Nazife GÜNGÖR

iletişim

kuramlar • yaklaşımlar

2 Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş Baskı

iletişim

kuramlar • yaklaşımlar

Nazife GÜNGÖR



İLETİŞİM

Kuramlar ve Yaklaşımlar

İletişim / Kuramlar ve Yaklaşımlar
Nazife Güngör
Kapak Tasarımı - Sayfa Düzeni: Onur Dursun - Gamze Uçak
©**Siyasal Kitabevi** Tüm Hakları Saklıdır.
1. Baskı: Şubat 2011, Ankara
2. Baskı: Nisan 2013, Ankara
ISBN No: 978-605-5782-55-9
Siyasal Kitabevi-Ünal Sevindik
Yayıncı Sertifika No: 14016
Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1
Kızılay-Ankara
Tel: 0(312) 419 97 81 pbx
Faks: 0(312) 419 16 11
e-posta: info@siyasalkitap.com
http://www.siyasalkitap.com
Baskı
Desen Ofset A. Ş.
Sertifika No: 11289
Birlik Mah. 448. Cad. 476. Sk. No: 2
Çankaya/ANKARA Tel: 0(312) 496 43 43
Dağıtım:
Ekinoks Yayın Dağıtım
Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1
Kızılay-Ankara
Tel: 0(312) 419 97 81 pbx
Faks: 0(312) 419 16 11
e-posta: info@siyasalkitap.com
http://www.siyasalkitap.com

İLETİŞİM

Kuramlar ve Yaklaşımlar

Prof. Dr. Nazife Güngör

Prof. Dr. Nazife Güngör, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu mezunu. Yüksek lisans ve doktora çalışmalarını Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamladı. Akademik yaşama 1991 yılında Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde araştırma görevlisi olarak başladı. 2000-2001 eğitim-öğretim yılında İngiltere'de Manchester Üniversitesi'nde konuk akademisyen olarak çalıştı. 2004-2008 yılları arasında Gazi Üniversitesi Rektörlüğü'nde basın ve halkla ilişkiler danışmanlığı görevinde bulundu. 2007-2010 yılları arasında İletişim Fakültesi'nde gazetecilik bölüm başkanlığı görevini de üstlenen Güngör 2011 yılında Gazi Üniversitesinden emekli olarak İstanbul Arel Üniversitesine geçti. İstanbul Ticaret Üniversitesinde de ders veren Nazife Güngör hala Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Nazife Güngör'ün *Popüler Kültür ve İktidar* (Vadi, 1999), *Arabesk* (Bilgi Yayınları, 1993), *Abdülcanbaz* (Cumhuriyet Kitapları, 2008), *Cumhuriyet Döneminden Günümüze Dil, Kültür, Eğitim* (Gazi Üniversitesi, 2006), *Atatürkçü Düşüncenin Bilimsel ve Felsefi Temelleri* (Gazi Üniversitesi, 2006), *Çocuk ve Toplum* (Çeviren, Gündoğan, 1995), *Medya, İletişim, Kültür* (Çeviren, Vadi, 2001), *Gazi Üniversitesi Öğrenci Profili* (Gazi Üniversitesi, 2007), *Cumhuriyet Döneminde İletişim* (Siyasal Kitabevi, 2010), *İletişime Giriş*, (Siyasal Kitabevi, birinci basım, 2011), *İletişime Giriş*, (Siyasal Kitabevi, ikinci basım (2012), *İletişim Kuramlar-Yaklaşımlar* (Siyasal Kitabevi, birinci basım, 2011) adlı telif, derleme ve çeviri kitapları, yanı sıra da çeşitli bildiri ve makaleleri bulunmaktadır.

İçindekiler

İkinci Baskıya Önsöz **11**

Giriş **15**

Bölüm I
İletişim Biliminin Kökenleri **19**
Giriş 19
Temeli Atanlar 19
İletişim Alanında Öncü Çalışmalar 28
İletişim Biliminin Türkiye'deki Öncüleri 31
İletişim Bilimlerinin Doğuşu 33
Özet 36

Bölüm II
İletişimin Tanımı ve İşleyişi **37**
Giriş 37
İletişim Nedir? 38
İletişimin Türleri 39
Simge Kullanımı Açısından İletişim 39
Sözsüz İletişim 40
Sözlü İletişim 41
Yazılı İletişim 42
Görsel İletişim 43
Araç Kullanımı Açısından İletişim Türleri 44
İletişimin Biçimleri 45
İletişimin Düzeyleri 47
İletişimin Boyutları 49
İletişimin Boyutlarında Giriftlik 52
İletişimin İşleyişi 52

İletişimin Oluşturucu Ögeleri 53
İletişimin İşleyişini Açıklayan Temel Modeller 55
Lasswell'in İletişim Modeli 56
Lasswell'in Modeline Braddock'tan Katkı 58
Enformasyon Akışının Matematiksel Analizi 59
Westley ve MacLean'in Kitle İletişim Modeli 61
Defleur'un Birleştirici İletişim Modeli 63
Riley ve Riley'in Sosyolojik İletişim Modeli 64
Osgood ve Schramm'ın Dairesel İletişim Modeli 65
İletişimde Aktif Süreklilik 66
Gerbner'in Genel İletişim Modeli 68
İletişim Çalışmalarında Denge Modelleri 69
Heider'in Denge Modeli 70
Newcomb'un ABX Denge Modeli 71
Festinger'in Bilişsel Uyumsuzluk Modeli 73
Denge Modellerine İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme 73
Aracın Baskısı, Alıcının Muhalefeti 73
Süreç Görüşünden Alan Görüşüne Geçiş Jakobson Modeli 75
Özet 77

Bölüm III
Kitle İletişim Araçları ve Etki 79
Giriş 79
Kitle İletişim Araçlarının Sihirli Gücü 80
Etki Ölçümünde İlk Çalışmalar 81
Lasswell'in Öncü Rolü 81
Payne Vakfı'nın Etki Araştırmaları ve İletişimde Şırınga Modeli 82
Korku ve Panik Anında Etkiye Açıklık 83
Masumiyetin Sömürülmesi 88
Kitle ve Grup Ortamında Etkiye Açıklık 90
Kitle Toplumu ve İzleyicinin Pasifliği Yaklaşımı 92
Güçlü Etki Çalışmalarının Sorunlu Yanları 94
Sınırlı Etki Çalışmaları 99
Halkın Tercihi Araştırması 100
Kişisel Etki Araştırması 105
Oy Verme Araştırması 106
Siyasal Katılım ve Kadın 107
Kitle İletişim Araçları ve Yeniliklerin Yayılması 108
Kültürel Göstergeler ve Ekme-Yetiştirme Kuramı 110
Kitle İletişim Araçları ve Gündem Belirleme 113
Kitle iletişim Araçları ve Bağımlılık 115
Etkiyi Yönlendirmede İzleyicinin Rolü 116
Özet 117

Bölüm IV
İzleyici Merkezli İletişim Çalışmaları 119
Giriş 119
Aktif İzleyici Tezi 120
Kullanımlar ve Doyumlar 122
Farklı Gereksinimlere Farklı Doyum Arayışları 123
Yeni Medya Yönelimli Kullanımlar ve Doyumlar 125
Alımlama Analizi 126
Alımlama Analizine Hall'in Katkısı 127
David Morley'in Nationwide Araştırması 128
Dallas'ı Alımlamak 129
Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Sorunlu Yanları 129
Özet 131

Bölüm V
İletişim ve Ekonomi Politik 133
Giriş 133
İletişimin Ekonomi Politiği 135
Ekonomi Politik Bir Yaklaşım Olarak Propaganda Modeli 140
Medya Seçkinleri 142
Yeni Dünya Düzeni ve İletişim 145
Dünya İletişim Düzeni ve UNESCO 148
Teksesli Bir Dünya 151
Medya ve Kültür Endüstrisi 153
Kapitalizm ve Bilinç Endüstrisi 155
Beyin İğfal Şebekeleri 157
Yeni Medyanın Ekonomi Politiği 159
Medyada Yoğunlaşma ve Tekelleşme 162
Tekelleşmenin Türk Medyasındaki Yansımaları 163
İzleyici ve Okur Yerine Tüketici 165
Özet 165

Bölüm VI
Modernleşme, İletişim ve Teknoloji 167
Giriş 167
McLuhan ve Teknolojik Belirleyicilik 169
Uzam ve Zaman Yanlı Araçlar 170
Biçimin İçerik Üzerindeki Belirleyiciliği 172
Araç İletidir 174
Sıcak ve Soğuk Araçlar 176
Teknoloji ve Tarihsel Dönemleştirme 178
Benjamin: Teknoloji ve Sanat ilişkisi 179
Leavis: Teknoloji ve Toplumsal Yozlaşma 182
Riesman: Yalnız Kalabalıklar 185
Teknolojik Belirleyiciliğe Meydan Okuyuş 186
Teknoloji Aşkınlık ve Simülasyon 189
İletişim Teknolojileri ve Günümüz Dünyası 193
Özet 196

Bölüm VII
İletişim, Dilbilim, Göstergebilim 199
Giriş 199
İletişim Bilimleri, Dilbilim, Göstergebilim 200
Dilbilim ve Göstergebilimde Öncü Adımlar 202
Eleştirel Dilbilim Geleneği 206
Voloshinov: Dil ve İdeoloji 207
Bakhtin: Dilbilimin Diyalektiği 210
Eleştirel Marksist Dilbilim Anlayışı Üzerine Genel Bir Değerlendirme 212
Yapısalcı Dilbilim Geleneğinin Doğuşu ve Gelişimi 213
Saussure ve Yapısalcı Dilbilim 213
Rus Biçimciler ve Yapısalcı Dilbilim 216
Chomsky ve Sınırsız Anlam Üretim Alanı Olarak Dil 221
Peirce ve Yapısalcı Göstergebilim Anlayışı 222
Yapısalcı Dilbilim ve Göstergebilim Üzerine Genel Bir Değerlendirme 225
Postyapısalcı Dilbilim ve Göstergebilim Anlayışı 227
Kristeva ve Metinlerarasılık Kuramı 229
Barthes: Mit, Söylem ve Göstergebilim 231
Derrida ve Yapısökümcülük 235
Lacan: Psikanaliz ve Dil 239
Söylem Çözümlemesi 242
Foucault: İktidar ve Söylem 243
Van Dijk: Haberde Söylem 247
Özet 251

Bölüm VIII
İletişim ve İdeoloji 253
Giriş 253
İdeoloji 254
Gramsci, İdeoloji ve Hegemonya 258
Althusser, İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları 261
Stuart Hall ve İdeoloji 265
Haberin Üretim Süreci, İdeoloji ve Söylem 273
Reklam ve İdeoloji 276
Özet 277

Bölüm XIX
İletişim ve Kültür 279
Giriş 279
Kültür 280
Kitle Kültürü 281
Seçkinci Kültürelciler ve Kitle Kültürüne Saldırılar 282
Frankfurt Okulu ve Kültür 284
Halk Kültürü 287
Aşağı Kültür ya da Varoş Kültürü 290
İşçi Sınıfı Kültürü 291

Kitle Kültüründen Popüler Kültüre 297
Alt Kültür 300
Kültürel Çalışmalar 302
Kültürel Çalışmaların Özellikleri 304
Kültürel Çalışmaların Kurumsallaşması 305
Kültürel Çalışmaların Yaygınlaşması 308
Amerika'da Kültürel Çalışmalar 308
Kanada'da Kültürel Çalışmalar 309
Avustralya'da Kültürel Çalışmalar 309
Fransa'da Kültürel Çalışmalar 309
Güney Asya 'da Kültürel Çalışmalar 311
Kültürel Çalışmalarda Zižek Açılımı 312
Türkiye'de Kültürel Çalışmalar 313
Kültürel Bağımlılık, Kültür Emperyalizmi ve Küreselleşme 314
Özet 318

Bölüm X
İletişim ve Etkileşimci Yaklaşım 321
Giriş 321
Etkileşimci Yaklaşım 322
Kitle İletişim Araçları ve Etkileşimcilik 324
Etkileşimcilik ve Özsunum 325
Uzamın Anlam Yitimi 329
Parasosyal Etkileşim 330
Aracılı Sözde Etkileşim 332
Sapkınlık, Panik ve Etiketleme 334
Giddens ve Yapılandırma Kuramı 335
Özet 336

Bölüm XI
Kitle İletişim Araçları, Kamuoyu ve Demokrasi 337
Giriş 337
Kitle İletişim Araçları ve Sistem ilişkisi 338
Otoriter Yaklaşım 339
Liberal Yaklaşım 340
Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı 340
Sosyalist Yaklaşım 341
Gelişmeci Yaklaşım 342
Türkiye'de Kitle İletişim Sistemi 342
Kitle İletişim Araçları ve Demokrasi 343
Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu 344
Kamusal Alanda Dönüşüm 347
Kitle İletişim Araçları, Kamuoyu ve Hegemonya 349
Propaganda ve İkna 351
Açık ve Örtük Propaganda 352
Kamuoyu Yoklamaları ve İşlevleri 353
Kamuoyu ve Suskunluk Sarmalı 354

