeşitliliğinde oluşur. Ekonomik alanda, Fordizmin yerini Post-Fordizm alır: Fordizmde, dev firmalar kitle pazarları için yarı-kalifiye işgücünü kullanarak kitle-üretim teknolojileriyle kitle üretimi yapıyorlardı. Şimdi Post-Fordizmde, pazar "parçalara" ayrılmıştır. Üretim daha küçük firmalar tarafından yapılır ve artan bir şekilde taşeronlar (sub-contractor) kullanılır. Firmalarda personel bölümleri isim değiştirerek "insan ilişkileri bölümü" ve ardından "insan kaynakları bölümü" olur. Sendikalar ya ortadan kalkmıştır ya marjinal duruma düşürülmüştür ya

---

[104] *Doğru ve gerçek yoktur derken, aslında doğru ve gerçeğin olmadığı sözü doğru ve gerçek yapılır.*

işbirliği içindedir ya da fabrika birimleri içinde iş görürler. Siyasal anlamda, modern toplumlar "büyük devlet kurumları" olan ve ekonomik politikalar ve kamu kurumlarıyla ekonomiye çok karışan bir yapıya sahiptiler. Şimdi Postmodern toplumlar bunun tam aksine, özel girişime, küçük devlet kurumuna ve ekonomiye karışmamasına ve rekabete dayanır. Kamu kurumları özel girişimlere satılır; devlet klasik sorumluluklarından ve yükümlülüklerinden sıyrılır.[105]

Postmodern kuramcıların hepsi de çağdaş iletişimi ve imajları "metin" olarak ele alırlar: Ulus içinde ve uluslararasında birçok çeşitli metinler (medya ürünleri) dolaşır. İnsanlar bunları isteyerek alırlar ve kendi yaşamlarına yaratıcı bir şekilde uydururlar (bütünleştirirler). Böylece hegemonya ortadan kalkar, onun yerini global post modern çoğulcu anlamlandırma ve tecrübe alır. Fiske'ye göre (1992) farklı izleyiciler yabancı hegemonyacı ürünlere kendi yorumcu çerçevelerini getirirler ve metini yeniden yorumlar, böylece direnirler. Örneğin "hayaaatın tadıı, Coca Cola" sözünü alırlar, karşıt anlam üretirler ve Coca Cola ile hayatın tadını çıkartma yerine, banal bir şekilde Pepsi Kuşağına (Pepsi Generation) veya ColaTurkoculuğa bağlanırlar. Dikkat edilirse, postmodern görüşte "direniş kültürü" ve "liberasyon" izleyicinin kendinden kaynaklanan metne kendi okumasını getirmesinde yatar. Chen'in sunduğu gibi (1986) kendi anlam vermelerini kendileri yaparak "direnişin kültürel politikasını kurmak için" medyayı kullanırlar.

İletişim ve imajlar "kendin anlam ver takımı" olarak görev yapan metinlerdir. Ya da anlamların çıkarıldığı ve yeniden çıkarıldığı kaynak bankalardır. Yani, kodlama ve kodlamanın amacı (gönderenin amacı) anlamını yitiriyor, çünkü izleyici ya kodlanmış anlamı ve amacı yan çiziyor ya da ona direniyor. Böylece, izleyici medya tarafından maniple edilemez veya "uyutulamaz" oluyor. Bu görüş medyanın ideolojik etkisi tezini geçersiz yapar ve medyayı yönetenleri içerik sorumluluğundan azat eder. İzleyiciler aktif bir şekilde, kodlandırılan anlamlandırmaya değil, işaretlere yöneldikleri için ideolojik etki anlamını yitirir.

---

[105] *Bu size, özelleştirmenin meşrulaştırılması gibi gelmiyor mu?*

Postmodern kültür görüşüne göre, durmadan genişleyen global medya sistemi beklenmedik çeşitte yerel kültürleri, görüşleri, perspektifleri, ilgileri ve çıkarları içine alır ve birleştirir; fakat bunu yine de oldukça tercihli bir şekilde yapar. Bu farklı yaşam biçimlerine erişmenin (elde etmenin) nicelik ve niteliğini büyük ölçüde kısıtlarlar. Dolayısıyla Postmodern kültür çelişkili benzerlikler ve farklılıklar karışımı tarafından ifade edilir. Postmodern düşünü dünyayı nesnel olarak temsil ettiğini iddia eden bilimin "pozitif biçimine" karşı oldukça eleştirel olarak yaklaşır (Harms ve Dickens, 1996:211).

Postmodernistler dilin temsilsel fonksiyonunu kabul etmezler, çünkü kelimeler ile işaret ettikleri arasındaki bağ keyfidir ve mükemmel değildir. Bazıları daha da ileri giderek sembolsel temsiller dışında gerçek olmadığını ileri sürerler. Böyle olunca algılanabilir her şey potansiyel semboldür. Dolayısıyla, bir metnin anlamı birkaç nedenden dolayı kesin değildir: (a) Bazı metinler kasıtlı olarak üretilmez, dolayısıyla anlamları algılayana bağlıdır. (b) Kasıtla üretilmiş metinlerin bazılarının anlamı, üretimlerindeki bazı olasılıklı sorunlar nedeniyle, açık değildir. (c) İlk iki durum olsun veya olmasın fark etmez, metin algılamada anlamlar daha sonra üretilmiş raporlarda ortaya çıkabilir. Bu belirginsizlikler nedeniyle, iletişim olasılığı ve bunun sosyal davranıştaki rolü daima şüphelidir. Hatta bazı şüphecilere göre sosyal var olmayabilir ve (örneğin eğitim, baskı gibi) toplum eylemlerini meşrulaştırmak için kurulmuş bir kavramdır. Eğer bu iddia doğruysa, sosyoloji akademik bir disiplin değil, siyasal bir projedir. Öznenin çözümlemesini inceleyen sosyal bilim imkansızdır.

Dilsel idealizm ve haddinden fazla kültürelcilikle, medyanın ve imajların üretiminin sosyal koşullarından uzaklaşılmıştır. Bu uzaklaşma sonucunda, iletişim sürecini biçimlendiren temel materyal güçler bir yana itilmiştir. Ekonomik belirleyicilik veya ilişki reddedilerek iletişimin siyasal ekonomik boyutu ortadan kaldırılmıştır. Yüceltilen Postmodern durum ve duyarlılığın koşulları, ki öyle koşullar varsa herhangi bir toplumda, kendiliğinden olmamaktadır: Çağımızın toplumsal üretimine egemen olan örgütlü sermayenin birikim ve yayılma peşindeki amaçlı bir şekilde iletişim araçlarını kullanması ve sürekli imajlar paketlemesiyle oluşmakta ve sürdürülmektedir.

Postmodern kültürel yaklaşım 1990'larda kültürel incelemelerin önemli bir bölümünü içine almaya başladı. Örneğin Baudrillard medya tarafından doldurulmuş "aşırı gerçek" (hyperreality) toplumun sosyal sonuçları üzerinde durmuştur. Altheide ve Snow (1991) çağdaş iletişimin formatının "gazetecilik, siyaset, spor ve dinin medya dünyasını" belirlediğini incelemiştir. Gitlin, Rishe, Grossberg, Altheide, Fiske ve benzerleri belli medya pratiklerini post modernist yaklaşımla açıklamaktadırlar.

Kuramın eleştirisi

Postmodernlik, Jameson'a göre (1991), "geç kapitalizmin kültürel mantığıdır." Benzer biçimde, Harvey'e göre (1989) "Postmodernlik durumu" ekonominin "yüksek iletişim, enformasyon ve taşıma teknolojileri tarafından bütünleştirilmiş global pazarlar tarafından oynak birikim rejimi içine tanımlanmış ekonominin Post-Fordist yeniden yapılaştırılmasıdır". Tarihsizdir: Analizlerinde tarihsel ve yapısal konumlandırma yoktur. Medyanın egemen toplumsal yapılar ve uluslararası çıkarlar için nasıl kullanıldığı belirtilmez ve incelenmez. (Jameson, 1991; Goldman ve Papson, 1994; Harms ve Dickens, 1996:211). Üretim biçimini görmezlikten gelerek kuram tarihten soyulur; analizin esası olan sosyal iletimin olduğu konum ve koşullar incelemeden kaybolur, dışlanır ve ele alınmaz. Üretim biçimi gibi bütünleştirici projelerden kaçışa (Marksizme) çare olarak çoğulculuk ideolojisine sığınılır. Bu sığınmayla aynı zamanda, sosyal gücün dengesiz dağılımı bir kenara atılır ve görmezlikten gelinir.

Postmodern kültür, Lash ve Urry'e göre (1987), "örgütsel karmakarışıklığa uğramış kapitalizmin" sonucudur. Postmodern kültür en başta "kitle aracılı tecrübeyle ve yeni kültürel temsil biçimleriyle" ifade edilir. Postmodern toplum "görülecek şey toplumudur" (Deborah, 1970). "Sanı" ve "aşırı gerçek" ile doyurulmuş kültürel peyzajdır (Baudrillard, 1983). Postmodern kültürde farklı kültürel ve tarihsel durumlardan yağma edilmiş imajlar çokluğuyla doldurulmuş benliğin ve öznelliğin sosyal temelleri radikal bir biçimde değiştirilir veya merkezden edilir" (Lash ve Urry, 1987).

Post modern görüşe göre, çağdaş medya gerçeği temsil etmez; gerçeği kurar. Medya bir imajı veya bir orijinalin temsilini mekaniksel olarak üretir ve çoğaltır. Bu üretme/çoğaltma o denli ileridir ki orijinal ile kopya arasındaki fark ortadan kalkar. Medya yeni iletişim teknolojileri ve tekniklerle kendi kendilerini canlandırırlar ve bağımsız olarak sanki kendileri canlı gibi görev yaparlar. Medya dış gerçeğe ait olmadığı için kendini yansıtır ve kendine aittir. Dikkat edersek, iletişim teknolojisi bir bakıma her şeyin yaratıcısı ve yapıcısı olarak Tanrının yerini alıyor. Postmodernizm görüşü teknolojik biçim ve yapı üzerine eğiliş biçimiyle McLuhancı teknolojik belirleyiciliği çoğulculuk ideolojisi içine yerleştirir. En eleştirel veya övgücü biçimle herhangi bir sosyal sorumluluk iletişim teknolojisi üzerine yüklenir. Fakat, "teknoloji nereden geldi? Biçim ve kodları kim ve nasıl geliştirdi? Kimin çıkarları, bu teknolojiler, biçimler ve kodlarla gerçekleştirilmekte ve kiminki bastırılmaktadır?" gibi sorulara yer yoktur. Postmodernlikte ortak nosyon, yeni iletişim teknolojileri, enformasyon ve bilginin toplumun yeni organik prensipleri olduğudur. "Hangi bilgi, kim tarafından, kimin için ve ne tür sonuçlarla" gibi sorularla gelen ve toplumdaki güç yapısı ve ilişkilerini ele alan sorular modası geçmiş sorular olarak nitelenir.