Kanaat Önderleri, Eşik Bekçileri ve Kamuoyu 355
Özet 356

Bölüm XII
Medya Okuryazarlığı 357
Giriş 357
Medya Okuryazarlığının Tanımı ve Kapsamı 358
Medya Okuryazarlığının Sorunsalları 358
Medya Okuryazarlığı Konusunda Temeli Atanlar 360
Türkiye'de Medya Okuryazarlığı Çalışmaları 361
UNESCO'nun Medya Okuryazarlığı Gündemi 364
Özet 366

Bölüm XIII
İnternet ve Sosyal Medya 367
Giriş 367
Sosyal Medyanın Tanımı ve Özellikleri 368
Sosyal Medyanın Olası Etkileri 371
Kamusal Alanı Dönüştürme 371
Siyaset ve Liderlik 373
Hegemonik İlişkinin Güçlendirilmesi 373
Cemaat İlişkilerinin Pekiştirilmesi 374
Aile Kurumunda Dönüşüm 375
Çalışma Yaşamında Dönüşüm 375
Zaman ve Uzam Yönetiminin Yeniden Tanımlanması 376
Popüler Kültürün Üretimine Katkı 376
Ticari İlişkilerde ve Tüketim Eğilimlerinde Dönüşüm 377
Dil Aracılı Emperyalizm 378
Erişim Eşitsizliği ve Bilgi Gediği 378
Bilgi Kirliliği ve Bilinçsiz Toplum 379
İletişimi Yeniden Düşünmek 380
Özet 380

İletişimin Geleceği Üzerine Genel Bir Değerlendirme 383

Kaynakça 389

Dizin 407

İkinci Baskıya Önsöz

Özellikle de son yıllarda iletişimin yalnızca bilim çevrelerinin değil, genel toplumun da öncelikli gündem konuları arasında yer aldığı gözlenmektedir. İletişim teknolojilerindeki akıl almaz gelişmelerin bunun temel nedeni olduğunu söylemek yanlış olmaz. Kuzey Afrika'da baş gösteren ve "Arap Baharı" olarak anılan olaylarla birlikte dikkatlerin bir kez daha iletişim alanına yöneldiği görülmektedir. Ama bu kez durum farklıydı. Birileri bizi gözetliyor, denetliyor, dinliyor derken son gelişmeler durumun bu kadar da basit olmadığını gösterdi. İletişim teknolojilerinin bunca geliştiği bir dönemde birtakım çevrelerin, özellikle de toplumsal güç alanına egemen olanların bu teknolojiyi, olabildiğince etkin kullanmalarından daha doğal ne olabilir ki? Madem ki yönetiyorlar, o halde gözetlemek ve denetlemek durumundadırlar. Her şeyden önce kendi güçlerini sürdürmek için bunu yaparlar. Hepimiz biliyoruz ki demokrasi ve özgürlük, gücü elinde bulunduranların egemenlik alanlarının sınırlarını zorlamadığı sürece onların koruması altındadır. İktidarlar demokrasi ve özgürlük savunusuna, her şeyden önce kendi varlıklarına meşru dayanak oluştursun diye yönelirler. Dolayısıyla en demokratik ve özgürlükçü gibi görünen iktidarların bile asıl amacı kendi iktidar konumlarını güçlendirerek sürdürmektir. Asıl amaç bu olunca, bütün yollar da meşru sayılmaktadır. Teknoloji de bu anlamda önemli bir araç olarak devreye girmiş bulunuyor. Bizi yönetenler, iletişim teknolojilerinin bunca geliştiği bir dünyada aynı zamanda da bizi gözetliyor. Ne kadar iyi gözetlerlerse, kendi adlarına o kadar da iyi yönetirler.

Ama geçtiğimiz yıllarda Mısır'da, Tunus'ta yaşanmakta olanlar olayın farklı bir boyutunu da gözler önüne serdi. Hiç değilse görünüşte sosyal medya ortamında iletişim kurarak örgütlenen halk dikta ve despotizme başkaldırdı. Bu da gözlerin bir kez daha iletişim dünyasına çevrilmesine neden oldu. Gözetleme ve denetlemenin karşılığında gözetlenme ve denetlenmenin de olanaklı olduğunu gösterdi dünyaya bu son gelişmeler. İletişim teknolojilerinin böylesine geliştiği, dünyanın neresinde yaşarlarsa yaşasınlar, insanların birbirlerinden haberdar

olabildikleri bir çağda hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı açık. Medya sermayenin ve siyasetin güdümünde ve hizmetinde olsa bile, cep telefonu, internet gibi iletişim araç ve ortamlarıyla sıradan insanlar için de birtakım alternatif iletişim olanakları doğmuş bulunuyor. Önce WikiLeaks, ardından Mısır ve Tunus ayaklanmaları. İktidarlar bu sınır tanımaz iletişim olanakları karşısında zaman zaman rahatsızlık duymakta ve birtakım kısıtlayıcı önlemlere gitmekteler. Ancak bu anlamda işin çok kolay olmadığı da anlaşılmaktadır. Bir yanda medyanın gücünden yararlanan siyasal iktidarlar, diğer yanda ondan maddi kazanç sağlayan sermaye. Siyasetin ve sermayenin bu denli iç içe olduğu günümüzde iki gücün herşeyden önce birbirlerinin çıkarlarını da koruyup gözetmeleri kaçınılmaz bir zorunluluktur. Siyasal iktidarlar medyanın bilgi üretim ve dağıtım alanını kendi etki ve yetki alanlarıyla sınırlı tutmaya çalışırken, sermaye medyadan elde edeceği kazancıençoklaştırma çabası içerisindedir. Bu çelişkili durum ise yalnızca medya aktivistlerinin değil, medya ve iletişim konularına kafa yoran akademisyenlerin de kafalarının karışmasına yol açmaktadır. Bütün bu karmaşaya karşın açık olan bir şey var ki o da iletişim teknolojilerinin akıl almaz bir hızla geliştiği dünyamızda bundan böyle hiçbir şeyin eskisi kadar kolay olamayacağıdır. Medyayla kuşatılmış bir dünyada denetim ve gözetim çok daha kolaylaşacaktır. Ama bu, yalnızca gücün güçsüzü denetleyip gözetleyeceği değil, herkesin birbirini denetleyeceği, gözetleyeceği bir sürece de dönüşeceğe benziyor. Bu nedenle de artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacaktır. Gelişmeleri hep birlikte izleyeceğiz. Ama bir yandan da bütün bu gelişmeler iletişimin bilimsel yanıyla uğraşan bizlere yeni açılımlar sunacaktır. Belki de bugüne kadar iletişim alanındaki akademik çalışmalara zemin oluşturan kuramsal ve yöntembilimsel yaklaşımlarda da yeni birtakım yönelimlere gerek duyulacaktır. Yeni paradigmatik pencereler açmak gerekecektir. Bu nedenle iletişim bilimcilerin de bundan böyle hem medya dünyasındaki gelişmeleri hem de toplumdaki yönelimleri çok daha yakından izleyerek iletişim yazınının genel çerçevesini oluşturan kavram, kuram ve yaklaşımları yeni baştan gözden geçirmeleri gerekmektedir.

Bu kitap iletişim alanında şu ana kadar ortaya konan kuramsal ve yöntembilimsel yaklaşımlara makro bir bakış olarak kabul edilebilir. İletişim bilimlerinin başlangıçtan günümüze bir izsürümü de denebilir. Kitle iletişim araçlarının varlık göstermeye ve etkilerini hissettirmeye başladıkları XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren iletişim bilimine doğru ilk adımların da atıldığı görülmektedir. O ilk adımların atılmasından bu yana iletişim biliminin nasıl bir gelişme gösterdiği, hangi yöntembilimsel ve kuramsal süreçler izlenerek günümüze geldiği, ayrıntılara da fazla girmeden irdelenmeye çalışıldı. Kitabın ilk baskısının gerek iletişim öğrencileri gerekse de iletişim bilimcileri tarafından ilgiyle karşılanması böyle bir çalışmanın gerekliliğini de ortaya koydu. İletişim alanındaki kuram ve yaklaşımların temel düzeyde ve bütünlük içerisinde ele alınmasının yarattığı hoşnutluk gelen tepkilerden de anlaşıldı. Kitabın ikinci baskısı hazırlanırken hem olumlu hem de olumsuz tepkiler dikkatle değerlendirildi. Kitabın ilk baskısında yapılan

hataların, özellikle de baskı hatalarının özenle giderilmesine çalışıldı; gelen istekler doğrultusunda bazı bölümler daha ayrıntılı bilgi sunumuyla yeniden düzenlendi. İletişim kuramları alanında şu ana kadar yapılmış bütün çalışmalara ve kaynaklara olanaklar ölçüsünde ulaşılmaya özen gösterildiğini söyleyebilirim. İletişim bilimlerinde ortaya konulan kuram ve yaklaşımlara bir makro bakış sunmaya çalışan bu kitabın olabildiğince eksiksiz olmasına çalışıldı. Ama takdir edersiniz ki bu tür çalışmalar hiçbir zaman tamamlanmış ve mükemmele ulaşmış sayılmaz. İlk baskıda olduğu gibi kitabın bu baskısı da sizlerin eleştiri ve katkılarıyla bir sonraki baskıya çok daha donanımlı bir hazırlık niteliği taşıyacaktır.

Kitabın bu baskısının hazırlanması sürecinde de desteklerini esirgemeyen dostlarım vardı. Burada öncelikle *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*'ın birinci baskısının iletişim öğrencilerine ulaşması sürecindeki desteklerinden dolayı akademisyen arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunmak isterim. Eksikliklerine ve hatalarına karşın verilen emeğin takdir edilmesi benim için oldukça özendirici oldu. Değerli meslektaşlarımın bu desteği kitabın ikinci baskısını hazırlama sürecinde benim için büyük motivasyon kaynağı oldu. Kitabın birinci baskısında olduğu gibi ikinci baskısının hazırlanması sırasında da Öğr. Gör. Onur Dursun yine yanımdaydı. Yalnızca vefalı bir eski öğrencim değil, alanda hızla olgunlaşmakta olan bir akademisyen olarak destek vermesi benim için gerçekten büyük onur. Sevgili Nurgül Durmuş'un yoğun çalışma temposuna rağmen kitabın ilk baskısını dikkatle okuması işimi hayli kolaylaştırdı. Kitabın yayına hazırlanması sürecindeki emeklerinden dolayı Siyasal Yayınevi çalışanlarına da buradan teşekkür etmek isterim.

Nazife Güngör
Nisan 2013, Ankara, Bahçelievler

Giriş

Bilimin geçmişi oldukça eskilere, İlkel Çağlar'a kadar gider. İnsanların bilme isteğiyle birlikte gelişmeye başlayan bir süreçtir. İnsanlar, yaşamda kalmak, bunun için de doğayla mücadelede başarılı olabilmek için öncelikle doğa hakkında bilgi sahibi olmak istemişlerdir. İnsanların bilme isteği ve bu istek doğrultusunda birtakım bilgilere ulaşma çabaları, bir bakıma bilimin doğuşu adına atılan ilk adımlar olarak değerlendirilebilir. İnsan topluluklarının zamanla örgütlü yapılara dönüşmelerine, sistemleşmelerine koşut olarak bilim de kurumsal yapıya kavuşur. İnsan topluluklarının örgütlü ve sistemli yapıya kavuşmaları ise bilindiği gibi mülkiyetin özelleşmesi sürecine koşut bir gelişmedir. Bir yandan güç uygulamakta öne çıkarak çevrelerindeki insanları ve maddi değerleri kendi mülkiyet alanlarına alan birtakım insanlar elde ettikleri gücü sürekli kılmak için çevrelerindeki insan topluluklarını sistemli bir yapıya dönüştürerek daha kolay kontrol edilebilir duruma getirmişlerdir. Diğer yandan vahşi doğanın felaketlerinden korunabilmek ve doğaya egemen olabilmek için insanlar, güç birliği yapmaya gerek duymuş, bunun için de dağınık insan topluluklarından örgütlü topluluk yapılarına geçmişlerdir. Örgütlü yapılara geçiş sürecinde de hem bedensel hem de zihinsel olarak daha güçlü olanlar örgütlerin başına geçmiş ve giderek de bir güç alanı oluşturmuşlardır. Bu güç alanı hem yetki hem de maddi değerlere sahiplik biçiminde gelişmiştir. Gücü elde edenler, bu güçlerini sürekli kılmak için egemenlik alanlarındaki herkesi ve her şeyi sistemli bir yapıya kavuşturarak daha kolay kontrol edilebilir hale getirmeye yönelmişlerdir. Kontrol altına alınması gerekli görülen en önemli alanlardan biri de bilgi ve bilme işiyle uğraşan insanlar olmuştur. Bilimsel verilerin ötesinde İlkel Çağlar'ı konu alan kurmaca ürünlerde de çoğu zaman görüldüğü gibi her topluluğun ya da kabilenin bir bilge kişisi vardır ve bu bilge kişi genelde kabile veya topluluk başının (reis, kral, imparator vs) yakınında durur.

Tıpkı bunun gibi tarihin kayıtlara geçmeye başladığı Antik Çağlar'dan beri filozofların ve bilge kişilerin yöneticilerin yakın gözetiminde oldukları görülür Bilginin kurumsallaşması yönündeki ilk önemli adımlar da böylece atılmış olur.

Bilginin kurumsallaşması bir yandan da bilgi ve bilme işiyle uğraşanların onu sistemik bir yapıya kavuşturmaları yönündeki çabalardır. Böylece kimin neyi, ne kadar bilebileceği, kimin, hangi bilgiye, hangi yollardan, ne oranda ulaşabileceği, ulaşılan bilginin ne kadarının, kimlere, nasıl ulaştırılacağı vs. bilgiye ve bilmeye ilişkin her şeyin sistemli bir yapı içerisinde kurallara ve ilkelere bağlanması gerçekleştirilmiş olmaktaydı. Söz konusu kurumsal yapıda öncelikle bilim işiyle uğraşan filozofların genel sistemin neresinde yer alacakları saptandı ki onların yeri, biraz önce de vurguladığımız gibi genellikle yöneticilerin yanı olmuştur. Bilme işiyle uğraşanlar hiçbir zaman yönetimlerin içerisinde yer almamış, toplumsal sistemlere yön vermede doğrudan söz sahibi olmamış, karar süreçlerini yönetmemişlerdir. Ama onlara, yöneticilere yardımcı oldukları, boyun eğdikleri, yöneticilerle çatışma içerisine girmedikleri sürece, yönetimlerin yakınında, toplumun diğer kesimlerinden daha üst düzeyde bir yaşam sürmeleri için belli olanaklar verilmiştir. Onların işleri, genellikle yakınında yer aldıkları yöneticilerin eylem ve işlemlerine meşru bilimsel zemin oluşturmak, destek sağlamak olmuştur. Bu sınırların dışına çıkanların ise bilim tarihinin acılarla ve işkencelerle dolu boyutunu oluşturdukları bilinmektedir.

Bilimin bu kurumsal yapısı içerisinde nerelerde, hangi durumlarda, ne tür bilgiye gereksinim duyulacağı ise yine genel sistemin gidişatı doğrultusunda belirginlik kazanmıştır. Buna göre bilginin ilk bilimsel örgütlenmesinin doğayı bilmek üzerine gerçekleştirildiği gözlenmektedir. Bilginin, bilimsel bilgi halinde örgütlenmesinin ise bilimin başlangıcı olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla da bilimsel bilginin, başka bir deyişle epistemolojinin temelinin doğayı bilmek üzerine kurulduğu söylenebilir. Çünkü İlkel Çağlar'da insanlar yaşamda kalmak için doğayla mücadelede başarılı olmak zorundaydılar. Dolayısıyla da İlkel Çağlar'ın düşünen, bilen, bilmek isteyen insanı doğa üzerine kafa yormak durumundaydı. Bu nedenle de bilimin temelini doğa bilimleri oluşturur. İnsan topluluklarının birtakım siyasalar geliştirerek örgütlendikleri, yani devlet kurmaya başladıkları Antik Çağlar'da bilme işinin, devlet, siyaset, yönetici, yönetilen, efendi, köle, vatandaş vb. giderek insan ve topluma doğru da bir yönelim gösterdiği gözlenmektedir. Böylece insan bilimleri ya da beşeri bilimler olarak bilinen bilimsel geleneğin temeli atılmış oluyordu. Antik Çağlar'ın ardından başlayan Orta Çağ karanlığı süresince bilme işiyle uğraşanların yaşam alanı bir ölçüde sınırlansa da modern dönemlerin başlamasıyla birlikte yaşamın her alanında olduğu gibi bilim alanında da insanı ve aklı merkeze koyan yeni bir örgütlenme süreci başlamıştır. Bu yeni dönemde insanların ilgisi doğadan makineye kayarken bilme gereksinimi de teknolojiye yönelmiştir. Bunların sonucunda bu yeni dönemin bilim insanı da ilgisini yeni üretim biçimine, yeni üretim ilişkilerine, kentleşmeye, yeni siyasalara, toplumsal dönüşümlere ve bütün bu değişim ve dönüşüme maruz kalan insanın ruh ve duygu dünyasına yöneltmiştir. Bilimsel bilginin gereklilik alanının genişlemesi, bilim insanının yaşamın pek çok alanında düşünmek ve bilmek zorunluluğu içerisine girmesi Antik Çağlar'dan beri iki kulvarda (doğa ve beşeri) yoluna devam eden bilimin çeşitli dallara ayrılması gereksinimini doğurmuştur.

Böylece doğa bilimleri fizik, kimya, biyoloji gibi disiplinler biçiminde ayrışırken, beşeri bilimler içerisinde sosyoloji, siyasetbilimi, ekonomi, tarih, sosyal psikoloji, psikoloji, antropoloji gibi yeni disiplinler belirmiştir. Modern dönemin köklü toplumsal değişim ve dönüşümlerini incelemek için sosyoloji, birey ve toplum ilişkisini incelemek için sosyal psikoloji, bireyin ruhsal durumunu incelemek için psikoloji derken XIX. Yüzyılda kitlesel boyutta yaygınlaşan ve genel sistem içerisinde önemli bir yer alan kitle iletişim araçlarının sistem içerisindeki yapı, işlev ve işleyişlerini incelemek için de XX. Yüzyılın başında iletişim biliminin belirdiği gözlenmektedir. Burada ilginç olan nokta, iletişimin insanın varoluşuna koşut gelişen bir olgu olmasına karşın, XX. Yüzyılda ancak bilimsel bir disiplin haline gelmesidir. Bunun temel nedeni ise iletişimin genel sistem içerisinde kendisini ancak, iletişim teknolojisinin geliştiği XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren bir güç olarak göstermeye başlamasıdır. Başka bir deyişle gücü elinde bulunduranlar, kitle iletişim araçlarının kurumsallaşarak gücü tehdit etmeye ya da güce ortak olmaya başlamalarıyla ancak iletişim olgusunun önemini fark edebilmişlerdir. Güç durumuna gelen ya da gücü tehdit eden bir olgu iki nedenle bilimin konusu haline getirilir. Birincisi o gücü denetim altında tutmak, diğeri ise gücü yanına çekerek olası muhalif yönelişlerin önünü baştan kesmek.

Diğer yandan düşüncenin, bilginin, düşünen ve bilen insanın sınırlarını her zaman net biçimde belirlemek de kolay değildir. Sistem elbette kendi amaçları doğrultusunda, kendi yarattığı bilim kurumları ve bilim insanları üzerinde egemenlik kurmakta herhangi bir sorunla karşılaşmaz. Çünkü zaten onlar sistemin içerisinde, onun gerektirdiği biçimde işleyiş ve işlevsellik kazanmak için var olmayı baştan kabul etmişlerdir. Ancak düşüncenin de bilmenin de sınırı olmadığını göz ardı etmemek gerekir. Düşünce ve bilimle uğraşan insan, kendi düşünsel ve bilimsel kimliğini tanımlayış ve kendisini sistem içerisinde konumlandırış biçimine göre kendi düşünme, bilme ve sorgulama çerçevesini de dar ya da geniş tutmayı becerebilen kişidir. Sistemin içerisinde, kendisinden istenildiği biçimde düşünen, bilen, sorgulayan bilim insanlarının yanı sıra düşünme, bilme ve sorgulama sınırlarını çok daha geniş tutabilen bilim insanları da yok değil. Farklı bir yerden, farklı bir açıdan bakabilmek, farklı biçimde düşünebilmek, mutlu azınlığın değil, mutsuz çoğunluğun çıkarlarına hizmet edecek nitelikteki bilginin peşine düşmek amaç ve kaygılarıyla biçimlendirilen eleştirel bilimsel gelenek içerisinde yetişen bilim insanları bu açıdan önemlidir. Pozitif bilimsel gelenek verili sistemin hizmetinde bir misyon sergilerken onun karşısında ise sistemin aksaklıklarını, çarpıklarını, sorunlarını ortaya koymaya ve çözüm geliştirmeye yönelik eleştirel bilimsel gelenek vardır.

Diğer disiplinler gibi iletişim disiplininin de önemli bir kesiti eleştirel bilimsel gelenek içerisinde gerçekleştirilen çalışmalardan oluşmaktadır. İletişim alanında geliştirilen ve kitabın ilk bölümünde yer verilen temel nitelikteki kuram ve yaklaşımlar gözden geçirilirken her iki bilimsel geleneğin de olabildiğince dikkate alınmasına çalışıldı. Bir yanda pozitif bilimsel gelenek içerisinde geliştirilen ve anaakım (mainstream) kuram ve yaklaşımlar adıyla adlandırılan çalışmalara,

diğer yandan da giriş niteliğindeki bu kitabın sınırlılıkları ölçüsünde eleştirel gelenek içerisinde geliştirilen kuram ve yaklaşımlara değinilmektedir.

İletişim alanında yapılan araştırmaların, geliştirilen kuram ve yaklaşımların, dönemsel koşullarıyla ilişkilendirilerek ele alınmasına özen gösterildi. Nitekim hiçbir paradigma, kuram ya da yaklaşım, içerisinde geliştiği dönemin egemen fikir ikliminden bağımsız değildir. Bu nedenle hiçbir paradigma, kuram ve yaklaşım, içerisinde geliştiği sistemin genel yapısından ayrı ele alınmamalı.

Öte yandan iletişim alanına genel bir projeksiyon tutmayı amaçlayan bu çalışmada kapsam olabildiğince geniş tutulmaya çalışıldı. İletişim biliminin gelişiminde temeli oluşturan kuram ve yaklaşımların çalışmanın dışında bırakılmamasına gayret edildi. Bu yöndeki özene karşın eksik bırakılan, gözden kaçan konular mutlaka vardır. Diğer yandan iletişim kuramlarına giriş niteliğindeki bir kitap için fazla ayrıntı olabilecek konulara da yer verilmiş olabilir. Ancak amaç alana kuş bakışı yaklaşım olunca ister istemez birtakım gereksiz fazlalıklar ya da eksiklikler söz konusu olabiliyor. Bu gibi olası olumsuzluklarına karşın bu kitabın iletişim alanında yapılmış araştırmaları, geliştirilmiş temel kavram, kuram ve yaklaşımları bir bütün olarak ele alması ve alanın temel başvuru kaynaklarından biri olması amaçlandı.

Kitapta ilk olarak iletişimin bilimsel bir disiplin haline gelmesi sürecinde kapıyı aralayanlar, yani temeli atanlar üzerinde durulmaktadır. Ardından iletişimin anlam, işlev ve türleri ele alınmaktadır. Daha sonra kitle iletişim araçları merkeze konularak etki ölçümü üzerine yapılan araştırmalar, geliştirilen kuram ve yaklaşımlar tartışılmaktadır. Bu bölümü izleyicinin merkeze konulduğu aktif izleyici yaklaşımlarına ayrılan bölüm izlemektedir. Kitle iletişim araçlarının içerisinde işlevselleştiği güç ilişkileri de bu kitabın kapsamında yer almaktadır. Bu bağlamda iletişimin ekonomi politiği üzerinde genel hatlarıyla durulmaktadır. Diğer yandan teknolojiyi yaşamın merkezine koyan teknolojik belirleyicilik kuramı da göz ardı edilmedi. Ardından ürünü merkeze koyan dil bilimsel, yapısalcı ve postyapısalcı yaklaşımlara yer verilmektedir. Kitle iletişim araçları ve kültür, özellikle de popüler kültür ilişkisini de kapsam dışı bırakmamak gerekiyordu. XX. Yüzyılın başından beri hem sosyal bilimlerin diğer alanlarında hem de iletişim alanındaki çalışmalar üzerinde yönlendirici etki yapan etkileşimcilik kuramı üzerinde de durulmaktadır. Kitle iletişim araçlarının, içerisinde yer aldıkları genel sistemle bağlantılarını incelemeye de bu kitabın kapsamı içerisinde yer verilmektedir. Son on yıldır iletişim alanının gözde konularından biri haline gelmiş olan medya okuryazarlığı üzerinde de genel hatlarıyla durulmakta. Yeni medya çalışmaları ya da sosyal medya olarak adlandırılan konuya da bu kitapta yer verilmektedir. Bugünkü gidişata bakılacak olursa yeni medya veya sosyal medya olarak adlandırılan alanın geleceğin iletişim bilimlerinin biçimlenmesinde gerek kuramsal gerekse de yöntembilimsel açıdan önemli ölçüde etkili olacağı söylenebilir.