Postmodernizmin eleştirel kanadını sanatın ticarileşmesine karşı "pazar için sanat" yerine "sanat için sanat" direnişi olarak niteleyebiliriz. Fakat bu direniş çoğunlukla sembolik sanat alanı çevresi ve çerçevesi içine sınırlanmıştır. Garnham'a göre (1990) edebiyat, dil ve film analizinden çıkıp gelen "metin analizi (kültürel incelemeler) 1980'lerde önce yapısalcı, ardından 1990'larda post-yapısalcı Marksizm'e, oradan da Postmodernizme taşındı. İnsan yaşamını belirleyici materyal ve sosyal faktörlerden kaçtı ve referanssız (non-referential) anlam vermeye ve "arzuların özgür oyunu" sahasına götürdü. Bu yaklaşımlar, aynı zamanda, kendi imtiyazlı alanlarında, imtiyazlı sembolik dilleriyle, bu entelektüellerin ideolojisi olarak tasarlandı.

Post kültürelci kurama göre medyanın gücü kontrol eden medya mülkiyetinde ve profesyonel pratiklerde değil, izleyicilerde yatar. Post kültürel yaklaşımlarda izleyici/okuyucu hakkında ortak görüş daha azdır. Baudrillard'ın "emici" pasif izleyici anlayışından farklı olarak, örneğin diğer önde gelen Postmodernistlerden L. Grossberg ve J. Fiske'ye göre izleyici aktiftir. Fiske'ye göre çağdaş iletişimde çok anlamlılık (çoğulcu içerik ve medya) ve çok anlam verme (izleyicinin aktif anlamlandırması) egemendir. İzleyiciler aktif bir şekilde medya imajlarından kendi anlamlarını çıkartırlar. Postmodern görüşte böylece izleyicilerin özerk olarak kendi anlamlarını kendilerinin vermesi altında yatan toplumsal nedenler bir kenara itilir ve kişinin duyu organlarıyla ve fiziksel arzularıyla ilgili olan alana dönülür.

Postmodern yaklaşıma göre medya "hava durumu gibi" kabul edilmeli ve ona adapte olunmalıdır. Egemenlik, özgürlük ve kurtuluş için yorumlanmamalı, değerlendirilmemeli veya eleştirilmemelidir. Kurtuluş konusu ele alındığında (örneğin Faucault, Lyotart), konu "topyekünleştiren öykülemelerin" (totalizing grand theories, yani hem yapısal fonksiyonalizmin hem de Marksizmin) meta-tanımsal eleştirileri olarak ele alınır (Harns ve Dickens, 1996:221).

Bize göre, diğer eleştirilerimizin yanında, Postmodern kültür ve Postmodern yaklaşımlar, kapitalist üretim biçiminin ve ilişkiler dünyasının sahte gerçekten çok sahte imajlarla son zamanlarda yapılan yeni "beyin yönetme" eklemeleridir. Bu eklemeler hem sermaye hem de bu eklemelerle belli pozisyonlarda prestij ve yaşam tarzı sürdürenler için oldukça görevseldir. Teknolojiye kendi başına toplumu biçimlendirici karakter vermek ve yarattığı imajları (metinleri) yüceleştirmek için Postmodernist süsleme ve boyama gerekir. Ayrıca, Postmodernistlerin bir metni (bir filmi, programı, öykülemeyi) inceleme biçiminin kompleksliğine ve anlaşılmaz çapraşıklığına baktığımızda şaşırmamak elde değil: Sanki Postmodern toplumun medya üreticileri akıl almayacak derecede aydın, filozof, bilgili, hünerli ve herkesin üstünde bir zeka seviyesine sahipler ve Postmodernistlerin karmaşık ve üstün anlamlandırmalarını bilinçli bir biçimde düzenlemekte ve paketlemektedirler. Sanki medya toplum ve akıl üstü bir entelektüel niteliğe sahip gibi, medyanın ürünleri soyutlanarak kültürelcilerin "dilsel

anlamlandırmalar" dünyasının çapraşıklığıyla değer bulmaktadır. Sanki medya, medyayla kendi temsillerinde veya sayısız ilişki kurmamızı isteyen ilişkisiz yerleştirmelerde (örneğin bir açlık haberi, haberin içinde bolluk, yiyecek ve içecek reklamı, haberin ardından, bütün ekonomik sorunlarını çözmüş ve günlük gündemleri bolluk ve lüks içinde, seks etrafında dönen pembe diziler gibi) amaçlı ve planlı bir iletişimi yapan süper-insan veya süper oluşumdur. Aksine, sadece egemen yapıların içinde sosyalleşmiş ve bu yapının umutlar, engellenmişlikler, ezmeler ve ezilmeler dünyasına entegre olmuşların yaşadıkları egemenliği cahilleştirilmişliklerindeki kopyacı sunumlarıdır.

Postmodernizm ve post kültürelcilik, globalleşmeyi artıran dünya sermayesinin egemenliğini eleştirdiği durumda bile bu egemenliğin ideolojik meşrulaştırıcısı konumundadır.

BAUDRILLARD'IN POSTMODERN MEDYA KURAMI

Buadrillard'ın yaklaşımı 1970'in başında iletişim konusuna tüketici toplumunun inşası, nasıl yeni değerler, anlamlar ve faaliyetler sunduğuna Marksizm ve siyasal ekonomi açısından başlar. Kuram 1972'de *Toward a Critique of Political Ekonomi of Sign* ve 1973'de *The Mirror of Production* yapıtlarıyla Marks'ın eleştirisine dönüşür. Sonrasında, Baudrillard Marks'ı ekonomik indirgemecilikle niteler ve Marksist yaklaşımın dil, işaret ve iletişimi kavramlaştırmadaki beceriksizliğini vurgular (Baudrillard, 1983). Baudrillard 1972'deki yapıtının "*Media için requiem*" bölümünde, Marksizmin ruhuna fatiha okur. Baudrillard'a göre, medya yeni Postmodernliği oluşturmada hayati rol oynar. McLuhan'ın kavramlarını kullanan Baudrillard, Post modern toplumu modeller, işaretler ve kodların egemen olduğu bir simulasyon dönemi\era olarak tanımlar. Baudrillard medyayı günlük yaşamda önemli rol oynayan ve otonomus hiper-gerçek alanını oluşturan imajlar, işaretler ve kodlar üreten ana simulasyon makineleri olarak niteler. Medya izleyicisinin deneyimini aktif süreçten geçirme veya anlam üretme yerine, imajların pasif emilmesi bağlamında ele alır. Böylece, Baudrillard simulasyonlar ve asıl-ötesi (hyperreality) analizini yaparak sosyal kuram ve medya eleştirisine üretim ilişkileri gerçeğini bir yana bırakan bir Postmodernist olarak katılır (Baudrillard,

1987). *The Evil Demon of Images* yapıtında, Baudrillard, medyanın radikal bir kuramını geliştirme olanaksızdır, çünkü toplum ve siyasal ve ekonomik güçler arasında aracılık yapan (mediating) örgütler ve kültürel makineler anlamında gerçekte "medya" yoktur. Medya enformasyon ve iletişimi, "anlamı nütralleştirir" ve izleyiciyi tek boyutlu bir tecrübeye sokar: Bu tecrübede, anlam aktif olarak üretme yerine, imajlar pasif bir şekilde emilir. Bu yorumun anlamı oldukça açıktır: Baudrillard'da ve Postmodern yaklaşımda medya otonomus olur, yani kültürel anlam vermede teknolojik determinizm ortaya çıkar.

Baudrillard'a göre (1983a) izleyiciler medyanın mesajının "anlamına" veya dış dünyayla olan ilişkisine değil, fakat onun göz kamaştırıcı içsel koduna ve kendine referansçı yapısına karşılık verirler. Postmodern çökme süreci izleyicinin sosyal doğasına uzanır ve onu "süngerimsi bir nesneye, bir karadeliğe, kitleye" dönüştürür. İzleyici yansıtmaksızın medyadan gelen anlamsız mesajları emer. Buna aykırı bir biçimde, bu "nükleerleşmiş, atomlaşmış, molekülleşmiş kitle" aynı zamanda güç merkezidir. Bununla beraber, gerçek şu ki, kitleler ne geçmiş ne de gelecek için yazacak tarihe sahiptirler. Harekete geçirecek potansiyel enerjiden veya doyuracak arzudan yoksundurlar. Güçleri tümüyle "o andalık." Şimdi ve orada... Sessizliklerinin gücü (Hard ve Dickens, 1996:213). Bu yorumlamayla, Baudrillard kitlelerin mücadele gücünü ve örgütlenme olasılığını yitirdiğini ima etmektedir.

Douglas Kellner "*Communication for and Against Democracy*" (1988) makalesinde Baudrillard'ın kuramının sefil bir medya kuramı olduğunu ve McLuhan'ın formalist, teknolojik determinist ve essentialist yaklaşımının yeniden-ürettiğini belirtir. Post modern medya kuramının zayıflığı postmodern kuramın kendisinin statüsü hakkında temel sorular ortaya çıkartır. Önceki sosyal kuramın bütün sınırlarını reddeden bir kuramın kendisinin medya, ekonomi, devlet, kültür ve toplum arasındaki karmaşık ilişkileri ve çelişkileri dikkatlice ve titiz bir şekilde işleyebilecek pozisyonda olduğu şüphelidir.

POST-YAPISALCILIK: GENEL DEĞERLENDİRME

Post-yapısalcılık yapısalcılığın bir sonucu ve ona reaksiyondur. Yapısalcılık olmadan var olamazdı.

Post-yapısalcılık "grand narrativies" ve "metanarratives" adını verdiği önde gelen sosyal teorileri reddeder; asılcı (essentialist) ve temelci (foundationalist) görüşleri kabul etmez. [106] Çünkü totalleştirici düşünce bütün fenomenleri tek bir açıklayıcı kavram altına koyar. Aslında, totalleştirme ile post-yapısalcılık, Postmodernciler gibi var olan sosyolojik kuramları reddederler. Özcü/asılcı düşünce dil ve ideolojinin ötesinde veya altında bağımsız bir gerçek olduğunu ileri sürer. Post-yapısalcılar bunu da reddederler, çünkü dilin dışında bir gerçek olamaz. Böylece post-yapısalcılar görünen köye bakarken, örneğin "görünen köy kılavuz istemez" sözüyle görünen köyün dilden geçerek var olduğunu anlatırlar. Temelci (foundationalist) düşüncede anlamlandırma sistemleri insan düşüncesiyle birebir tekabül eden dünya gerçeklerinin değişmez ve problemsiz temsili olduğu belirtilir. Post-yapısalcılar bunu reddederler. Düşüncelerin ve dilin dünya gerçeklerini olduğu gibi yansıttığını iddia etmek elbette doğru değildir. Marks'ın egemen düşüncelerle egemen üretim arasında kurduğu bağ bu tür basitliğin çok ötesindedir.