Bölüm I

İletişim Biliminin Kökenleri

Giriş

İletişimin öneminin fark edilmesinin tarihi çok eskilere gitse de bilimsel bir olgu olarak ele alınması XX. Yüzyılın başlarına rastlar. Kitle iletişim araçlarının kitlesel nitelik kazanmaya başladığı XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren sosyal bilimlerin çeşitli alanları içerisinde konuya yönelik birtakım ilgiler dikkati çeker. Ancak iletişim kavramının kuramsal ve yöntembilimsel bir bakışla ele alınması için I. Dünya Savaşı sonrasını beklemek gerekmiştir. Ancak şurası da bir gerçektir ki bir konunun ya da olgunun akademik çevrelerde incelenmeye değer görülmesi için o konuya toplumdaki başka kesimler, örneğin, siyasetin ve ekonominin seçkinleri tarafından değer atfedilmesi bir zorunluluk değilse de bir gerekliliktir. İletişimin bilimsel bir disiplin haline gelmesi süreci de aynı biçimde işler. Toplumun yönetici kesimlerinin giderek bir güç haline gelen kitle iletişim araçlarına ilgi göstermeleriyle birlikte bilim çevreleri de harekete geçmiş. Böylece iletişim alanında kitle iletişim araçları merkezli olarak bilimsel nitelikte araştırmalar yapılması, model ve kuramların geliştirilmesi söz konusu olmuştur. Ancak iletişim biliminin gelişmesinde öncü rol oynayan bazı düşünürleri ve düşünsel yönelimleri de göz ardı etmemek gerekir. Nitekim iletişim biliminin biçimlenmesinde söz konusu öncü çabaların rolünün ne denli önemli olduğu kitabın ilerleyen bölümlerinde çok daha netlik kazanacaktır. Bu bölümde ise kitabın bütününe de bir temel oluşturması açısından, iletişim biliminin gelişimine açık katkılarıyla bilinen bazı öncü düşünürler üzerinde durulmaktadır.

Temeli Atanlar

İletişim olgusu Antik Çağlar'dan beri düşünürlerin ilgisini çekmiştir. Aristoteles'in *Retorik*'i bu anlamda önemli bir ilk adım olarak değerlendirilebilir. Retorik ve belagat sanatı üzerine yapılan çalışmalar, ikna ve motivasyona verilen önem

bir yanıyla iletişim pratiklerine ilişkin ilk sistemik çalışmalar olarak değerlendirilebilir (Rosengren,2000:23). Aynı dönemlerde Atina ve İstanbul'da duvar gazeteleri uygulamalarını, agora toplantılarını da iletişimin pratiği konusundaki ilk sistemli adımlar olarak değerlendirmek yanlış olmaz. Orta Çağ süresince de Avrupa üniversite geleneği içerisinde retorik ve belagat çalışmalarına önemli oranda yer verilmiştir. Rönesans ve Reform dönemlerinde de ikna gücünün, belagat ve retorikle yönlendirildiği bilinmektedir. Platon ve İbn-i Haldun'un (Özkök, 1985:15) ve de insan üzerine düşünen pek çok düşünürün ilgi alanında iletişim bir biçimde yer bulmuştur. Özellikle de İbn-i Haldun gibi ilgisini ideolojiler, yöneten ve yönetilen ilişkileri, toplum yaşamı, köy ve kent ortamlarında insan ilişkileri vb. insanal ve toplumsal konulara yöneltenler için iletişim göz ardı edilmemesi gereken bir olgu olarak kendisini göstermiştir. Ayrıca dil üzerine yoğunlaşan Kaşgarlı Mahmud, Katip Çelebi gibi dilcilerin ürünleri de bu anlamda Doğu cephesinden ilk öncü çalışmalar olarak değerlendirilebilir. Dünyanın farklı yerlerinde yaşayan insanlar ve kültürler hakkında önemli bir bilgi aktarıcı olan *Evliya Çelebi Seyahatnameleri*'ni de unutmamak gerekiyor. Evliya Çelebi gezip gördüğü yerlerdeki iletişim biçim ve teknikleri hakkında önemli bilgiler verir. Bu bilgilerin özellikle de iletişim tarihi çalışmaları açısından öneminin büyük olduğu göz ardı edilmemelidir. Hiç kuşkusuz burada saydıklarımızın dışında da iletişim biliminin gelişimine temel oluşturacak nitelikte pek çok bilgi kaynağına ulaşmak olanaklıdır. Özellikle de matbaanın kullanıma girmesi; kitap, gazete ve dergi gibi yazılı materyallerin kitlesel üretiminin ve dağıtımının olanaklı duruma gelmesiyle birlikte alana ilişkin bilgilerin hem ulaşılırlığı hem de arşivlenebilirliği çok daha kolaylaştı. Diğer yandan iletişime ilişkin araçların gelişimine koşut olarak onların olası olumlulukları ve olumsuzlukları üzerine düşünülmeye de başlanmış olsa gerek. Ayrıca dini kitaplar ve dini kitaplar üzerine tartışmalardan oluşan yayınların da bir yönüyle iletişimi ilgilendirdiğini kabul etmek gerekir. Yine Orta Çağ'da basılan seyahatnameler, haber mektupları, tacirlerin haber bültenleri de modern iletişim uygulamaları açısından büyük önem taşır.

Özellikle de XVI. Yüzyılda Avrupa'da matbaa basımlı ilk gazetelerin belirmesiyle birlikte üniversitelerin dikkatlerinin de yavaş yavaş bu alana yöneldiği gözlenmektedir (Rosengren, 2000:23). Örneğin, basımevlerinin açılmasıyla birlikte Fransa ve İngiltere'deki üniversitelerin, bu basımevlerinin işleyişleri, gazete ve kitapların içerikleri, yazarlar ve gazete yönetimlerine ilişkin küçük çaplı araştırmalara başladıkları bilinmektedir. Öyle ki XX. Yüzyılın başlarında Almanya'daki çeşitli üniversiteler bünyesinde gazetecilik araştırma merkezleri veya kürsüleri kurulmaya başlanmıştır. Bunların yanı sıra tarih ve edebiyat bölümlerinde basın üzerine çalışmalar yapılmaya, tezler hazırlanmaya başlandığı dikkati çeker.

Diğer yandan Avrupa'da XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren sosyal bilimlerin sosyoloji, sosyal psikoloji, psikoloji, tarih gibi alanlarında isim yapan pek çok düşünürün iletişimi de dikkatlerinden uzak tutmadıkları gözlenmektedir. Özellikle davranış bilimcilerin iletişim üzerinde de önemle durdukları görülmektedir.

Bugün iletişim alanıyla ilgilenip de Marx'ın çalışmalarından yararlanmayan iletişimci yok gibidir. İletişimin ekonomi politiği alanındaki çalışmaların temel kaynağının *Komünist Manifesto* (Marx ve Engels,1998), kültürel çalışmalar için temel kaynaklardan birinin ise *Alman İdeolojisi* (Marx ve Engels,1998) olduğunu görmezden gelmek haksızlık olur.

Genel olarak bakıldığında XIX. Yüzyılın ortalarından XX. Yüzyılın ortalarına kadar geçen süre içerisinde sosyal bilimlerin gelişmesinde öncü rol oynayan düşün ve bilim insanlarının çoğu aynı zamanda iletişim biliminin temellerinin atılmasında da aynı şekilde etkili olmuşlardır. Özellikle de toplumsal değişme ve dönüşümler üzerine yoğunlaşan, dolayısıyla da yeni dönemin toplum biliminin kuramsal temelini atan Emile Durkheim, Friedrich Nietzsche, Max Weber, Herbert Spencer, Ferdinand Tönnies, Auguste Comte, Gustave Le Bon, Sigmund Freud, John Dewey, Charles Cooley, George Herbert Mead gibi düşünürleri bu açıdan ele almak gerekiyor.

Burada öncelikli olarak, ortaya koydukları tezlerde sıradan insana, kitlelere karşı öfke hissedilen, kitleleri ve de sıradan insanların olası egemenliğini insanlık için bir tehdit olarak algılayan, toplumsal egemenliğin seçkin kesimlerden kitlelere doğru yayılmasını saçmalık ve toplumsal yozlaşma olarak gören seçkinci bakış açısına sahip düşünürler üzerinde duralım. Friedrich Nietzsche, Gustave Le Bon, Ortega y. Gasset, F.R. Leavis, gibi düşünürler toplum, kültür ve teknoloji konusunda geliştirdikleri düşüncelerle XX. Yüzyılın özellikle de ilk yarısında etkili olan kitle toplumu ve kitle kültürüne ilişkin tartışmaların da bir bakıma temelini atmış öncü düşünürlerdir. Bunların ardından da Herbert Spencer, Emile Durkheim, Karl Marx, Max Weber gibi sanayileşmeyle birlikte gerçekleşen büyük toplumsal dönüşümler ve sonuçları üzerine kafa yoran, aynı zamanda da modern sosyal bilimlerin gelişmesinde temeli atan düşünürlerin iletişim bilimlerinin gelişimindeki öncü katkılarına bakılacaktır. Ancak yukarıda sözünü ettiğimiz düşünürlerin katkılarına geçmeden önce, belki de onların hemen hepsinin, düşünsel üretimlerine bir biçimde temel oluşturan iki önemli düşünür olan Kant ve Hegel'in katkılarına kısaca değinmekte yarar var.

Kant: Epistemolojinin önemli kurucularından biri olarak da bilinen Immanuel Kant pozitif bilimsel geleneğin biçimlenmesine de önemli katkılar sunmuştur. Kant felsefeye de bilimin, özellikle de kaynağını rasyonaliteden alan pozitif bilimlerin temelinin oluşturulması görevini atfeder. Salt aklın varlığına hiçbir zaman inanmayan Kant bilimsel bilginin olanaklılığı üzerinde ısrarla durur ve bilimde aklı, deney ve gözlemi bir araya getirerek rasyonalizmin ve amprisizmin yıllardan beridir süregelen savaşına da bir anlamda son vermeyi başarır. Kant'a göre bilimsel bilgi aklın ve duyuların işbirliğinde ancak geliştirilebilir. Akıl, gözlem ve deneyin de katkısıyla ancak bilimsel bilgiye ulaşır (Kant, 1999). Kant, özellikle de epistemolojinin temelini atan bir düşünür olarak iletişim biliminin gelişmesinin ilk önemli öncüleri arasında kabul edilmelidir. Bunun yanı sıra Kant aklın sınırlılığına dikkat çeken görüşleriyle de XX. Yüzyılın ortalarına

doğru kendisini çok daha belirgin biçimde gösterecek olan modernizm eleştirileri ve postmodernist düşünüşü besleyen önemli bir kaynak olacaktır. İletişim bilimleri alanında da bir yönüyle etkili olan bu düşünce geleneklerine etkisi nedeniyle Kant'ın dolaylı olarak iletişim bilimlerinin gelişme sürecine de bir biçimde etki ettiği söylenebilir.

Hegel: Geliştirdiği düşüncelerle iletişim biliminin yöntembilimsel ve kuramsal gelişimine dolaylı da olsa derinden katkı yapmış düşünürlerden biri de Georg Wilhelm Friedrich Hegel'dir. Tezlerini salt aklın sınırları içerisinde geliştirmesi açısından Hegel aydınlanma döneminin sembolü olmuş bir düşünürdür. Ortaya koyduğu tezler, geliştirdiği kuramlar Batı düşüncesinin kendisinden sonraki gidişatına önemli ölçüde yön vermiştir. Özellikle de geliştirdiği diyalektik yöntemle Hegel'in yeni bir çığır açtığı söylenebilir. Sonraki yıllarda eleştirel bilimsel geleneğin kurucusu olarak bilim ve düşünce tarihine geçecek olan Marx'ın kuramının gelişmesinde Hegel diyalektiğinin etkisinin ne denli önemli olduğu da bilinmektedir. Marxist düşünsel geleneğin iletişim alanındaki çalışmalar, kuram ve yaklaşımlar üzerindeki etkisi ise kitabın ilgili bölümlerinde ayrıntılı olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla da Hegel bir yandan Marxist düşünceye kaynaklık etmesi açısından iletişim biliminin gelişmesine dolaylı katkı sunarken, diğer yandan da geliştirdiği diyalektik yöntemle aslında bir bakıma iletişimsel ilişkiyi de analiz etmektedir. Hegel'e göre diyalektik, özünde varlıklar arası etkileşimden doğmaktadır. Tez, antitez ve sentez olarak formülleştirdiği diyalektikte varlıklar arası karşılıklı ilişki, zıtlıklar biçimindeki etkileşim bir biçimde birleşmeye, yani uzlaşmaya dönüşmektedir. Hegel diyalektik hareketliliğin evrendeki bütün varlık ve oluşlar düzeyinde geçerli olduğunu ileri sürer. Ruh, düşünce, bilinç, varlık arasında da diyalektik bir ilişki olduğuna dikkat çeken Hegel felsefesinde durağanlığın yeri yoktur. Buna göre insanlık tarihinin bütün serüveni de aslında bu tür bir etkileşimsel ilişkiye dayanmaktadır (Hegel, 1956). Akıl ve mantığı da düşüncelerinin merkezine koyduğu düşünülecek olursa Hegel'in diyalektik yöntem adıyla geliştirdiği etkileşimsel ilişki ile iletişim bilimlerinde iletişimin, insanlar arasında bilinçli olarak kurulan ilişkisel edim olarak ele alınması arasındaki benzerlik de göz ardı edilmemeli. Gerçi Hegel diyalektiği insanın da içinde yer aldığı evrendeki bütün varlık, oluş ve düşünüşü, yani maddi ve manevi her şeyi kapsar ama, karşılıklı etkileşimi merkeze koyması, onu iletişim boyutuyla da değerlendirmemize olanak vermektedir. Nitekim daha sonraları iletişim biliminin özellikle de eleştirel paradigma kulvarı içerisinde geliştirilecek olan pek çok kuram ve yaklaşımda Hegel'e de gönderme yapıldığı gözlenmektedir. Özellikle de egemenlik ve bağımlılık ilişkisi bağlamında değerlendirmeye alınan iletişimsel ilişki analizlerinde Hegel diyalektiğini göz ardı etmemek gerekir.

Nietzsche: Varoluşçuluğun önde gelen temsilcilerinden olan Friedrich Nietzsche Avrupa'nın bilim ve düşün serüveninde XIX. Yüzyılın ikinci yarısına damgasını vuran düşünürlerden biri. Antik Yunan felsefesinden Alman felsefesine, yapısalcılık, postyapısalcılık, postmodernizm gibi XX. Yüzyılın ikinci yarısın-

dan itibaren Batı düşüncesine yön veren düşünsel yaklaşımların temellerini Nietzsche'de bulmak olanaklıdır. Yanı sıra psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji, tarih ve elbette ki iletişim alanlarında da önemli görüşler ortaya koyan bir düşünür. İktidar ilişkilerine, insanların kitle halinde sürüleştirilmesine dikkat çeker. Bu yöndeki vurgularıyla Nietzsche özellikle XIX. Yüzyılın sonlarından XX. Yüzyılın ortalarına kadar sosyal bilimlerin bir kesitinde etkili olan, iletişim biliminin eleştirel kesitine de yön veren kitle toplumu kuramının öncülerinden biri olarak görülebilir. Onun bakışında seçkinci bir tavır vardır. Nietzsche giderek zenginleşen işçilerin insanlığın başına bela olacaklarına dikkat çeker. Nietzsche'ye göre eğer insanlar, daha doğrusu efendiler kendilerine hizmet edecek köleler istiyorlarsa, köle konumundakilerin zenginleşmesine, güç kazanmalarına fırsat vermemeleri gerekir. Her tür eşitlikçiliğe karşı olan Nietzsche, kalabalıkların sıradan ve yeteneksiz insanlar olduklarına, toplumsal ilerlemenin, insanlığın geliştirilmesinin ancak üst insanlar (seçkin insanlar) tarafından gerçekleştirilebileceğine ilişkin düşünceleriyle döneme damgasını vurur. "Tanrı öldü" yönündeki sloganlaştırılmış düşüncesiyle de Nietzsche aslında kapitalizmin felsefesiyle bir bakıma uzlaşmaktadır (Swingewood, 1996:17-19). Nietzsche'nin, kitle olgusuna ilişkin düşünceleriyle özellikle de Frankfurt Okulu üzerinde etkili olduğu gözlenmektedir. Yalnızca bu kadar da değil. XX. Yüzyılın ortalarından itibaren Batı düşünce yaşamında belirgin biçimde etkili olmaya başlayan, dolayısıyla iletişim bilimlerine de kuramsal ve yöntembilimsel katkı sunan yapısalcı, postyapısalcı ve postmodernist düşünce akımlarının da Nietzsche'nin düşüncelerinden önemli oranda beslendiği bilinmektedir.

Tocqueville: *Amerika'da Demokrasi* (1994) adlı kitabıyla tanınan bir düşünürdür Alexis de Tocqueville. Kitle toplumunun da ilk sosyolojik eleştirmeni olarak bilinir. Bu yönüyle iletişim bilimi açısından da önemi yadsınamaz. Tocqueville burjuva sınıfının devrimci niteliğini ve kapitalizme muhalif sosyalist düşüncenin doğmakta olduğunu sezinleyen bir düşünür olarak da kendi dönemine damgasını vurmuştur. Bu nedenle modern toplumun geleneksel ilişkilerle yönlendirilen kurallar tarafından değil de yaşamın her alanını kaplayan, bireycilik, materyalizm ve göstermelik toplumsal eşitlikçilik kurallarıyla yönetilmekte olduğuna dikkat çeker. Eşitlikçiliğe ve demokrasiye yönelik bu eğilimler ise toplumdaki istikrarsızlığın kaynağıdır. Tocqueville'e göre modern toplumun düşünürleri tarafından ortaya atılan ve insanlar arasındaki eşitsizliklerin ve sömürü ilişkilerinin yaratılıştan, yani Tanrı'nın isteğinden dolayı değil, yanlış hukuksal düzenlemelerden ve toplumsal örgütlenmelerden kaynaklandığını öne süren düşüncelerin doğru olmadığını, insanların gerçekte eşit olmadıklarını, eşit de yaratılmadıklarını öne sürer. Sanayileşmenin etkisiyle toplumun giderek homojenleştiğine, insanların tektipleştiğine de vurgu yapan Tocqueville modern dönemin sanatçılarının ve edebiyatçılarının da bu gidişte büyük payları olduğunu ileri sürer (Swingewood,1996:18). Bu düşünceleriyle Tocqueville kitle kültürü olgusuna, adını tam olarak koymasa bile dolaylı göndermeler yapmakta. Sıradan halkı ge-

nellikle köle ruhlu insanlar olarak nitelerken seçkinci bakışını çarpıcı biçimde ortaya koymaktadır. Ona göre Tanrı halkı, köleleri, asillere emanet etmiştir. Bu nedenle de asiller, toplumun değerli seçkin kesimi kitleleri hem yönetmek, hem de koruyup kollamakla görevlidir (Tocqueville,1994).

Tocqueville basın özgürlüğü konusuna da değinir. Özellikle Amerikan basınını bu anlamda ele alan düşünür özde basın özgürlüğüne karşı olduğunu da açıkça ortaya koyar: "*Basının bu kesin ve güçlü özgürlüğünü onaylamadığımı belirtmeliyim. Onu, sağladığı yararlardan çok engellediği kötülükler açısından uygun buluyorum.*" Tocqueville gazetecileri de genelde iyi eğitim görmemiş, halkın içinden gelen kaba saba kişiler olarak niteler. Ona göre yeterli eğitim görmemiş insanların, meslekleri ne olursa olsun, gazeteci bile olsalar gereğinden fazla konuşma, düşüncelerini dile getirme özgürlüğü verilmesi sakınca yaratır. Ona göre sıradan halkın zaten orada burada gelişigüzel konuşması, düşüncelerini dışavurması hiç doğru değildir.

> "Tutkulu bir topluluğun karşısında konuşan kararlı bir konuşmacının sözleri, binlerce konuşmacının şamatasından çok daha etkilidir. Halka açık bir yerde serbestçe konuşmaya izin veriliyorsa eğer, her beldede özgür konuşmaya izin verilmiş sayılır. Bu nedenle konuşma özgürlüğü de basın özgürlüğü gibi yasaklanmalıdır" (Tocqueville, 1994:80).

Eliot: İngiliz kültür düşünürü Thomas Stearns Eliot kültüre ilişkin seçkinci kuramların kurucusu olarak bilinir. Kültürü güzel sanatlar ve edebiyatla sınırlı tutan Eliot, bu bağlamda kültürün ancak seçkin insanların, aristokratların işi olduğunu ileri sürer. Kültür üretmek için incelmiş beğeniye, ileri düzeyli bir entelektüel birikime sahip olmak gerektiğini, bunun da ancak seçkin sınıfta olduğunu, dolayısıyla kültürün üretiminin ve de kullanımının yalnızca onlara özgü olduğunu ileri sürerken, kentleri dolduran kalabalıkların seçkinlerin, yüksek sınıfın kültürünü tehdit etmekte oldukları yönündeki tepki ve kaygısını ortaya koyar. Eliot'a göre yüksek sınıfa ait insanların kültürün aktarımında ve korunmasındaki rolleri önemlidir. Yüksek sınıflar bu yöndeki misyonlarının bilincinde olarak hareket etmelidirler. Bunun için yüksek sınıfa ait insanların güç birliği yapmaları, kitlelere karşı dayanışma içerisinde olmaları gerekmektedir. Eliot'a göre herkes doğduğu yerde kalmalı ve yaşamalıdır. Ancak bu şekilde insanlar kendi konumlarını, ilişkilerini ve değerlerini koruyabilirler. Ona göre modern kapitalizm geleneksel kültürel değerlerin yıkılmasında etkili olmakta. Kapitlazmin insanlarda yarattığı bencil duygular ve bireycilik, onların, kendi sınıflarının ortak değerlerinin ve kültürlerinin korunmasına ilişkin duyarlılıklarını da zayıflatmaktadır (Swingewood, 1996:23). T.S. Eliot'un kültüre ilişkin düşünceleri ve seçkinci kültür kuramı daha sonraki yıllarda **İngiliz Kültürel Çalışmaları** olarak bilinen düşünsel geleneğin doğmasında da etkisini göstermiştir. İletişim alanındaki kuram ve yaklaşımların önemli bir kesitini oluşturan İngiliz kültürel çalşımalar geleneği bilindiği gibi Eliot vb'lerinin seçkinci kültürel bakışlarına karşı toplumun farklı

kesimlerini de içerisine alan çok daha kapsayıcı bir kültürel yaklaşım ortaya koymaktadır.

Gasset: Seçkinci bakış açısıyla kitleleri olumsuzlayıcı bir tavır ortaya koyar. Ortega y. Gasset giderek güçlenen ve etki alanlarını genişleten kitlelerin, azınlığa değer görülmüş birtakım konumlara yükselmeye, azınlığa ait birtakım aygıtları kullanmaya cesaret edebilir hale gelmelerinin seçkin azınlıklar açısından büyük tehdit oluşturduğunu ileri sürer. Kitlelerin siyasal tahakkümü söz konusudur. Bunun nedeni ise öncelikle teknolojik gelişmeler ve liberal demokrasilerdir. Teknolojilerin, kültürün yerini almaya başladığını, bunun da geleneksel değerlerin çökmesine; yerine, kitleler ve barbarlar tarafından geliştirilen değerlerin, kuralların geçmekte olmasının iyi olan ne varsa yok edeceği iletisini vermektedir (Swingewood, 1996:22). Gasset, özellikle de teknolojiye yönelik bu bir bakıma indirgemeci bakışıyla XX. Yüzyılın ortalarında teknoloji merkezli olarak gelişen kuram ve yaklaşımlara temel oluşturmaktadır. Gasset'in görüşlerinin, özellikle de teknolojinin toplum ve insanlık üzerindeki etkilerine ilişkin karamsar tavırlarıyla öne çıkan Frankfurt Okulu düşünürleri üzerindeki etkisi de dikkat çekicidir.

Leavis: Kitleselleşen toplum üzerinde düşünen Frank Raymond Leavis de T.S. Eliot gibi karamsar ve üstten bakan düşünürlerden biridir. *Mass Civilisation and Minority Culture* (*Kitle Uygarlığı ve Azınlık Kültürü*) adlı eseriyle tanınan Leavis bu kitabında dünyada derin bir kültürel kaos yaşandığını ve bunun en büyük suçlusunun ise teknolojik gelişmeler olduğunu ileri sürer. Leavis ahlaki değerlerin ve geleneklerin insanları bir arada tuttuğunu, oysa sanayileşmeyle ve yeni kent toplumuyla birlikte bunların hızla yitmekte olduğunu dile getirir. Sanayi öncesinde köy ve kentlerin gerçek birer topluluk olduğunu, insanların paylaşım halinde yaşamlarını hep birlikte sürdürdüklerini, oysa sanayi toplumunda bunun artık mümkün olmadığını vurgular. Radyo, film, gazete vb. iletişim araçlarıyla da insanların iyice tekdüzeleştiğini, eski kültürlerinden ve toplumsal bağlarından koparıldıklarını vurgular. Leavis bu gidişin dönüşü olmadığını, ama hiç değilse daha az yaralayıcı olması için edebiyatçılara ve edebiyat eleştirmenlerine büyük görev düştüğünü belirtir (Day, 1996). Leavis'in değerlendirme ve önerileri de tıpkı Gasset'inkiler gibi daha sonraki teknolojik belirleyicilik kuramlarına temel oluşturur. Ayrıca Leavis, eğitime, edebiyat eleştirmenlerinin önemine ve gazetelerin rolüne dikkat çeken tezleriyle de günümüzün moda konusu medya okuryazarlığı yaklaşımının bir bakıma temelini atan kuramcılardan biri olarak yorumlanabilir.