Post-yapısalcılar aydınlanma düşüncesinden ve idealist felsefeden gelişen insan düşüncesini reddederler. İnsanı ortadan kaldırırlar ve onun yerine kültürel ve söylemden geçerek biçimlenen "özneleri" yerleştirirler: insanlar kültürel ve söylemsel olarak inşa edilmiş sembolsel varlıklardır. Böylece hepimizin tanıdığı sosyal bir varlık olan "aktif izleyici" yerine kesintisiz çözümlemelerle yaşayan çok daha aktif "özne" konur. Bu özne, "ben özgürüm" diye görüntüsüyle ve

---

[106] *Postmodern dilde "narrative" veya "story" dünyanın nasıl işlediğini açıklayan "kuram" anlamındadır. 'Grand narratives' or 'metanarratives' büyük ve kapsamlı kuramlar anlamına kullanılır. "Totalizing grand metanarrative" Marksizm gibi kuramları nitelemek için kullanılır.*
Essence (öz) genellikle görünümlerin ardında yatan kalıcı ve değişmeyen gerçek anlamına kullanılır. Essentialist buna inanandır.
Foundationalizm epistemolojik bir tezdir. Bu teze göre, bilgiyi hiçten başlayarak kesinlikle inşa edebiliriz.

ideolojisiyle Anadolu'nun kırlarını ve beyinlerimizi kirleterek cep telefonuyla konuşup durur. [107] Özne kültürel anlamlar ve pratiklerden geçerek yaratılır ve kültür temelli anlam sitelerinde, örneğin aile üyesi olarak, yer alırlar. Her anlamlandırma sitesi farklı dil kullanımı, farklı ben şekillenmesi, farklı değer ve enerji, farklı sosyal pratiklerine sahiptir. Dikkat edilirse, günlük dille veya bilinen sosyolojik veya psikolojik kavramlarla anlaşılır bir şekilde gerçeği açıklama yerine, anlam siteleriyle ve bu kültürel sitelerdeki konumlandırmalarla insan ve toplumu ve ilişkileri açıklanmaktadır. Bu siteler üretim biçimleri ve ilişkileri tarafından tarihsel olarak oluşmuyor, fakat kültürel anlamlardan ve pratiklerden geçerek şekilleniyor.

Post-yapısalcılık, gerçeği "yapısalcılıktan çok daha parçalanmış, çeşitli, müphem ve kültüre özgü" görür.

Bütün anlamlar metinseldir (textual) ve metinler-arasıdır. Metinin dışında gerçek yoktur. Bildiğimiz her şey işaretlerden geçerek inşa edilir, söylemin (discourse'un) kurallarıyla yönetilir ve diğer metinlerle benzerlik, anıştırma ve tekrardan geçerek ilişkilidir. Her metin diğer metinlere ilişkisi içinde vardır.

Metinler "artı anlamlara" sahiptir. Bu nedenle farklı okumalar kaçınılmazdır. Bu "artı" dil ve retoriğin çoğulcu doğasında yatar.

Post-yapısalcılığa göre, insanlar dil, söylem (discourse) ve ideoloji dünyasında yaşarlar. Dil, söylem ve ideoloji insanların varoluş ve anlam duygusunu inşa ederler.

Söylem (discourse) bir materyal pratiktir. İnsan (tarihte değil) "tarihselcilikte" köklenir ve vücuttan geçerek yaşar. Tarih nesnel olarak varolan ve bilişsel olarak hazır gerçeği ima eder. Tarihselcilik tarih olarak düşündüğümüzü değişen, bir yere yerleştirilmiş ve göreceli olarak düşünür. Söylemin üretimi, dünyamızı bilme yolumuz belli sayıda süreçler ile örgütlenir ve dağıtılır. Tarihin evrimi veya neden-sonuç akışı yoktur. Ne olursa şansla olmaktadır (Faucault).

---

[107] *Keşke sembol yiyerek geçinebilseydik; fiziksel ve sosyal varlığımızı sembollerle besleyerek yaşayabilseydik. "Sermaye" bir semboldür, fakat kendisi gerçek değildir; ama işaret ettiği şey gerçektir ve sembolün dışında vardır ve sembolden geçerek sömürüsünü yapmaz; sömürüsünü sürdürdüğü egemen materyal ilişkilerden geçerek yapar.*

İnsan yerine ifade aracı olan dili ön plana çıkartan dilsel yapısalcı yaklaşımların açıklamalarında, toplumsal üretim bağı değişen oranda ortadan kaldırıldı. Tarihin ve tarihini yapan insanın yerini yazılı, işitsel veya görsel metnin yapısının incelenmesi aldı. Üretim ilişkisi ve sınıf kavramı ortadan kaldırarak, metindeki ilişkilere eğilip anlamlandırma yoluna gidildi. Sosyal süreçlerden kaçış ve metni sosyallikten soyutlama dilsel yapısalcılığı gerçeği yakalamada büyük ölçüde kısıtlar. Örneğin, Faucault ve yapısalcıların çarpıcı gelen eleştirel açıklamaları tarihten yoksundur ve "güç" kavramının nerede yattığını ve nerede konumlandığını ya açıklamazlar ya da "her yerde" olduğunu belirtirler. Gill'e göre (1984), örneğin Baudrillard, "şifreyi" ekonomi, siyasal, ideoloji ve kültürün önüne koyar. Şifre insanı ve yaşamı belirleyen birim haline dönüştürülür ve toplumsal gerçekler dilsel yapılara indirgenir. Bu incelemeler ve sunumlarda insan tümüyle insan gerçeğinden kopartılır, ilgi merkezinden kovulur ve onun yerine "metin" olarak nitelenen ifade edilmiş (discourse) şekli alır. İfade edilmişin (metne dönüştürülmüş söylemin) merkeze alınmasıyla insan tarihi, örneğin sinema filim şeritlerinde okunan, metinler tarihi yapılır. İnsan ilişkisi filim şeritleri içindeki ve arasındaki metinsel-bağımlılık olur ve metinsel-karşılıklı-bağımlılıkla açıklanır. Bu metin düşünce olduğunda, insan tarihi düşünceler tarihi olur.

Dilsel anlamlandırmalar ve metin incelemesi metinde değil toplumda yaşayan insanın üretim biçimi ve ilişkilerinin içinde, bu üretime ve ilişkilere bağlanarak, bu üretim ve ilişkilerle birlikte ele alınarak doğru anlamlandırılabilir. İnsanı ürettiklerinden geçerek belli ölçüde anlayabiliriz. İnsanı kendini üreten veya üretilen bir metin olarak da ele alabiliriz. Fakat bu metni (insanı) okumayı dilsel ifadeler ve yapılar içine indirgediğimizde, dil dışında gerçek yoktur varsayımına ulaşırız. Yaşamayan (dil) yaşayanın (insanın) yerini alır. Yaşamayan yaşayan olur ve hem kendini hem de insanı metinsellik ve metinler-arasılık içinde sürekli belirler ve yeniden-belirler. Kapitalist süreçlerden geçerek "yabancılaşan" insan, Postmodern yapısal anlatımlardan geçerek ortadan kaldırılır. Böylece otomasyonla bile emeğe muhtaç olan ve emeği üretimden atamayan kapitalizmin yapmak isteyip yapamadı söylemlerin söylemiyle yapılır.

POST-EMPERYALİZM

Post-emperyalizm ilhamını 20. yüzyılın sonunda uluslararası (transnational) firmaların büyümesinden alan sosyal ve siyasal değişim teorisidir. Bu teori modern firma teorileri ve sınıf analizine dayanan toplum teorileri olmak üzere iki temel kaynaktan gelir. Post emperyalist teoride sınıf biçimlenmesi güç ilişkileri temeline dayanır. Geleneksel sınıf analizinden hem bu nedenle hem de tarihsel üretim biçimleri farkını ortadan kaldırmasıyla ayrılır. Post emperyalist kurama göre, uluslar arası sınıfların birleşmesinden global bir burjuvazi oluşmuştur. Bu gelişmeyle, kapitalist olduğu kadar sosyalist prensiplere uygun bir biçimde kurumların ve kamu politikalarının gelişmesi aynı zamana rastlar (Becker ve diğerleri, 2001), Post-emperyalist teori kapitalizmin günümüzdeki aşamasını açıklamak için inşa edilmiştir. Bu inşa emperyalizm anlayışında bir paradigma değişimi olarak sunulur. Bu değişimde diğer faktörler Amerikan egemenliğinin gerilemesi, militarizmin artması, uluslar arası yatırımların artması, pazarlar ve ham maddeler üzerindeki tekellerin gelişmesi, devletin değişen rolü, Japonya ve çevresinin gelişmesi eklenmektedir.

Elbette ilk sorulacak soru dünyada hala insanlar emperyalizmin koşulları altında yaşarken post emperyalizm iddiasının anlamının ne olduğudur. Post emperyalist yaklaşımın bu soruya cevabı, emperyalizmi oluşturan koşulların artık ortadan kalktığıdır. 1990 ve 2000'lerin dünyası, çok yakın geçmişin yeniden anlamlandırılmasını belli alanlardaki, özellikle iletişim alanındaki gelişmelere bakarak, evrensel niteliksel değişmeler olarak sunmaktadır. Medyanın büyümesi, şirketlerin küresel alanda yaygınlaşarak etkilerini artırması, küresel emtialaştırma, devlet ve hükümet karışmalarının uluslararası pazar çıkarları yönünde biçimlenen rolleri emperyalizmin-ötesi veya sömürgeciliğin-ötesine geçen bir kopuşu anlatmaz. Medya büyümesi, şirketlerin gücünün artması, medya çıkar ve stratejilerinin özelleştirmeyi gerçekleştirmesi ve kamunun kültürel biçimlerinin gerilemesi bu tür bir gösterge değildir. Şirketlerin toplumsal etkinliklerle yaşamın her alanına uzanmaları ve kültürel yaşamın metalaştırılması (ticari mal gibi alınıp satılması, değerinin parayla