Le Bon: Fransız Düşünür Gustave Le Bon kitle toplumu ve kalabalıkların psikolojisi konusundaki görüşleriyle hem kendi dönemindeki hem de kendisinden sonraki pek çok düşünürü etkiler. Nietzsche gibi Le Bon da kitlelere yukarıdan bir bakış yöneltmekle birlikte daha temkinlidir. O, analizlerini daha çok kitlelerin psikolojik yapıları üzerinde yoğunlaştırır. Le Bon'a göre değişimin dinamikleri insanların kendi içindedir. Toplumsal değişim ve dönüşümlerin nedenleri tahtları yıkılan, düzenleri sarsılan imparatorların, kralların güç yitirmeleri değil-

dir. Geniş toplum kesimleri arasında değişimin dinamiklerinin gelişmesi, insanların değişme gereksinimi hissetmeleri, değişime hazır ve gereksinim duyar hale gelmeleridir. Le Bon'un bakış açısına göre değişimin tohumları toplumun dokuları içerisinde bir kez filizlenmeye başladı mı hiçbir güç onu durduramaz artık. Ona göre XIX. Yüzyıl da böyle bir sürece tanıklık etmektedir. Geniş toplum kesimleri, burjuvazinin küçümseyerek baktığı, aşağıladığı büyük kitleler kendi egemenliklerini kurmak için ayaklanmaya başlamışlardı. Ancak diğer yandan da Le Bon'a göre kitlesel yapıları yönetmek ve yönlendirmek oldukça kolaydır. Bireyler kitle içerisinde değişime uğrarlar. Bireyliklerini bir yana bırakıp kitle psikolojisi içerisinde bütünleşirler. Kitle içerisinde bireysel akıldan, bireysel önceliklerden söz edilmesi olanaksızdır. Dolayısıyla da uygun iletiler verildiğinde bu kitlelerin birileri tarafından yönetilmesi ve yönlendirilmesi, kandırılması da oldukça kolaydır (Le Bon, 1974). Buna göre Le Bon seçkin kesim açısından her şeye karşın durumun fazla da değişmeyeceğini, seçkinler, entelektüel birikimleri ve akli yeteneklerini kullanarak isterlerse kitleleri, kendi istedikleri gibi yönetmeye ve yönlendirmeye devam edebilirler. Le Bon'a göre insanlığın geleceği için böyle de olması gerekiyor zaten.

Spencer: Sosyal Darvinizmin kurucusu olarak da bilinen Herbert Spencer toplumları biyolojik organizmaya benzetir. Toplumların bütünlüklü bir yapı içerisinde varlıklarını sürdürebilmeleri için onların hücreleri konumundaki bireylerin sağlıklı olmaları ve mükemmel bir işleyiş göstermeleri gerekir. Spencer'e göre bir toplum ne denli karmaşık hale gelirse o toplumun parçaları arasındaki karşılıklı etkileşim ve ilişki de o ölçüde karmaşıklaşır. Bu açıdan geleneksel toplumlardan sanayi toplumlarına geçiş bir bakıma daha basit ilişki ortamından daha karmaşık ilişki ortamına geçiş anlamına gelmektedir. Bu nedenle de sanayi toplumunda, toplumun parçalarının, dolayısıyla da bireylerin işi zordur. Bireyler arasında çok iyi bir iş birliği ve örgütlenmenin oluşturulması gerektiği üzerinde önemle duran Spencer'e göre toplumun düzenli işleyişe kavuşması ancak bu şekilde olanaklıdır (Spencer, 1857, akt. Özkök,1985). Düşüncelerinden de anlaşılacağı üzere Spencer dolaylı da olsa insanlar arası iletişim ve etkileşimin önemine vurgu yapan, hatta tezini büyük ölçüde bunun üzerine kuran toplumbilimcilerden biri olarak kabul edilir ve bu açıdan ileitşim bilimlerinin gelişmesinde de öncü role sahiptir.

Durkheim: Sosyolojinin öncülerinden biri olan Emile Durkheim bireyi toplumla birlikte ele alan, bireyin biyolojik olmanın yanında aynı zamanda toplumsal bir varlık olduğunu da savunan öncü sosyologlardan biridir. Durkheim'in çalışmalarının yoğunlaştığı konulardan biri toplumsal iş bölümü üzerinedir. Toplumsal işbölümündeki değişimin toplumları ikiye ayırdığını savunur: Mekanik dayanışmanın egemen olduğu toplumlar, organik dayanışmanın egemen olduğu toplumlar. Mekanik dayanışma Durkheim'in deyişiyle bir benzeşim dayanışmasıdır. Bu dayanışmanın egemen olduğu toplumlarda, ki geleneksel toplumlar böyledir, bireyler arası farklılıklar çok azdır. Aynı topluluğun üyeleri, aynı duygu

yapısına, aynı değerlere, aynı kültürel pratiklere, aynı inanca sahiptirler. Oysa organik dayanışmanın egemen duruma geldiği modern toplumlarda bireyleri bir arada tutan şey konsestur (Aron, 2004:255). Toplumsal işbölümündeki bu değişmeyle birlikte toplumsal ilişki ve iletişim ortamında da önemli farklılıklar ortaya çıkar. Birincil ve yüz yüze ilişkilerin yerini ikincil ve dolaylı ilişkiler alır. Bu da giderek insanlarda yabancılaşma duygusunun yoğunlaşmasına yol açar.

Durkheim'in üzerinde durduğu konulardan biri de değişen toplum yapısıyla birlikte artan intihar ve suç olaylarıdır. *İntihar* (1986) adlı kitabı bu açıdan önemlidir. Durkheim XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren büyük artış gösteren intiharların birey ve toplum temelinde nedenlerini ortaya koymaya yönelik oldukça kapsamlı bir çalşıma yapar. Çalışmada güvensizlik ortamlarının, yabancılaşmanın, yalnızlaşmanın, aidiyet duygusundan yoksunlaşmanın insanları intihara sürükleyen nedenler arasında yer aldığını bulgular. Bunlara bağlı olarak insanların arzu ve gereksinimlerini karşılamakta ümitsizliğe düşmelerini, alışmış oldukları değer yargıları, inançlar, kurallar, ahlak ile bu yeni dönemde geçerli olmaya başlayan kuralların değerlerin, inançların, ahlaki normların çelişmeye başlaması, karmaşa ve kuralsızlıkların bireyde yarattığı kaygı ve kaosu ***anomi*** kavramıyla açıklar. İnsanların içerisine düştükleri bu anomi durumuyla intihar ve suç oranlarındaki artış arasında doğrudan bir ilişki olduğunu ortaya koyar (Durkheim, 1986). Bu çalışmada Durkheim'in geliştirdiği ***anomi*** kavramı iletişim açısından da oldukça önemlidir. Çeşitli biçimlerde yaşanan iletişim sorunlarının çoğunun arkasında anomi olduğu da bilinmektedir. Bu açıdan Durkheim'in *İntihar* adlı kitabının iletişimciler tarafından da dikkatle incelenmesinde yarar olduğunu belirtelim.

Marx: Modern dönemin bilim kulvarına yeni bir paradigmayla damgasını vuran bir düşünür Karl Marx. Dünyaya, insana, topluma ve sisteme alışılmışın dışında, farklı bir yerden bakan bir düşünür. Egemen sistemin bilimsel türevi olan pozitivizmin karşısına eleştirelizmi (eleştirel bakış) koyan bir bilim insanı. Liberalizmin düşünsel ve bilimsel temelini oluşturan klasik ekonomi politiğe radikal bir seçenek olarak eleştirel ekonomi politiği geliştiren Marx gücü elinde bulunduranların değil, güçsüzlerin, sömürülenlerin, emeğini satan, üreten, ama kazanamayanların, çalıştıklarının karşılığını alamayanların durduğu yerden bakar yaşama (Aron, 2004). İdeolojileri, dinleri, politikayı, ekonomiyi, egemen toplumsal örgütlenmeyi, insana ve kültüre ilişkin egemen kuram ve kavramları da bu bakış açısından hareketle ele alır. Örneğin, ideolojinin, egemen sınıfların bağımlı sınıflara çeşitli biçimlerde dayattıkları bir yanlış bilinç ve de yanlış bilinçlendirme olduğunu savunur. Ki daha sonra iletişim alanının özellikle de eleştirel paradigma içerisinde belirecek olan kuram ve yaklaşımlarında Marx'ın bu düşüncesi merkezi bir yer edinecektir. Özellikle Gramsci, Althusser, Hall gibi düşünürler analizlerini Marx'ın ideoloji kuramı üzerine temellendirirler. Diğer yandan temelini Marx'm attığı eleştirel ekonomi politik yaklaşım da 1930'lu yıllardan başlayarak önce Frankfurt Okulu düşünürlerinin, daha sonra da Golding, Mosco, Schiller gibi iletişimin ekonomi politiği üzerine yoğunlaşanların çalışmalarının

çıkış noktasını oluşturmaktadır. Burada Frankfurt Okulunun altını önemle çizmekte yarar var. Okul'un iletişimi de içine almak üzere geliştirmeye çalıştığı "eleştirel toplum kuramı"nın büyük oranda Marksizmden beslendiğini vurgulamakta yarar var. Frankfurt Okulu düşünürlerinin kitle iletişim araçlarını da dikkate alarak geliştirdikeri kitle kültürü, kültür endüstrisi, yabancılaşma, meta fetişizmi gibi kavramların da büyük ölçüde Marksist yazına dayandırıldığı görülmektedir. Aynı şekilde Marx'ın kültür ve sanata ilişkin satır arası düşünceleri biçimindeki değinileri de XX. Yüzyılın başlarından itibaren iletişim bilimlerinin önemli düşünsel kulvarlarından biri olan *Kültürel Çalışmalar Okulu* için büyük ölçüde hareket noktası olmuştur. Özellikle de kültür bilimci E. P. Thompson R. Williams ve R. Hoggart'ın çalışmalarında belirgin biçimde gözlenen Marksist tavır bu anlamda önemlidir.

Weber: Özellikle bilim ve kültüre ilişkin düşünceleriyle iletişim alanına da dolaylı katkı veren önemli düşünürlerden biridir Max Weber. Bilim ve kültür arasında yakın ilişki olduğunu düşünür. İnsanın ve toplumun sürekli değişme halinde olduğunu, buna bağlı olarak bilimin de sürekli bir değişkenlik içerisinde sürmesi gereğini vurgular. Weber, Spencer'in de etkisiyle toplumları canlı bir organizmaya benzetir, ancak Weber'in organizması sürekli değişmekte ve yenilenmektedir.

Weber'in düşüncelerinin üzerinde yoğunlaştığı önemli bir alan da kültürdür. Toplumların, insanların ve de entelektüellerin kültürdeki ilerlemenin etkisiyle gelişme gösterdiklerini düşünmektedir. Marx'ın etkisiyle Weber de düşünce tarzları ile ekonomik gelişme arasında işlevsel bir ilişki olduğuna dikkat çeker. Aynı etki Weber'in bilime bakışında da sezilmekte. Weber toplumdaki ekonomik ve sınıfsal çıkarların insanların bilincine yansıdığını ve de bilimin temelini oluşturduğu düşüncesini ortaya koyar (Swingewood, 1991:173). Weber özellikle kültür, bilim ve ideoloji konusunda geliştirdiği tezlerle, yöntembilimsel çalışmalarıyla, karizmatik kişilik ve ideal tip kavramlarıyla XX. Yüzyılın ilk yarısında Avrupa düşün yaşamında etkin hale gelen kitle kültürü ve iletişim alanındaki çalışmalar için önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Yukarıda söz ettiğimiz düşünürlerin yanı sıra sosyolojinin kurucusu Auguste Comte, klasik liberalizmin düşünsel temellerini atan, klasik ekonomi politik yaklaşımın kurucusu Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill, psikanalizin kurucusu Sigmund Freud gibi XVIII. ve XIX. yüzyıl düşünürlerini anmadan geçmek haksızlık olur. Burada adını andığımız düşünürler ve daha birçokları genel olarak sosyal bilimlerin kurulmasına, kuram ve yöntemleriyle biçimlenmesine öncülük ederken, diğer yandan da dolaylı olarak iletişim biliminin de temellerini atmışlardır.

İletişim Alanında Öncü Çalışmalar

İletişim biliminin öncü çalışmaları Avrupa'dan önce Amerika'da gelişmiş gibi görünse de sürecin başlaması aslında her iki kıtada da eşzamanlıdır. XX. Yüzyılın

ilk yıllarından itibaren disiplin olarak adı konulmasa bile iletişime gönderme yapan, iletişimin insan ve toplum yaşamındaki önemini kavrayan, geleceğin önemli bir bilimsel disiplini olacağı öngörüsüne sahip olanların alana ilgi göstermeye başladıkları gözlenmektedir. Ki bunlardan biri Robert Park'tır. Doktorasını 1904 yılında Almanya'dan *"Mass and Public"* adlı teziyle alan Park Amerika'ya döner ve çalışmalarını Chicago Üniversitesinde sürdürür (Rosengren, 2000:24). John Dewey, George Mead, C. H. Cooley'le birlikte Chicago Üniversitesinin sosyoloji bölümünün kurucu ekibi arasında yer alan Park etkileşimci okulun da üyelerinden biridir. Kitabın ilerleyen kesitlerinde ayrıntılı olarak ele alınacak olan etkileşimci yaklaşımın sosyal bilimler içerisinde iletişimi ne denli merkezi bir yere koyduğu bilinmektedir. Park'ın çalışması iletişim alanında öncü nitelikteki ilk somut çalışmalardan biri olarak kabul edilebilir. John Dewey, C.H. Cooley ve George Mead ise iletişimin bilim haline gelmesi yolundaki ilk öncü adımları atmışlardır.