ölçülmesi, ticari bir mal yapılması, emtia biçimine dönüştürülmesi) yeni bir olgu değildir. Bu durumun materyal temelini ekonomik küreselleşme ve bunun özelleştirme ve deregülasyonla özgürlük, serbest ticaret, demokratlaşma, globalleşme, evrenselleşme ve karşılıklı bağımlılık olarak gösterilmesi de herhangi bir "öteye geçişi" anlatmaz, kontrolü sağlama yollarını anlatır. Tüm bu tür sunumlar materyal ilişkilerin idealleştirilmeyen, mitleştirilmeyen ve olduğundan öte abartılmayan gerçekleri karşısında geçerliliklerini yitirirler. 1990 ve 2000'lerin dünyası dünden kopukluğu anlatmaz; bir sürekliliği ve bu süreklilikteki bazı değişimleri ifade eder. Bu da kesinlikle yakın geçmişin egemen üretim ilişkilerinin temel değişikliklere uğradığı anlamına değildir. Dolayısıyla, kavramların önüne "post" koyarak yapılan sunumların, teknolojik araç yeniliklerinin ve gelişmelerinin ötesinde, üretim ve ilişki biçimlerinde niteliksel değişikliklerle ilişkisi olmadıkça veya sahte mitleştirme seviyesinde kaldıkça, ideolojik sahte-bilinç sunumu ötesine gitmezler. Schiller'in belirttiği gibi "yok öyle bir şey! Marksizm-sonrası gene Marksizm ve emperyalizm-sonrası gene emperyalizm. Ne Marksizmin ne de emperyalizmin "ötesine" geçildi. Ne Marksizm'in temel kuramları ne de emperyalizmin temel amacında ve üretim biçiminde her ikisini de tarihe gömecek bir gelişme ve değişme oldu. 1990'lar ve 2000'lerde dünya Amerikan kültürünün, özelleştirme ve deregülasyonla getirilen örgütlenme biçiminin egemenliği altına girmeye devam etmektedir. Bunun yanında, teknolojik ve ekonomik kontrol ve sermaye artık Amerikan olmaktan çıkmış ve Avrupa ve Japon dev sermayeleriyle pazarları paylaşmak zorunda kalmıştır. Sadece pazarları paylaşmamakta, medya ve iletişim ürün (programlar, filmler vb.) pazarı dışında, teknolojik ürün (araç) pazarlarını kaptırmaktadır. Fakat bu değişim, emperyalizmin temel karakterinde veya sermayenin karakterinde olan bir değişim değildir: Sermaye sahiplik anlamında ulusallıktan çıkmaktadır; fakat aynı zamanda, sermaye baskıcılığını ve politikalarını gerçekleştirme ve sürdürme aracı olarak, ulusal birimlerin siyasal ve askeri güçlerini kullanmaya devam etmektedir. Amerika gibi birkaç ülkenin silahlı kuvvetleri emperyalizmin hem ilgili ülke hem de genel dünya çıkarlarını koruması için beslenirler. Bu ülkeler dışındaki

silahlı kuvvetler emperyalist bağımlılığın sürdürülmesine karşı olan direnmeleri ve mücadeleleri o ulus içinde yok etmek amacıyla vardır. Bağımlı ülkelerin silahlı güçleri, o ülkelerin milli burjuvazisi denilen ve dış sermayeyle zorunlu iş birliğine giren sermayesi gibi, küresel pazar sisteminin içteki baskı organıdır. Bu güçler, sermaye kadar olmasa bile, bağımsızlık ve ulusal karakterlerini önemli ölçüde yitirmişlerdir; ulusallıkları sadece ordularının insan gücü yapısında ulusun insanını kullanmaktan öte çok az gider: Hem egemen çıkar yapısıyla hem de emperyalist güçlerin şantajıyla egemen küresel politikalara boyun sunmak durumuna düşürülmüşlerdir.

Sosyal anlamlılığa ve metodolojik geçerliliğe sahip bilimsel inceleme ve değerlendirme sosyal bilimlerde bitmeyen melodiye benzer: Her açıklama ve sonuç, okuyucu bilim adamlarının kafasında aynı zamanda yeni soru ve sorunlar yaratır; böylece denenerek ve eleştirilerek önceden yapılanın üzerine inşalar yapılır. Bu inşada önceden yapılanlar aynı kalabileceği gibi ciddi değişikliklere uğrayabilir. Dolayısıyla, sosyal bilimlerde bilimsel inşa öncekileri soruşturmayla iç içe yürütülür. Biz bu kitapta test edilmesi gereken sayısız varsayımlar ve araştırmaya teşvik edici yorumlar sunduk. Önemli görülen her cümlenin ve cümlemizin bir varsayım kabul edilip araştırılması gerekir. Türkiye'de en çok gereksininim duyulan ve eksik olan şeylerin başında kendimizi ve kendi ülkemizi anlamak için bilimsel işbirliği yokluğu gelmektedir. Bu işbirliği için aynı dünya görüşünü ve kuramsal yaklaşımı paylaşmak gerekmez: başlamak için insanca içtenlik ve dürüstlük yeter. Bilimsel işbirliğinin eleştirel hoşgörüye ve bu hoşgörüyle gelen karşılıklı etkileşime ihtiyacı vardır. Eleştirel işbirliğinin kalktığı ortam düşmanlıkların veya karşılıklı öznelliklerin desteklendiği verimsiz bir yapıya sahiptir; bundan kaçınılması gerekir.

KAYNAKÇA

Alemdar, K. (1997) "Küreselleşme, Türkiye ve Kitle İletişim Araçları", *Türk-İş Yıllığı '97:* 275-283.

Alemdar, K. (1998) (ed.) *Medya Gücü ve Demokrasi.* İstanbul:Tüses.

Alemdar, K. (2001) *İletişim ve Tarih*, Ankara: Ümit Yayınevi

Alemdar, K. ve İ. Erdoğan (2005) *Kültür ve iletişim.* Ankara: Erk.

Aron, R. (1989) *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri.* Ankara, Bilgi Yayınevi.

Atabek, Ü. (2001). İletişim ve teknoloji : yeni olanaklar-yeni sorunlar. Ankara : Seçkin.

Atwood Rita and Emile McAnany (1986), *Communication and Latin American Society: Trends in Critical Research.* Madison:University of Wisconsin Press.

Bagdikian, B. (1983/1989) *Media Monopoly.* Boston, Beacon Press.

Balle, F. (1983) "Mass media research in France: An emerging discipline". *Journal of Communication* 33 (3) :146 -156.

Balle, F. (1996); *Medias et Societes.* Paris, Montchrestien.

Baran, S. J. & and D. K. Davis (1995) *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment & Future.* NY: Wadsworth Publishing Co. Inc.

Barthes, Roland (1972). "Myth Today," Mythologies, Ed. and Trans. Annette Lavers. New York: Noonday Press. 109-159.

Başaran, F. (2000) Iletisim ve emperyalizm : Türkiye'de telekomunikasyonun ekonomi-politikaları, Ankara: Utopya.

Baudrillard, J. (1983). Simulations, NY:Semiotext.

Baudrillard, J. (1987). The Evll Demon of Images; Sydney: Power Institude.

Baudrillard, J. (1983a). In the Shadow of the Silent Majorities. NY: Semiotext.

Bauer, R.A. (1964) "Obstinate Audience". In Alan Wells (ed) *Mass Media and Society.* Ca., Mayfield Pub. 186 -196.

Becker, D. G. ve diğerleri (2001) (eds.) Post imperialism and world politics.

Becker, S.L. (1984 -1985) "Marxist approaches to media studies: The British experience". *Critical Studies in Mass Communication*,1 (1): 66 - 80.

Bell, Daniel (1960), The End of Ideology. New York: Free Press.

Bell, D. (1973) The Coming of the post industrial society, NY: Basic Book.

Beltran Louis Ramero (1976), 'Alien Premises, Objects and Methods In Latin American Communication Research. Communication Research, 3(2):107 - I 34.

Benjamin, W. (1977) "The work of art in the age of mechanicle production". *Mass Communication and Society* (1977) s. 384 - 408.

Bennett, T. ve Martin G. (1977) "Popular culture and high culture: A rejoinder." In *Mass Communication and Society*, Open University.

Berelson, B. (1959) "The stage of communication research". *Public Opinion Quarterly* 23 :1- 6.

Berghe, P.I. Van den (1963) "Dialectics and Functionalism". *American Sociological Review,* 28: 695 - 705.

Beverley, J. ve Oviedo, J. (1993) (eds.) The Postmodemism Debate in Latin America. Boundary 2, Special Issue 20(3).

Bhabha, H. K. (1992) "Postcolonial Criticism." *In Redrawing the Boundaries*, edited by Stephen Greenblatt and Giles Gunn. New York: MLA.

Birdwhistell, R. (1970). Kinesics and context. New York: Ballantine.
Blau, P. (1964) *Exchange and power in social life*, NY: John Wiley and Sons.
Blumler, J. G. (1977) *The political effects of mass communication.* The Open University, Unit 8, London: The Open University press.
Blumler, J. G. ve E. Katz (1974) (eds.) The Uses of mass communications: Current perspectives on communications research. CA: Sage.
Blumler, J. ve Gurevitch, M. (1975) "Towards acomparative framework for political communication research". In S. H. Chaffee (ed.) *Political communication.* Ca :Sage.
Bodley, John H. (1994). Cultural Anthropology: Tribes, States, and the Global System. Mountain View, CA: Mayfield.
Bottomore, T.B. (1964) *Karl Marx.* NY: McGraw Hill.
Bottomore, T.B. (1974) *Sociology as social criticism.* NY: Pantheon.
Bottomore, T.B. (1989) *Frankfurt Okulu*, Çev. Ahmet Çiğdem, İstanbul, Ara.
Bourdieu, P. (1994) The field of cultural production. In Polity reader (1994).
Boyd-Barret, O. (1977) Media imperialism: Towards an international framework for an analysis of media systems, in J. Curran et. al (1992) *Mass Communication and society.* London: Arnold, s. 116-135.
Boyd-Barrett, O. (1997) International Communication and Globalization: Contradictions and Directions. In Muhammadi, A. (ed.) *International Communication and Globalization.* London: Sage.
Braaten, Jane. (1991). Habermas's Critical Theory of Society. NY: SUNY.
Bryant, J. and D. Zillman (1994) *Media effects: Advances in theory and research.* NJ: L. Erlbaum Associates.
Callinicos, Alex (1989). *Against Postmodernism: A Marxist Critique.* New York: St. Martin's Press.
Carey, J.W. (1975) "The problem of journalism history". *Journalism History* 1 (Spring): 3-5.
Carey, J.W. (1981) "McLuhan and Mumford: The roots of modern media analysis". *Journal of Communication* 31 (3): 162 -178.
Carey, J.W. (1983) "The origins of the radical discourse on cultural studies". *Journal of communication* 33 (3): 311- 313.
Carey, J.W. (1989) Communication as culture: Essays on media and society. Boston: Unwin Hyman.
Cazeneuve, J. (1972) *La Société de L'Ubiquite.*, Paris: Denoel.
Chaffee, S.H. (1975) (ed.) *Political communication.* Ca: Sage.
Chaffee, S.H. ve E.M. Rogers (1983) "Communication as an academic discipline: A dialogue" *Journal of Communication* 33 (3): 18 – 30.
Chaffee, S.H. ve J. L. Horkheimer (1985) "Origins of the limited effects model". In Gurevitch, M. ve M.R. Levy (eds.) *Mass communication Review Yearbook:* Vol.,S. Ca: Sage, s. 75-84.
Chen, K.V. (1986) MTV: The (dis)appearance of post modern semiosis or cultural politics of resistance. *Journal of Inquiry*, V. 10 (1) s.66-69.
Chomsky, N. (1992) *Deterring Democracy.* NY: Vintage.
Cohen, B.C. (1963) The press, the public and foreign policy. Princeton: Princeton University press.
Cohen, S. (1972) *Folk devils and moral panics.* London: MacGibbon ve Kee.

Cohen, S. ve J. Young (1981) *The manifacture of news*. Ca: Sage.
Collins, R. (1975) *Conflict sociology*. NY: Academic press.
Compaine, B.M. (1979) (ed.); *Who owns the media*. NY: Harmony books.
Comte, A. (1877) The progress of civilization through three stages. İçinde Etzioni, A. and Etzioni, H. (1973) (eds.) s.14 -19.
Conor, E. A. (1994) (ed.) The global political economy of communication: hegemony, telecommunication and the information economy. NY: StMartin's Press.
Cooley, C.H. (1967) *Society and individual*. İçinde Levitas, G. B. (1967)(ed.) Culture and Consciousness. N.Y.: George Braziller, s. 141-151.
Coser, L. (1956) The functions of social conflict. London: Free press.
Craig, R. T. (1999). Communication Theory As A Field. Communication Theory, 9 (2): 15-27.
Curran, J. (1978) "The press as an agency of social control: An historical perspective". In Boyce, G. et al. (eds.) *Newspaper history*. Ca: Sage.
Curran, J. (1982) "Communications, power and social order" In Gurevitch et al. (1982)
Curran, J. (1990) The new revisionism in Mass Communication Research. *European Journal of Communication*. 5: 135-164.
Curran, J., M. Gurevitch and J. Woollacoot (1977) (eds.) *Mass Communication and Society*. Ca: Sage.
Dahrendorf, R. (1959) *Class and class conflict in industrial Society*. CA: Stanford University press.
Dahrendorf, R. (1964) *Toward a theory of social conflict*. İn Etzioni, A. ve E. Etzioni (eds.) (1964 ve 1973) *Social change*. NY: Basic books.
Darwin, C. (1984) *Türlerin Kökeni*, çev. Öner Ünalan, Ankara, Onur Yayınları.
Darwin, C. (1985) *insanın Türeyişi*, çev. Öner Ünalan, Ankara, Onur Yayınları.
Davis, K. (1939) "The sociology of prostitution" American Sociological Review 2 (5): 744 - 755.
Davis, K. (1948) *Human society*. NY: McMillan.
Davis, K. ve W.E. Moore (1945) Some principles of stratification. *American Sociological Review* 10 (2): 242 - 249.
Deepika, Bahri, (2001). Introduction to Postcolonial Studies, http://www.emory.edu/ ENGLISH/Bahri/Contents.html.
DeFleur, M. (1970) *Theories ot mass communication*. NY: Davis McKay.
DeFleur, M. ve S. Ball - Rokeach (1975) *Theories of mass communication*. NY: Longman.
Ball-Rokeach, G. ve M.D. DeFleur (1976) "A dependency model of media effects" *Communication Research* 3 (1): 3-21.
DeFleur, M. ve S. Ball-Rokeach (1989) *Theories of mass communication*. (5th edition.) NY: Longman.
DeKadt, E. ve G. Williams (1974) (eds.) *Sociology and development*. London: Tavistock.
Denisof, R.S. ve diğerleri (1974) (eds.) *Theories and paradigms in contemporary sociology* . Illinois: F.E. Pencock.
Deutchman, Iva E. and Ellison, Anne (1999) "A Star is Born: the roller coaster ride of Pauline Hanson in the news", *Media, Culture & Society 21:33–50*.

Deutsch, K.W. (1963) *The nerves of government*. NY: Free press.
Dewey, J. (1925) *Experience and nature*. Chicago: Open Court publishing.
Dewey, J. (1939) *Freedom and culture*. NY: Capricon.
Dirlik, Arif (1994) 'The postcolonial aura; third world criticism in the age of global capitalism', *Critical Inquiry*, 20: 328–56.
Dochery, T. (1993) (ed.) *Postmodernism*. New York: Harvester
Donohew, L. (1967) "Newspaper gatekeepers and forces in the news channel". *Public Opinion Quarterly 31: 231- 239*.
Dordick, H. ve Wang, G. (1993) *The Information Society*. Ca: Sage.
Dorfman, Ariel (1983). The Empire's old clothes. New york: Pantheon.
Doğan, İ. (1998). İletişim ve Yabancılaşma Yazılı Kültürümüzde İlkeler İstanbul:Sistem.
Douglas Kellner, K. (1995) Media Culture: Cultural Studies, Identity & Politics Between the Modern & the Postmodern. NY:Routhledge.
Drucker, P. F. (1994) *Kapitalist Ötesi Toplum*. İstanbul: İnkilap Kitabevi.
Easton, D.A. (1965) *A system analysis of political life*. NY: John Wiley.
Eco, Umberto (1976). A Theory of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press.
Edelman, M. (1977) *Political language*. NY: Academic press.
Elliot, P. (1974) "Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative". In Blumler, J. ve E. Kat (1974)
Elliot, P. ve P. Golding (1974) "Mass communication and social change" In DeKadt, E. and G. Williams (1974) s. 229-253.
Engels, F. (1877) *Karl Marx* (Biography) In Selsam, H. et al. (1983).
Engels, F. (1878) *Anti - Duhring*. In Selsam, H. ve H. Martel (1984).
Engels, F. (1882) *Dialectics of Nature*. In Selsam, H. ve H. Martel (1984).
Engels, F. (1884) "Preface" to the first German edition of "The poverty of philosophy"
Engels, F. (1888) *Ludwig Feuerbach*. In Selsam, H. et al. (1983).
Engels, F. (1890) *Letter to Condrad Schmidt*. In Selsam, H. et al., (1983).
Erdoğan, I. (1995) *Uluslararası iletişim*. İstanbul: Kaynak.
Erdoğan, İ. (1994) Amerika; İkinci Vatanda Düşler ve gerçekler. Ankara: Ümit.
Erdoğan, İ. (1997) İletişim, egemenlik ve mücadeleye giriş. Ankara: İmge.
Erdoğan, İ. (1997a) İnsanın zincirine vuruluşu. Ankara: Doruk.
Erdoğan, İ. (1999) Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve iletişim. Ankara: Erk.
Erdoğan, İ. (1999a)"Popüler kültür: Kültür alanında egemenlik ve mücadele" İçinde N. Güngör (1999) Popüler Kültür ve İktidar. Ankara:Vadi.
Erdoğan, İ. (2001a). "Popüler kültürde gasp ve popülerin gayrimeşruluğu". Doğu Batı, 15(2): 65-106.
Erdoğan, İ. (2002/2005). İletişimi Anlamak. Ankara:Erk.
Erdoğan, İ. (2003). Pozitivist metodoloji. Ankara:Erk.
Erdoğan, İ. ve K. Alemdar (1999) Türkiye'de iletişim. Ankara: M-B.
Fagen, R. (1966) *Politics and communications*. Boston: Little Borwn.
Fejes, F. (1984) "Critical mass communications research and media effects: the problem of the disappearing audience". *Media Culture and society* 6 (3):219-232.

Ferguson, M. (1995). "Media, Markets and Identities: Reflections on Global-Local Dialectic". Canadian Journal of Communication 20(4):439-459.
Festinger, L. (1957) *A theory of cognitive dissonance*. Evanston: Row, Peters.
Fiske, J. (1982): Introduction to Communication Studies. London: Routledge.
Fiske, J. (1987) *Television Culture*. NY:Methuen.
Fiske, John (1992) "British Cultural Studies and Television". In Allen, R. C. (Ed.) (1992) *Channels of Discourse, Reassembled*. London: Routledge.
Frank, A.G. (1967) Capitalism and underdevelopment in Latin America. NY: Monthly review.
Frank, A.G. (1969) Latin America: Underdevelopment or revolution. NY: Monthly review.
Freedman, J. ve D. Sears (1965) "Selective exposure". In Berkowitz, L. (ed) *Advances in experimental social psychology*, vol. 2. NY: Academic press. 57 - 97.
Gans, H.J. (1972) "The positive functions of poverty". *American Journal of sociology 78 (2): 275 - 289.*
Garnham, N. (1979) "The strange case of Dr. Blumler" *Media Culture and Society* 1 (1): 23-34.
Garnham, N. (1979a) Contribution to political economy of mass communication. *Media, Culture and Society*, 1(2):123-146.
Garnham, N. (1983) "Toward a theory of cultural materialism". *Journal of Communication 33 (3): 314 - 329.*
Garnham, N. (1990) Communication capitalism and global culture and economics of information. Ca: Sage.
Garnham, N. (1990a) Media theory and political future of mass communication. İn Granham (1990) s. 1-19.
Garnham, N. (1995) Political economy and cultural studies: Reconciliation or divorce?. *Critical Studies in Mass Communication*, 12 (1):62-71.
Geertz, C. (1973). On the interpretation of culture. New York: Basic Books.
Gellner, Ernest. (1983). Nations and Nationalism. Oxford: Blackwell.
Gencel-Bek, M. (2003). Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları. Ankara: Ümit.
Geray, H. (2003). İletişim ve teknoloji: Uluslar arası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara: Utopya.
Gerbner, G. et al. (1994) "Growing up with tv: The cultivation perspective". In J. Bryant and D. Zillman (eds.).
Gerbner, G. ve diğerleri (1979) "The demonstration of power: Violence profile" *Journal of communication* 29 :177 -196.
Gerbner, G. ve diğerleri (1982) "Charting the mainstream: Tv's contributions to political orientations". *Journal of communication* 32 (2): 100 -127.
Gerbner, G. (1998) "Cultivation Analysis: an overview", Mass Communication & Society 1: 175–94.
Gill, G. (1984) *Post Structuralism as ideology*. Arena, 69: 70-95.
Gitlin, T. (1978) "Media sociology: Dominant paradigm". *Theory and Society* 6 (2) 205 - 253.
Glasgow University Media Group (1976) *Bad news*. London: Routledge.
Glasgow University Media Group (1980) *More bad news*. London: Routledge.