Dewey: Amerikalı sosyal bilimci (felsefeci, sosyolog, eğitim bilimci) John Dewey liberalizmin gerçek anlamda işlerlik gösterebilmesi, toplumsal gelişmenin sağlanabilmesi için bireyin geliştirilmesi gereğine vurgu yapar. Bu bağlamdaki çalışmalarını eğitim ve kültür üzerine yoğunlaştıran Dewey iletişime de bu anlamda gerekli önemin verilmesi önerisini ortaya koyar. Hatta bütün bir toplum yaşamının iletişimden ibaret olduğunu söyleyecek kadar merkezi bir yere koyar iletişimi. Çeşitli yazılarında 1920'lerin Amerika'sında belirgin biçimde kendisini gösteren iletişim tekellerine, iletişim kurumlarının toplumda gücü elinde bulunduranların denetiminde olduğuna dikkat çekerek insanların bilinçli ve özgür bireyler olarak gelişebilmelerinde kitle iletişim kurumlarının etkisinin ne denli önemli olduğunu vurgular. Dewey'e göre iletişim kurumları ve araçları gücün denetiminde olduğu sürece demokrasilerin gelişmesi olanaklı değildir. Dewey, 1920'de yayımlanan *Experience and Nature* (Deneyim ve Doğa) adlı kitabında da bütün bireylerin, doğalarında iletişim kurma, merak, sorgulama ve de dile getirme yetilerine sahip olduklarına, bunların eğitimle harekete geçirilmesi halinde özgür bireyleri yetiştirmenin olanaklı olacağını, demokratik toplum yapısının da ancak böyle oluşabileceğini ileri sürer (Dewey,1920). John Dewey'in Cumhuriyet'in kuruluşunun hemen bir yıl sonrasında, 1924 yılında Türkiye'ye de geldiği ve Türkiye'de ulusal eğitim sisteminin geliştirilmesi konusunda oldukça kapsamlı bir rapor hazırladığı da bilinmektedir (Dewey,1924).

Cooley: İletişimin önemine dikkat çeken bir diğer düşünür ise Charles Horton Cooley'dir. Amerikan sosyolojisinin ve sosyal psikolojisinin öncülerinden olan Cooley 1920'lerde bireylerin grup ilişkilerine, aile içi iletişime ve bunların, bireyin kişilik oluşumu üzerindeki etkilerine dikkat çeker. Bu konuların ancak 1940'larda çeşitli klinik deneylere konu olduğunu görüyoruz. Cooley'e göre insan yaşamında yüz yüze iletişim ve etkileşim oldukça önemlidir. Birey yakın çevresinde iyi iletişim kurduğu insanları kendisine rol modeller olarak alır ve kendi benlik gelişimine yansıtır. Bunu "ayna benlik" deyimiyle kavramsallaştıran Cooley bu kavram çerçevesinde iletişimin insan ve toplum yaşamındaki temel

önemine de dikkat çeker (Ritzer, 2007). Kendi aile ortamında tatmin edici iletişim olanakları yakalayamayan birey iletişim kurma gereksinimini arkadaş ve okul çevresinde gidermeye çalışır. Buna bağlı olarak rol modellerini de aile dışında kurduğu iletişim ve ilişki ortamlarındaki insanlar arasından seçer (Özkök,1985:63). 16-17 yaş arası gençlerin öğretmenlerine hissettikleri platonik aşkların temelinde de bu arayışlar vardır. Dolayısıyla da Cooley'e göre sağlıklı bir toplum sağlıklı bireylerden oluşur. Sağlıklı bireylerin gelişimi ise sağlıklı ilişkiler içerisinde toplumsallaşmalarıyla olanaklıdır. Bu da uygun etkileşim ve iletişim ortamlarının sağlanmasını gerektirir.

Mead: Chicago Üniversitesi Sosyoloji Bölümü üyelerinden biri olan George Mead de etkileşimci okulun kurucularındandır. Mead de bireyin toplum içerisindeki gelişim süreci üzerine yoğunlaşır. Toplumsallaşma sürecini incelerken bireyin etkileşim ve iletişim ortamını irdeler. Bireyin çevresindeki hangi insanlarla nasıl bir iletişim kurduğuna bakar. Bireyin yaşamında, daha çocuk yaştan itibaren birtakım insanların rol model olarak etkili olduğunu saptar. Birey, çocuk yaştan itibaren ailesindeki diğer bireylerden başlayarak çevresindeki her bir insanla farklı bir iletişim biçimiyle ilişki kurar. Ailedeki bazı bireyler çocuk için daha önemli olabilirken, diğer bazıları daha az önemli olabilmekte. Bu önem hiyerarşisi, birey büyüdükçe ve etkileşimde bulunduğu toplumsal çevresi genişledikçe çeşitlenir. Zamanla bireyin toplumsal çevresindeki bazı kişiler birey için, çevresindeki diğer bireylerden daha önemli hale gelir, onun rol modelleri, referans kişileri olarak işlev görmeye başlarlar. Bu kişiler bireyin aile, arkadaş, okul ve iş çevresinden olabileceği gibi doğrudan etkileşimde bulunmadığı, ama hakkında bilgi sahibi olduğu kişiler de olabilir. Mead, birey için rol model ya da referans kişi olarak işlev gören bu kişileri "önemli diğerleri" olarak adlandırır. Mead için aileden başlayarak bireyin sağlıklı bir etkileşim ortamında ve uygun iletişim biçimleri geliştirmesinin sağlanmasında önemli diğerlerinin rolü büyüktür. Bireyin toplumdaki önemli diğerleriyle ve rol modelleriyle etkin biçimde iletişim kurması, onun toplumsallaşma sürecine de olumlu etki yapar (Elkin,1995).

Sonuç olarak burada dikkat çekmemiz gereken bir nokta, Avrupa'da sosyal bilimciler XIX. ve XX. yüzyıllarda kitlesel nitelikteki toplumsal dönüşümlerin de etkisiyle daha çok kitle toplumu, kalabalık olgusu, kalabalıklar içerisinde bireyin durumu gibi daha karamsar bir pencereden duruma bakarken, Amerika'da sosyal bilimlerin daha birey merkezli ve iyimser bir havada yol alıyor olmasıdır. Örneğin hem Dewey'in hem de Cooley'in çözümlemelerinde iletişimin, bireyin gelişimindeki önemi üzerinde durulduğu gözlenmektedir. Oysa Avrupa'da insan ve toplum yaşamının çeşitli kesimlerinde yaşanan karmaşa, bunalım ve de kaosun dönemin sosyolojik, psikolojik, dolayısıyla da iletişimsel çözümlemelerine de belirgin ölçüde yansıdığı gözlenmektedir. Böyle olması da doğaldır. Çünkü Avrupa'da savaşlar yaşanıyor, rejimler değişiyor, yeni rejimler kuruluyor, yıkılıyor, ardından yenileri kuruluyor. Demokrasi ya da sosyalizm niyetiyle yola çıkılıyor, ama yolculuklar diktatörlüklerle tamamlanıyor. Bütün bu gidişat karşısında ay-

dınlar, bilim insanları bilimsel disiplin inşa etmek kaygısından çok bütün bu gerilimin, karmaşanın nedenlerini, etkenlerini, dolayısıyla da suçlularını aramaya yöneliyorlar. Dolayısıyla da Avrupa'da, daha sonra üzerinde durulacağı gibi iletişime ilişkin geliştirilen kuram ve yaklaşımlara da bu anlamda belirgin ölçüde bir karamsarlık yansımış durumdadır. Özellikle de Frankfurt Okulu tarafından geliştirilen kuram ve yaklaşımlarda bunu açıkça görmekteyiz.

İletişim Biliminin Türkiye'deki Öncüleri

Türkiye'de de tıpkı Batı'daki gibi iletişim alanında öncü çalışmalara XX. Yüzyılın başlarında rastlanmaktadır. Alanda kapıyı ilk aralayan isim 1914 yılında Columbia Üniversitesi Siyaset Bilimi Bölümü'nde hazırladığı *The Development of Modern Turkey as Measured by its Press* adlı yüksek lisans teziyle araştırmacı-gazeteci Ahmet Emin Yalman olur. Yalman'ın Türkçeye hala çevrilmemiş olan bu çalışması Amerika'da ilk olarak 1964 yılında yayımlanır, 2010 yılında ise kitabın ikinci basımı yapılır. İletişim alanında yalnızca Türkiye'de değil, dünya çapında da ilk bilimsel ve sistematik çalışmalardan biri olan kitabında Yalman Osmanlı'da matbaanın gelişimini, yayın etkinliklerini ve basının gelişim tarihini ele alır. II. Abdülhamit döneminde İstibdat rejimi sürecinde yenilikçi muhalifler tarafından gerek yurt içinde gerekse yurt dışında çıkarılan gazeteler üzerinde eleştirel bir bakışla ayrıntılı bir inceleme yapar. I. Meşrutiyet'in ilanıyla rahatlayan ve özgür bir ortama kavuşan Türk basınının İstibdat dönemiyle birlikte nasıl yeniden baskıcı bir sürece götürüldüğünü ayrıntılı olarak ele alır. Çalışmada gazete sayıları, yayım dilleri, içeriksel özellikleri, reklam ve dağıtım durumları incelenerek Türk basınının nicel ve nitel yapısı makro bir bakışla ortaya konulmaya çalışılır. Yalman'ın çalışmasının bir kesitinde de sormaca tekniği uygulandığı dikkati çekmektedir. 104'ü erkek, 16'sı kadın olmak üzere toplam 120 denek üzerinde uygulanan sormaca sonucunda elde edilen bulgular çalışmanın okur çözümlemesi kesitini oluşturmaktadır. Dolayısıyla da Ahmet Emin Yalman'ın çalışması gerek kuramsal gerekse yöntembilimsel açıdan yalnızca Türkiye için değil, uluslararası düzeyde de iletişim bilimi alanında ortaya konulmuş önemli bir ilk çalışma olarak değerlendirilebilir.

Alanda yolu açan isimlerden biri de Muvaffak Uyanık'tır. 1937 yılında İstanbul Devlet Basımevi tarafından basılan *Yeni Okulun Ders Vasıtalarından Gazete* adlı kitabıyla Uyanık, günümüzün moda konularından biri olan medya okuryazarlığı alanının da bir bakıma öncülüğünü yapmıştır. Söz konusu kitapta, gazetelerin ders aracı olarak eğitimde kullanılması gereğine vurgu yapmaktadır. Uyanık, öğrencilerin, öğretmenlerin de gözetiminde günceli izleyebilmeleri, dünyada olup bitenlerden haberdar olabilmeleri, böylece ezberci eğitimin yaratacağı kısıtlılıklardan da korunabileceklerine ilişkin önemli öneriler yapmaktadır. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi 40. Yıl Kitaplığı dizisinde 2007 yılında yeniden basımı yapılan kitabın günümüz için de hala önemli bir kaynak yayın olduğunu vurgulamakta yarar var.

Türkiye'de iletişim çalışmalarının öncülerinden biri de Mehmed Said Paşa'dır. Gazetecilik dili konusunda yaptığı çözümlemeler ve yayımladığı kitaplarla alanın temellerinin atılmasına önemli katkı vermiştir (Özarslan, 2008).

Çalışmalarıyla Cumhuriyet'in ilk dönemlerine damgasını vuran isimlerden biri de Server İskit'tir. Özellikle Matbuat Rejimleri konusundaki kapsamlı çalışması günümüz iletişimcileri için de önemli bir başvuru kaynağı olma özelliğini korumaktadır (İskit,1939).

Bunların yanı sıra Türkiye'nin düşün yaşamına yönveren Fuat Köprülü, Pertev Naili Boratav, İlhan Başgöz, Nermin Abadan-Unat, Sadri Ülgener, Doğan Avcıoğlu, Ahmet Hamdi Tampınar gibi düşünürlerin de doğrudan olmasa bile çalışmalarında sıklıkla iletişime vurgu yapmaları iletişim bilimleri açısından önemli bir katkı olarak değerlendirilebilir (Öztürk, 2008).