Glasgow University Media Group(1982) *Really bad news*. London: Routledge.
Glynn, Carroll J., Hayes, Andrew F. and Shanahan, James (1997) "Perceived Support for One's Opinions and Willingness to Speak Out: a meta-analysis of survey studies on the Spiral of Silence", *Public Opinion Quarterly 61, s. 452–63.*
Goffman, E. (1963) *Behavior in public places.* NY: Free press.
Goldman, R. ve S. Papson (1994) "The post modernism that failed". In Dickens, D. R. ve A. Fontana (eds.) *Post modernism and social inquiry.* NY: Guilford, s. 224-253.
Gonzenbach, W. J. (1994) Children with AIDS attending public school: An analysis of spiral of silence. *Political Communication*, 11(1): 318.
Gouldner, A.W. (1970) The coming crisis of western sociology. NY: Basic.
Graber, D.A. (1976) "Press and television as opinion resources in presidential campaigns". *Public Opinion Quarterly* 40: 285 - 303.
Gramsci, A. *(1975) Dans le texte*, Paris: Editions Sociales.
Gramsci, A. (1971) *Selections from the prison notebooks.* London: Lawrence & Wishart.
Greenberg, B.S. (1974) "*Gratifications of television viewing and their correlates*". In Blumler, J. ve E. Katz (1974)
Griffin, E. (2000). A first look at communication theory (4th ed.). Boston: McGraw-Hill, 309, 349, 373-385, 476.
Grinberg Maximo Simpson (1986), 'Trends in Alternative Communication Research in Latin America' in E. McAnany and R. Atwood, Communication and Latin American Society, pp. 165-189.
Grossberg, L. (1984) "Strategiès of marxist cultural interpretation". *Critical Studies in Mass Communication 1 (4): 392 - 421.*
Grossberg, L. (1993) "Cultural studies and/in New World". *Critical Studies in Mass Communication. 10 (1): 1-22.*
Gubach, T. ve T. Varis (1986) *Trasnational communication and cultural industries.* No.92; Paris:Unesco. Reports & Papers on Mass Communication.
Guback, T. (1979) *Theatrical film in campaign.* B.M. Compaine, 179-250.
Gurevitch, M. ve diğerleri (1982) (eds.) *Culture, society and the media.* London: Methuen.
Güngör, N." (1993) Arabesk: Sosyokültürel açıdan arabesk müzik. Ankara: Bilgi.
Güngör, N. (1996) Popüler kültür ürünü olarak çizgi roman -Abdülcanbaz. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
Güngör, N. (1999) (ed.) Popüler Kültür ve iktidar. Ankara:Vadi
Habermas, J. (1979) Communication and evolution of society. Boston:Beacon.
Habermas, J. (1981) The theory of communicative action, Vol.1:Reason and rationalization of society. Boston: Beacon.
Habermas, J. (1988). On the Logic of the Social Sciences, trans. S.W. Nicholsen and J.A. Stark, UK: Polity Press.
Habermas, J. (1994). The emergence of public sphere. İçinde Polity Reader in

Cultural Theory. Polity Press.
Habermas, Jurgen (1974) Towards a Rational Society: Student Protest, Science, and Politics. Boston: Beacon Press.
Hall, S. (1982) "The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies" in Gurevitch et.al. (ed)(1982), Culture. Society. and the Media, Methuen, London, New York. s. 56 - 90.
Hall, S. (1977) "Culture, media and ideological effect". In Curran, Gurevitch and Woollacott (1977) s. 315 - 348.
Hall, S. (1980) "Cultural studies:Two paradigms". *Media, Culture and Society*, 2(1): 57-72.
Hall, S. (1984a) Cultural studies and the Centre: Some problematics. In Stuart Hall, et al. (Eds.), Culture, media, language. London: Hutchinson.
Hall, S. (1992) "The Question of Cultural Identity." In Stuart Hall, et al. Modernity and Its Futures. London: Polity Press.
Hall, S. et al. (1978). Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order. New York: Holmes & Meier.
Hall, E. T. (1959). The silent language. Garden City, NY: Anchor Press.
Halloran, J. D. (1968) The effect of mass communication with special reference to tv: A survey. London: Leicester University press.
Halloran, J.D. (1977) *Mass media effects: A sociological approach*. Unit seven of the Mass communication and society. London: Open University.
Halloran, J. D. (1978) "Further development or turning the clock back?" *Journal of Communication* 28 (2): 120 -132.
Halloran, J. D. (1983) "A case for critical eclecticism" *Journal of Communication*, 33 (3): 270 - 278.
Hamelink, C. J. (1986) "Is information technoloji neutral?". In Jorg, Becker (ed.) *Communication and domination: Essay on H. I. Schiller*, s. 16-24.
Hardt, H. (1992) Critical communication studies: Communication, history and theory in America. NY:Routhledge.
Harms, J. Ve D. R. Dickens (1996) Postmodern studies: Analysis or symptoms?. *Critical Studies in Mass Communication*, 13 (3) s.209-225.
Harty, M. (1991) "The first conflict resolution movement: 1956-1971". *Journal of Conflict Resolution*. V. 35, no. 4, December, s. 720-758.
Hegel, G.F.M. (1953) *Reason in history*. Indianapolis: Bobbs - Merrill.
Heider, F. (1958) The psychology of interpersonal relations. NY: Wiley.
Helgerson, Richard T. (1998). Language lessons: linguistic colonialism, linguistic postcolonialism, and the early modern English nation.. The Yale Journal of Criticism, Spring 11 (1): 289-300.
Herman, E. S. ve N. Chomsky (1988) Manifacturing consent: Political economy of mass communication. NH:Panteon.
Herskovits, M. (1955). Cultural anthropology. New York: Knopf.
Homans, G.C. (1964) "Bringing man back in". *American Sociological Review* 29:809- 818.
Horkheimer, M. (1986) *Akıl Tutulması*, çev. Orhan Koçak, İstanbul: Metis.
Horton, D., & Wohl, R. (1982). Mass communication and parasocial interaction: Observation on intimacy at a distance. In G. Gumpert & R. Cathcart (Eds.), Inter/Media: Interpersonal Communication in a Media

World (2nd ed., pp. 188-211). New York: Oxford University Press.
Hovland, C. I. ve diğerleri (1949) *Experiments on mass communication.* Princeton; Princeton University press.
Hovland, C.I. (1959) "Results from studies of attitude change" *The American Psychologist 14: 8 -17.*
Hovland, C.I. and W. Weis (1951) "The influence of source credibility on communication effectiveness" *Public Opinion Quarterly* 15: 635 - 650.
Hovland, C.I. et al. (1953) *Communication and persuasion.* New Haven:Yale University press.
Huntington, S. P.et al. (1975) The crisis democracy: Reports on the governability of democracies to the Trilateral Commission. NY: New York University press.
İhsanoğlu, E. ve M. Kaçar (1995) (ed.) Çağını Yakalayan Osmanlı: Osmanlı Devletinde Modern Haberleşme ve Ulaştırma Teknikleri. İstanbul: Yıldız Matbaacılık
Innis, H.A. (1950) *Empire and communication.* Oxford: Clarendon press.
Innis, H.A.. (1951) *The bias of communication.* Toronto: University of Toronto press.
İrvan, S. (1997) (der.) Medya Kültür, Siyaset. Ankara: Ark.
Jameson, F. (1991) *Post modernism or the cultural logic of capitalism.* Durham, NC: Duke University Press.
Jansen, S.C. (1983) "Power and Knowledge: Toward a new critical synthesis" *Journal of Communication* 33 (3): 314 - 329.
Jussim, L. (1992) "Understanding reactions to feedback by integrating ideas from symbolic interactionism and cognitive evaluation theory". *Journal of Personality and Social Psychology,* 62(3, March): 402-420.
Katz, D. and R.L. Kahn (1966) *Communication: The flow of information.* In Mortenser, C.D. (ed.) (1979) Basic readings in communication theory. NY: Harper ve Row. s. 382 - 389.
Katz, E. (1957) "The two step flow of communication: An up-to-date report on a hypothesis". *Public Opinion Quarterly* 21 (2): 61-78.
Katz, E. (1959) "Mass communication research and the study of culture". *Studies in Public Communication* 2: I - 6.
Katz, E. (1968) "On reopening the question of selectivity in exposure to mass communications". In Abelson, R.P. ve diğerleri (eds.) (1968) Theories of cognitive con- sistency. Chicago: Rand MacNally. s. 788 - 796.
Katz, E. (1980) "Priorities in broadcasting research". In Bock, W. (ed.) Mass Communication yearbook. Vol.1, Ca: Sage.
Katz, E. ve P. Lazarsfeld (1955) Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication. Glencoe, III: Free press.
Katz, E., J. G. Blumler and M. Gurevitch (1974) "Uses of mass communication by the individual" In Davison, W.P. ve F.T.C. Yu (eds.) Mass communication research. NY:Praeger, s. 11-35.
Katz, E., M. Gurevitch and H. Haas (1973) "The use of mass media for important things" *American Sociological Review* 38: 164 -181.
Klapper, J.T. (1960) The effects of mass communication. Glencoe, III: Free press.

Klapper, J.T. (1963) "Mass communication research: An old road surveyed". *Public Oplnion Quarterly 27 (4) 515 - 527.*

Kongar, E. (1979) Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği. Ankara: Bilgi.

Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: A critical review of concepts and definitions. Cambridge, MA: Peabody Museum.

Lang, K. (1979) "The critical function of empirical communication research: observations on. German - American influence". *Media, Culture and Society* 1 (1): 83 - 96.

Lasorsa, D. L. (1991) Political outspokenness: Factors working against the Spiral of silence. *Journalism Quarterly*, 68 (no 12, Spring, s. 131-140.

Lasswell, H. (1948) "The structure and functions of communication in society". In W. Schramm, (1960) (ed.) *Mass communication*, Urbana: University of Illinois Press, s. 117-130.

Lasswell, H.D. (1935) *World politics and personal insecurity.* NY: McGraw Hill.

Lasswell, H.D. ve diğerleri (1949) *Language of politics.* NY: G.W. Stewart.

Lasswell, Harold D. (1948) "The Structure and Function of Communicationin Society", in Lyman Bryson (Ed.) The Communication of Ideas. NY: Harper & Brothers.

Lazarsfeld, P.F. (1941) "Remarks on administrative and critical research". *Studies in Philosophy and social science* 9:2 -16.

Lazarsfeld, P.F. (1972) Qualitative Analysis: Historical and Critical Essays. Boston: Ally and Bacon.

Lerner Daniel (1976), 'Technology, Culture and Change' in D Lerner and W Schramm, Communication and Change in Developing Countries: the Last 10 years and the Next. pp. 287-301.

Lerner, D. (1958) *The passing of traditional society.* NY: Free Press.

Lerner, D. (1963) "Toward a communication theory of modernization". In Pye, L.M. (1963) (ed.) *Communication and political development.* Princeton: Princeton University Press.

Lerner Daniel and Wilbur Schramm (1976), Communication and Change in Developing Countries; the last 10 years and next. Hawaii: University Press of Hawaii.

Lerner, D. (1957) "Communication systems and social systems". In W. Schramm (1960 *Mass Communications* . Urbana: University of Illinois Press. pp. 160.

Lerner, D. and W. Schramm (1967) (ed.) *Communication and change in the developing countries.* Honolulu: East est Center.

Levin, J. and W. Levin (1982) *The functions of discrimination and prejudice.* NY :Harper & Row.

Levitas, G. B. (1967)(ed.) Culture and Consciousness. N.Y.: George Braziller.

Lewis, C. (1997) "What counts in cultural studies". *Media, Culture and Society*, v. 19(1): 83-97.

Linton, R. (1976) "Status and role". In Coser, L. ve B. Rosenberg (1976) (eds.) *Sociological theory*, 4th edition. NY: MacMillan. s. 276-281.

Lippman, W. (1922) *Public opinion.* NY: Harcourt Brace.

Lipset, S.M. (1963) *The First new nation*, NY: Doubleday.

Lipset, S.M. (1986) *Siyasal insan*, çev. Mete Tunçay, 2. baskı, Ankara: Kuram.
Loevinger, L. (1968) "The ambiguous mirror. The reflective-projective theoıy of broadcasting and mass communication". *Journal of Broadcasting* 12 (2): 24-40.
Lyle, J. ve H.R. Hoffman (1971) *Television in the daily lives of children*. LA: California University Press.
Malinowski, B. (1926) "Antropology". *Encyclopedia Britannica*, First suplementary volume,s.132. NY: E.B.
Marcuse, H. (1968) *One dimensional man*. Boston: Beacon Press.
Marks, K. (1844) Economic and philosophic Manuscripts.
Marks, K. (1844a) *Introduction to the critique of Hegel's philosophy of right*. In Selsam, H. ve H. Martel (1984)
Marks, K. (1852) The eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte. İçinde: Selsam, H. ve H. Martel (1984).
Marks, K. (1859) A contribution to the critique of political economy. İçinde: Selsam, H. ve H. Martel (1984).
Marks, K. (1873) *Capital* vol. 1. İçinde: Selsam, H. ve H. Martel (1984).
Marks, K. (1875) *Critique of the Gotha Program*. İçinde, Bottomore (1964).
Marks, K., Engels, F. (1844) Holy Family. İçinde: Selsam, H. et al. (1983)
Marks, K., Engels, F. (1846) The German Ideology. New York: International Publishers (1969).
Mattelart Armand (1995) Unequal voices. (The Multimedia Explosion: Quo Vadis?) UNESCO Courier, Feb p11(4).
Mattelart, Armand (1994). Les nouveaux scénarios de la communication internationale. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
Mattelart, A. and M. Mattelart (1992) *Rethinking media theory: Signposts and new directions*. Minneapolis:University of Minnesota press.
Mattelart, Michele and Mattelart, Armand (1987). Le Carneval des Images: La Fiction Brasilienne. Paris: La Documentation Française.
Mattelart Armand (1980), Mass Media, Ideologies and the Revolutionary Movement, The Harvester Press, Sussex, Humanities Press, New Jersey.
Mattelart, A. ve Michele (1979) *De L'Usage des medias en temps de crise*. Paris: Alain Moreau.
Mattelart, A. (1977) Emperyalist Kültür Sanayii ve W. Disney. Vak Vak Amca Nasıl Okunmalı?, çev. Atilla Aksoy, İstanbul, Gözlem.
Mattelart,-Armand (1976). Cultural Imperialism in the Multinationals' Age. Instant-Research-on-Peace-and-Violence; 1976, 6, 4, 160-174.
Mattelart, A. ve S. Siegelaub (1979) (eds.) *Communication and class struggle*. Vol I. NY: International General.
McCombs, M. (1994) "News influence on our pictures of the world". In J. Bryant and D. Zillman (eds.) *Media effects: Advances in theory and research*. NY:LEA, s. 116.
McCombs, M., & Shaw, D.L. (1973). "The agenda-setting function of the mass media" *Public Opinion Quarterly*, 37, 62-75.
McCombs, M.E. ve D.L. Shaw (1974) "The agenda setting function of the media" *Public Opinion Quarterly* 36 :176 -187.
McCombs, M.E. (1972) *Mass communication in political campaigns*. Kline,

F.G. et. Al. (eds.) Current perspectives in mass communication research. Ca: Sage.
McLennan, G. (1995). Pluralism. Buckingham: Open University Press.
McLuhan, M. (1962) Gutenberg Galaxy. NY: New American Library.
McLuhan, M. (1964) Understanding Media. NY: McGrawHill.
McQuail, D. (1969) *Towards a sociology of mass communication.* London: Collier Macmillan.
McQuail, D. (1972) (ed.) *Sociology of mass communications.* NY: Penguin.
McQuail, D. (1975) *Communication.* NY: Longman.
McQuail, D. (1983) *Mass communication theory.* Ca: Sage.
McQuail, D. (1984) "With the benefit of hintsights: Reflections on uses and gratifications research". *Critical Studies in mass communication* 1 (2): 177-193.
McQuail, D. (1994) *Mass communication theory; An introduction.* (3rd edition). London:Sage.
Mead, G.H. (1934) *Mind, self and society.* Chicago: University Chicago press.
Mead, G.H. (1956) *On social psychology.* Chicago : University Chicago press.
Meadow, R.G. (1980) *Politics as communication.* NJ: Ablex.
Melody, W.H. and R.E. Mansel (1983) "The debate over critical vs administrative research" *Journal of Communication* 33 (3): 231- 248.
Merton, R. K. (1968) *Social theory and social structure.* NY: Free press.
Meyer, J. (1989). "Global news flow; Dependency and neo-imperialism". *Comparative Political Studies,* 22 (3) October, s. 243-264.
Michels, R. (1958) *Political parties.* Glencoe: Free press.
Migus, P.H. (1975) *Sounds Canadian.* Montreal: Peter Martin Associations.
Miliband, R. (1977) *Marxism and politics.* NY: Oxford University press.
Miller, G.R. (1983) "Taking stock of a discipline", *Journal of Communication* 33(3):31- 41.
Mills, C.W. (1974) *İktidar Seçkinleri*, çev. Ünsal Oskay, Ankara: Bilgi Yayınevi.
Mills, C.W. (1979) *Toplumbilimsel Düşün*, çev. Ünsal Oskay, Ankara: Kültür Bakanlığı
Miyoshi, Masao (1993)."A borderless world?From colonialism to transnationalism and the decline of the nation-state", *Critical Inquiry, 19: 726–51.*
Moeller, Susan D. (1999) Compassion Fatigue: how the media sell disease, famine, war and death, New York: Routledge.
Molm, L. D. (1991) "Affect and social exchange: Satisfaction in power-dependence relations". *American Sociological Review*, 56(4): 475-493.
Monaco, James (1981) *How to Read a Film.* New York: Oxford University Press (Part III, 'The Language of Film: Signs and Syntax')
Morgan, L.H. (1967) "General observations upon systems of relationship". İçinde *Levitas, G. B. s.* 86 - 94.
Morley, D. (1980) *The nationwide audience.* London: British Film Institute.
Mosca, G. (1939) *Ruling class.* NY: McGrawn.
Mosco, V. (1983) "Critical research and the role of labor" *Journal of Communication* 33 (3): 231- 248.
Moy, Patricia, Scheufele, Dietram A. and Holbert, R. Lance (1999) "Television

Use and Social Capital: testing Putnam's time displacement hypothesis", Mass Communication & Society 2, pp. 27--45.
Mueller, C. (1975) *The politics of communication.* NY: Oxford University.
Murdock, G. (1978) "Blindspots about western marxism: A reply to Dallas Smythe". *Canadian Journal of Political and Social Theory* 2: 109 -119.
Murdock, G. (1982) "Large corporations and the control of the communication industries" Gurevitch, M. et al., s. 118 -150.
Murdock, G. (1995) Across the great divide: Cultural analysis and the condition of democracy. *Critical Studies in Mass Communication*, V. 12 (1) s.89-94.
Murdock, G. ve P. Golding (1977) "Capitalism, communication and class relations" Curran, J. et al., s.12 -43.
Murdock, G. ve P. Golding (1978) "Theories of communication and theories of society" *Communication Research,* 5 (3): 339 - 356.
Murdock, Graham. (1992). 'Citizens, Consumers and Public Culture' in Skovmand, Michael and Schr¿der, Kim Christian, eds. Media Cultures: Reappraising Transnational Media: 17-41.
Murray, R. ve T. Wengraf (1979) "Notes on communication systems", in Mattelart, A. and S. Siegelaub (1979) s.185 -188.
Neuwirth, K. J. (1995) Testing the "spiral of silence" model: The case of Mexico. PH.D. Thesis. The University of Wisconsin.
Newcomb, T.M. (1953) "An approach to the study of communicative acts" *Psycbological Review* 60: 393 - 404.
Noelle - Neumann, E. (1974) "The spiral of silence: A theory of public opinion". *Journal of Communication 24 (2): 43 - 51.*
Noelle-Neumann, E. (1983) "The effect of media on media effect research". *Journal of Communication 33 (3) :157 -165.*
Noelle-Neumann, E.(1982), *Kamuoyu. Suskunluk Sarmalının Keşfi*, çev. Murat Özkök, Ankara:Dost Kitabevi, 1998.
Nordenstreng, K. "Comments on gratifications research in broadcasting" *Public Opinion Quarterly* 34 :130 -132.
Oktay, A. (1993) *Türkiye'de Popüler Kültür.* İstanbul: Yapı Kredi.
Osgood, D.E. ve P.H. Tannenbaum (1955) "The principle of congruity in the prediction of attitude change" , *Psychological Review* 62: 42 - 55.
Oskay, Ü. (1982a). 19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, Ankara: SBF.
Oskay, Ü. (1982b) Toplumsal Gelişmede Radyo televizyon. Ankara: SBF.
Özbek, M. (1991) Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski. İstanbul: İletişim.
Özdemir, S. (1998) Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme. İstanbul:Timaş.
Pareto, V. (1968) *The rise and fall of the elites.* NJ: Bedminster press.
Park, R. (1938) "Reflections on communication and culture". *American Journal of Sociology,* 44 (2) 187-205.
Parsons, T. (1937) *The structure of social action.* NY: Free press.
Parsons, T. (1951) *Social system.* NY: Free press.
Parsons, T. (1960) "Mass media and structure of American society". *Journal of Social Issues* 16: 67 - 77.

Parsons, T. (1970) "*Some problems of general theory in sociology*". In McKinney, J.C. and E.A. Tiryakian (eds.) *Theoretical sociology.* NY: Appleton. s. 439 - 472.

Parsons, T: (1966) Societies: Evaluationary and comparative perspectives. NY:Free press.

Payne, D. E. and C. A. Peak (1977) "Cultural Diffusion: Effect The role of US television in Iceland". *Journalism Quarterly*, 54, 523-531.

Pearson, David E. (1993) Post-mass culture. Society, July-August, 30(5):17-23.

Peters, J. D. (1993). Genealogical notes on 'the field'. Journal of Communication 43 (4):132--139.

Philo, G. ve David Miller (1999). Cultural compliance and critical media studies. *Media Culture and Society.*

Polity Reader (1994) *The polity reader in cultural theory.* London: Polity reader Press.

Pool, I. de S. (1977) "The changing flow of television". *Journal of Communication*, 27(2):139-149.

Pool, I. de Sola (1983) "What ferment? A challenge for empirical research". *Journal of Communication 33 (3): 258 - 261.*

Poster, M. (1990) *Mode of information.* Chicago: Chicago University Press.

Poulantzas, N. (1965) *Political power and social classes.* London: New Left books.

Putnam, Robert D. (1995) "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", Journal of Democracy 6, pp. 65–78.

Pye Lucien (1967), 'Communication, Institution Building, and the Reach of Authority', in D Lerner and W Schramm, Communication and Change in the Developing Countries, East West Centre Press, University of Hawaii.

Pye Lucien (ed) (1963), *Communications and Political Development*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey.

Radcliffe-Brown, A.R. (1953) "On the concept of function in social science". *American Antropologist 37: 394 - 402.*

Ravault, R. J. (1987) "Information influence: Bullet and boomerang?". In D. L. Paletz (ed.) Communication research, Approaches, studies and assessments, pp. 245-265. NJ: Ablex

Reeves, B., & Nass, C. (1996). The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places. New York: Cambridge University Press.

Riley, W. ve J.W. Riley (1959) "Mass communication and the social system". In Merton R. K. et. al. (1959) (eds.) Sociology today. NY: Basic books.

Rivers, W. et al. (1975) "*Government and the media.*" In Chaffee, S.H. (1975).

Rogers, E. (1962) *Diffusion of innovations.* NY: Free press.

Rogers E. (1976), 'The Diffusion of Innovations'. In Lerner, D. ve W. Schramm (1976).

Rogers, E. (1995). "Diffusion of Innovations". The Free Press. Fourth Edition.

Rogers, E. (1986) *Communication technology.* NY:Free Press.

Rogers, E. M. & Valente, T. W. (1993). A history of information theory in

communication research. İçinde, J. R. Schement & B. D. Ruben (Eds.), Between communication and information. Information and behavior: Volume four. New Brunswick, NJ: Transaction.

Rostow W.W. (1968) The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifest, Cambridge University Press, London.

Rubin, A. M., & Windahl, S. (1986). "The uses and dependency model of mass communication." Critical Studies in Mass Communication, 3 (2): 184-199.

Said, Edward (1979) Orientalism, New York: Vintage Books.

Said, Edward. (1993). *Culture and Imperialism.* New York: Alfred A. Knopf.

San Juan, E. (1995) *Postcolonial Theory* Versus Philippine Reality. Sentenaryo Centennial Home Page, İnternet.

Selsam, H. ve H. Martel (1984) Reader in Marksist philosophy. NY: International publishers.

Selsam, H. et al. (1983) Dynamics of Social Change. NY: International Publishers.

Schiller Herbert I. (1969) Mass Communications and American Empire, NY: A.M.Kelley.

Schiller Herbert I. (1976) Communication and Cultural Domination, International Arts and Sciences Press, New York.

Schiller Herbert I. (1981) Who Knows? Information in the Age of the Fortune 500, Ablex Publishing Corporation, Norwood, New Jersey.

Schiller Herbert I. (1984) Information and the Crisis Economy, Ablex Publishing Corporation, Norwood, New Jersey.

Schiller Herbert I. (1988), 'Is there a United States Information Policy? in Hope and Folly.

Schiller, D. (1993) "Capitalism, information and uneven development" in S. A. Deetz (ed.) Communication yearbook 16. Ca:Sage. s. 396-406.

Schiller, H.I. (1991) "Not yet post imperialist era", Critical Studies in Mass Commanication, 8 (1): 13-28

Schiller, Herbert (1971) *Mass Communications and American Empire*, Boston: Beacon Press.

Schlesinger, P. (1994) Medya Devlet ve Ulus, Siyasal Şiddet ve Kolektif Kimlik, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı.

Schlesinger, Philip (1987). "National Identity: Some Conceptions and Misconceptions Criticized". *Social Science Information 26(2): 219-264.*

Schlesinger, Philip and Doyle, Gillian. (1995). "Contradictions of Economy and Culture: The European Union and the Information Society". *Cultural Policy 2(1): 25-42.*

Schlesinger, Philip. (1992). '"Europeanness"- A New Cultural Battlefield?' *Innovation in Social Sciences Research 5(2): 11-23.*

Schlesinger, Philip. (1996). "Should We Worry about America?" In Annemoon van Hemel, Hans Mommaas, and Cas Smithuisen, eds. Trading Culture: GATT, European Cultural Policies and the Transatlantic Market. Amsterdam: Boekman Foundation: 96-110.

Schramm, W. (1964) Mass Media and National Development, Stanford University Press, Stanford, California, UNESCO, Paris.

Schramm, W. (1973) *Men, messages and media*. NY: Harper and Row.
Schramm, W. (1983) "The unique perspective of communication: A retrospective view" *Journal of Communication 33 (3): 6 -17.*
Schramm, W. ve diğerleri (1961) *Television in the lives of our children.* Stanford: Stanford University press.
Seaman, William R. (1992) "Active Audience theory: Pointless Popülism". *Media, Culture and Society, 14: 301-311.*
Shannon, C.E. ve W. Weaver (1949) The mathematical theory of communication. Illinois: University of Illinois press, 1964 edition.
Siebert, F. et al. (1956) *Four theories of the press.* Urbana, ILL: University of Illinois press.
Simon, Adam F. (1997) "Television News and International Earthquake Relief", *Journal of Communication* 47, pp. 82–93.
Simpson, Christopher (1996) "Elisabeth Noelle-Neumann's 'Spiral of Silence' and the Historical Context of Communication Theory", *Journal of Communication* 46, pp. 149–72.
Slack, J. D. (1984) Communication technologies and society: Conception of causality and the politics of technological Intervention. NJ: Ablex.
Slack, J. D. and F. Fejes (1987) (eds.) *The ideology of the information age.* NJ: Ablex.
Slack, J. D. and M. Allor (1983) "The political and epistemological constituents of critical communication research". *Journal of Communication* 33 (3): 208- 218.
Smelser, N. (1959) Social change in the industrial revolution: An application of Cotton industry. Chicago: University of Chicago press.
Smith, Anthony. (1995). Nations and Nationalism in a Global Era. Cambridge: Polity.
Smythe, D. (1981) Dependency road: Communications, capitalism, consciourness and Canada. N.J.: Ablex.
Smythe, D. and T.V. Dinh (1983) "On critical and administrative research: A new critical analysis". *Journal of Communication* 33 (3): 117 -127.

Smythe, D. W. (1977) Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory.* 1(3): 127.
Smythe, D. W. (1978) Rejoinder to Graham Murdock. *Canadian Journal of Political and Social Theory.* 2(2): 120-127.
Smythe, D. W. (1986) On political economy of C3I. In Jorge, pp. 66-76. (C3I= command, control, communication ve information).
Sparks, C. ve Roach, C. (1997) Editorial. *Media, Culture and Society.* 12:276-281.
Spencer, H. (1892). The Evolution of Societies. İçinde Etzioni, A. and Etzioni, H. (1973) (eds.) s.9 -13.
Tchakotin, S. (1952) Le Viol des Foules par la propagande politique. Paris: Gallimard (ilk basım 1939).
Thayer, L. (1983) "On doing research and explaining things". *Journal of Communication 33 (3): 80 - 91.*
Therborn, G. (1976) *Science, class and society.* London: New left Books.

Thompson, E. P. (1964). The making of the English working class. New York: Pantheon Books.

Thompson, J. (1994) The Theory if the Public Sphere: A critical appraisal. İçinde Polity Reader in Cultural Theory. Polity Press, (91-99).

Tılıç, D. (2003) Türkiye'de gazetecilik:Eleştirel bir yaklaşım. Ankara: ÇGD.

Tomlinson. John (1991) Cultural Imperialism, Baltimore: The Johns Hopkins

Treanor, P. (1997) 'Structures of Nationalism. Sociological Research Online, 2(1). http://www.socresonline.org.uk/socresonline/2/1/8.html.

Topçuoğlu, N. (1996). Basında Reklam ve Tüketim Olgusu Türkiye'de Yeni Gazetecilik Yönelimleri ve Basının Sosyo-Kültürel Değişimdeki Rolü Ankara: Vadi.

Tuchman, G. (1983) "Consciousness industry and production of culture". *Journal of Communication* 33 (3): 330 - 341.

Tunstall, J. (1983) "The trouble with the U.S. communication research". *Journal of Communication* 33 (3): 92 - 95.

Uluç, G. (2003). Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı. Ankara: Anahtar.

Volosinov, V.N. (1973) *Marxism and the philosophy of language.* NY: Seminar press.

Yengin , H. (1994). Ekranın Büyüsü Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar. İstanbul: Der Yayınları.

Wallerstein, I. (1979) *Capitalist world economy.* Cambridge: Cambridge University Press.

Wasco, J. (1981) "The political economy of the American film industry". *Media Culture and society* 3 (2): 135 -153.

Westley, B. ve D. MacLean (1957) "A conceptual model for mass communication research" *Journalism Quarterly* 34: 31- 38.

White, R.A. (1983) "Mass communication and culture: Transition to a new paradigm". *Journal of Communication* 33 (3): 279 - 301.

Wiener, N. (1975) *Emek, Sibernetik ve Toplum,* çev. İbrahim Keskin, İstanbul: Özgür Yayınları.

Williams, R. (1974). Tv: Technology and cultural form. NY: Schocken Books.

Williams, R. (1977) *Marxism and literature.* NY: Oxford University press.

Williams, R. (1979). Politics and Letters. London: New Left Books.

Williams, R. (1983).Culture and society. N.Y.: Columbia Unversity Press.

Woollacott, J. (1982) "Messages and meanings". In Gurevitch, M. ve diğerleri (1982) s. 91-1,12.

Wright, C.R. (1959) Mass Communication: A sociological perspective. NY: Random House.

Wright, C.R. (1960) "Functional analysis and mass communication" *Public Opinion Quarterly* 24 (4): 605 - 620.

Zhu, J. (1993) Public issue priority formation: media agenda setting and social interaction. *Journal of communication,* 43 (1): Winter, 8-29.

İrfan Erdoğan • Korkmaz Alemdar

Öteki Kuram

İnsan toplumlarında kitle iletişimi her zaman ilgi çekici bir konu olmuştur. Fakat asıl ilgi çekmesi ve önemli hale gelmesi küresel denetimi sağlama gereksiniminin artması ile ortaya çıkmıştır. Bu durum kaçınılmaz olarak kitle iletişim araçlarının doğasının daha yakından izlenmesini ve kitle iletişimi etkinliklerini meşrulaştıran kuramsal gerekçelerin ve incelemelerin yanında soruşturulanların da artmasını birlikte getirmiştir.

Prof. Dr. Korkmaz Alemdar ve Prof. Dr. İrfan Erdoğan bu kitapta kitle iletişimi olgusu ile ilişkili kuramsal açıklamaları ve incelemeleri eleştirel açıdan irdelemektedir. Öteki Kuram bu irdelemenin çerçevesini oluşturmaktadır.

ISBN 975-93130-7-3