Sonuç olarak Türkiye'de, yukarıda sözünü ettiğimiz bireysel heves niteliğindeki öncü çalışmaların ardından iletişim bilimine ilişkin ilk somut adımların ancak 1960'ların ortalarında atıldığı gözlenmektedir. Burada bir gecikmişlikten söz edilebilir belki. Ancak Türkiye'de genel olarak bilimin kurumsallaşma süreci de ancak 1940'lardan sonra sistemli bir sürece girer. Aslına bakılırsa Türkiye'de üniversiteleşme süreci XIX. Yüzyılın ortalarında başlamıştı (Timur, 2007). Ancak Cumhuriyet dönemine gelene kadar sürdürülen tartışmalar daha çok üniversiter yapıya ilişkin olmuştur. Cumhuriyet'in ilk yıllarında da daha çok üniversitenin fiziksel alt yapısının kurulması, akademik kadrosunun oluşturulması, bilimsel iç yapısının biçimlendirilmesi yönündeki çalışmalarla geçtiği düşünülürse Türkiye'de üniversitelerin bilim üretmeye başlamaları ancak 1950'lerden itibaren mümkün olur. 1930'lu ve 1940'lı yıllarda Batılı ülkelerden pek çok bilim insanı Türkiye'ye çağrılmış ve üniversiter yapılanmada katkıları alınmıştır. Diğer yandan Hitler faşizminden kaçan çok sayıda bilim insanı ve sanatçının da yine aynı dönemlerde Türkiye'ye geldikleri ve çeşitli bölümlerin kurulmasına katkı verdikleri bilinmektedir. Örneğin, Gazi Müzik Bölümünün kurulmasında Zuk Mayer'in görev alması gibi. Genel olarak bakıldığında Türkiye'de özellikle de sosyal bilimler alanında isim yapan, öncü rol oynayan düşünürlerin, ancak 1950'lerden itibaren ürün vermeye başladıkları gözlenmektedir. Niyazi Berkes, Muzaffer Sherif, Doğan Avcıoğlu, Mübeccel Kıray, İdris Küçükömer, Sadri Ülgener, Hilmi Ziya Ülken, Ahmet Hamdi Tanpınar, Behice Boran, Nermin Abadan-Unat, Şerif Mardin ve daha pek çok bilim insanının ülkenin siyasal gerginlik ve baskı ortamıyla da savaşarak ülkenin bilim yaşamına yön vermeye çalıştıkları gözlenmektedir. Dolayısıyla da iletişim alanına ilişkin ilk sistemli çalışmaların 1960'ların ortalarında başlaması bilime ilişkin genel koşullar dikkate alındığında çok da geç sayılmaz. Kaldı ki bilim yaşamları bizden iki yüzyıl öncesinde başlamış olan Batılı ülkelerde bile iletişimin kuramsal ve yöntembilimsel çerçevesiyle bilimsel bir disiplin olarak biçimlenmesinin de ancak 1950'lerden itibaren kendisini gösterdiği dikkati çekmektedir.

Diğer yandan Türkiye'de iletişim eğitiminin de, diğer alanlarla karşılaştırıldığında geç sayılmayacak bir başlangıcının olduğu söylenebilir. İletişim sektörüne eleman yetiştirmek için ilk eğitim kurumunun 1947 yılında İstanbul Üniversitesi bünyesinde kurulan İstanbul Gazetecilik Enstitüsü olduğu bilinmektedir. Bugünkü İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesinin öncüsü olan okulun kuruluşu, İstanbul Gazeteciler Cemiyeti'nin işbirliği ile gerçekleşir (Abadan-Unat, 1972:67). 1950 yılında öğrenci almaya başlayan okul 1958 yılında da Türkiye'de ilk televizyon yayınlarının başlamasına öncülük eder. İletişim eğitimi konusundaki ikinci önemli adım ise 1964 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi bünyesinde kurulan Basın ve Yayın Yüksekokuludur. UNESCO'nun girişimleriyle, Hıfzı Topuz'un öncülüğünde kuruluşu gerçekleştirilen okulun eğitim öğretime başlamasında Prof. Dr. Bahri Savcı, Doç. Dr. Nermin Abadan, Doç. Dr. Bülent Daver, Doç. Dr. Mümtaz Soysal, Doç. Dr. Şerif Mardin görev alırlar (Abadan-Unat, 1972:73). Okulun ders programlarının hazırlanmasında, eğitim öğretim sürecinin yüksek kalitede sürdürülmesinde, alanda kalifiye öğretim elemanlarının yetiştirilmesinde Prof. Dr. Nermin Abadan'ın önemli bir katkı sağladığı bilinmektedir.

İletişim eğitiminin kurumsallaştırılması yönündeki bu öncü adımların ardından gazetecilik, halkla ilişkiler, radyo, televizyon ve sinema alanında eğitim veren okulların sayısı hızla artarak devam eder. Bugün Türkiye'de ellinin üzerinde iletişim fakültesi, bir o kadar da önlisans eğitimi veren, medya kuruluşlarına tekniker düzeyinde ara eleman yetiştirmeye dönük okulların mevcut olduğu söylenebilir.

İletişim Bilimlerinin Doğuşu

İletişim bilimi sosyal bilimlerin tüm alanlarından, hatta zaman zaman fen bilimleri, matematik ve mühendislik bilimlerinin de bazı alanlarından beslenerek biçimlenmiştir. Sosyoloji, siyaset bilimi, tarih, felsefe, sosyal psikoloji, psikoloji, dil bilim, ekonomi, antropoloji, etnoloji, epistemoloji gibi disiplinler iletişimin temel besleyicileri olurken, iletişime ilişkin bazı model, kuram ve yaklaşımların geliştirilmesinde biyoloji, matematik, elektronik, mühendislik, hatta fizik gibi bilim dallarından önemli oranda katkı alındığı gözlenmektedir. Bu yanıyla iletişim biliminin, disiplinler arası bir alan olma özelliğini de koruyarak dallanıp budaklandığını görüyoruz. Gerek Türkiye'deki gerekse diğer ülkelerdeki üniversitelerin iletişim bölümlerine baktığımızda da bu disiplinler arasılığı açıkça görebiliyoruz. Bu durum hem iletişim bilimciler hem de iletişim eğitimi veren kurumlar açısından zaman zaman kafa karışıklığına ve çıkmazlara da yol açabiliyor. Yalnızca Türkiye'de değil diğer ülkelerde de üniversitelerin iletişim bölümlerinin sıkça misyon karmaşası yaşadıklarına tanık olabiliyoruz. Bir yandan iletişim sektörüne eleman (gazeteci, sinemacı, radyocu, televizyoncu vb) yetiştirmek, diğer yandan da iletişimin bilimini yapmak konusunda öncelik karmaşası yaşanmasına bugün bile sıkça rastlanmaktadır. Ayrıca bu kitabın da asıl konusunu oluşturan iletişim bilimi konusunda kaos hala sona ermiş değil. İletişim bilimiyle uğraşanlar çoğu

zaman disiplinler arası olmanın getirdiği geniş hareketlilik alanında ipin ucunu kaçırabilmektedirler. Bu nedenle de iletişim alanında pek çok çalışma yapılmakla birlikte bu çalışmalar arasında bütünleştirici ilişki kurulamadığı ya da böyle bir çaba içerisine girilmediği için ortaya konulan ürünler dağınıklık içerisinde gözden kaçabilmektedirler. Nitekim kitap satış dükkânlarında ve kütüphanelerde bile çoğu zaman iletişim reyonuna hangi kitapların konulacağı konusunda tereddüt yaşandığı gözlenmektedir. Ayrıca sosyal bilimlerin diğer alanlarında çalışan araştırmacılar bir yandan iletişimi bir bilim dalı olarak görmemekteki ısrarlarını sürdürürken diğer yandan da iletişim alanının çekiciliğine kapılmaktan kendilerini alamamaktadırlar. Bütün bu kaygı ve tereddütler iletişim alanının başlı başına bir disiplin kimliği kazanmasını geciktiren etmenlerdir. Günümüzde de hala bu kaos yaşanmakla birlikte bir yandan çağın gerekleri, diğer yandan dünyanın gidişatının büyük ölçüde iletişim ve bilişim teknolojileriyle yönlendirilmesi, bu tür sorunlara karşın alana ilgilerin de hızla artmasına neden olmaktadır.

Bir alanın bilimsel bir disiplin olarak tanımlanması için olmazsa olmaz iki oluşturucu öge gereklidir. Kuram ve yöntem. Bu açıdan bakıldığında iletişimin bilimsel bir disiplin olarak gelişimine ilişkin ilk somut adımların Amerika Birleşik Devletleri'nde atıldığını görmekteyiz. İletişim biliminin doğuşuna ilişkin ilk sinyallerin Dewey ve Cooley tarafından verilmesinin ardından Amerika'da 1920'li yılların başından itibaren gerek akademik çevrelerin gerekse birtakım özel şirketlerde görev yapan uzmanların ilgilerinin sinema, radyo, gazete gibi iletişim araçlarına yönelişleri başlar.

Öncelikle davranış bilimcilerin iletişime yöneldikleri gözlenmektedir. XIX. Yüzyılın ortalarında basının (gazete ve dergiler) kitlesel nitelik kazanmaya başlaması, ardından I. Dünya Savaşı sırasında telgrafın ve gazetelerin etkin, radyonun da kısmen kullanıma girmesi ve propaganda etkinliklerinde kullanılması, özellikle Amerika'da önce sessiz filmlerin, kısa süre sonra da sesli sinemanın kitlelerin ilgisini çekmeye başlamasına tanık olunmasıyla birlikte önce sosyologlar ve siyaset bilimciler alanda araştırma yapılması gereğini vurgulamaya başlarlar. Bu kadarla da kalınmaz. Amerika'da 1929 bunalımının getirdiği olumsuzlukların ardından hem iş dünyası hem de politik çevreler dikkatlerini kitle iletişim araçlarına çevirirler. Çocuk eğitimiyle ilgili bir vakıf olan Payne Vakfı 1929 yılından itibaren sinemanın çocuklar ve gençler üzerindeki etkilerini araştırmaya yönelir (Lowery and DeFleur,1995). Vakfın araştırmaları bir yönüyle iletişim biliminin de doğuşu açısından ilk somut adım olarak değerlendirilebilir. Yapılan araştırmalar sonucunda sinemanın çocuk ve gençler üzerindeki etkisinin oldukça güçlü olduğu yönünde bulgulara ulaşılır. Bu bulgular daha sonra davranışçı okulun etki-tepki (sitimulus-response) yaklaşımı çerçevesinde Lasswell, Cantril, Wertham tarafından içerik, alan ve klinik tekniklerle yapılan araştırmalarla desteklenir. İletişim yazınına ***güçlü etki yaklaşımı*** adıyla geçen bu yaklaşım kapsamında, daha sonra üzerinde ayrıntılı olarak durulacak olan çeşitli modeller geliştirilir.

Ancak zamanla sosyal bilimlerin yöntembilimsel alanında geliştirilen alan araştırması tekniklerinin de sunduğu olanaklarla iletişim alanında da yeni yönelimlerin başladığı gözlenmektedir. 1940 ABD Başkanlık Seçimleri'nde Paul Lazarsfeld ve grubu tarafından gerçekleştirilen *Halkın Tercihi* araştırması iletişim çalışmaları açısından önemli bir dönüm noktası olur. Böylece iletişim alanının ilk yirmi yılına damgasını vuran güçlü etki yaklaşımı tahtından indirilir ve yerini sınırlı etki yaklaşımı alır. Sınırlı etki yaklaşımının egemenliği ise ancak 1950'lerin ortalarına kadar sürer. Araştırmacıların, dikkatlerini izleyiciye doğru çevirmeleriyle birlikte iletişim alanına da giderek etkin izleyici yaklaşımı egemen olmaya başlar. Ancak iletişim çalışmalarına önce güçlü etkinin egemen olduğunu, ardından kitle iletişim araçlarının etkisinin sınırlı olduğunun keşfedilmesiyle birlikte güçlü etki yaklaşımının tümüyle silindiğini, daha sonra aktif izleyici yaklaşımının gelişimiyle birlikte de diğer iki yaklaşımın geçerliliğini yitirdiği yanılgısına kapılmamak gerekiyor. Her dönemde belli bir yaklaşımın egemenliği söz konusu olsa bile, diğer yaklaşımları bulgulayan araştırmalar ve onları savunan araştırmacılar da bir yandan varlıklarını sürdürürler. II. Dünya Savaşı yılları Amerika'da iletişim çalışmaları açısından yeni açılımlar geliştirilmesine vesile olur. Yale Okulu'ndan Carl Hovland'ın cephede yaptığı propaganda çalışmaları ve klinik deneyleri iletişim alanına yeni bir boyut katar.

Aslında iletişim çalışmalarının iskeletini büyük oranda Amerika'da 1920'lerde başlayan siyasal iletişim çalışmaları oluşturur. 1920'lerin başında Walter Lippmann'la başlayan propaganda odaklı çalışmalar Lasswell'in propaganda üzerine yaptığı araştırmalarla, Ivy Ledbetter Lee ve Edward Bernays'ın halkla ilişkiler alanındaki kuramsal ve uygulamalı çalışmaları, Lazarsfeld'in alan araştırmalarıyla da birleşince siyasal iletişim uzun süre iletişim yazınına egemen olur.

Amerika'da başlatılan bu araştırmaların çeşitli vakıflar, siyasal kurumlar tarafından maddi olarak desteklenmesi, birtakım özel araştırma şirketleri tarafından da gerçekleştirilmesi nedeniyle kurumsal (administrative) araştırmalar olarak adlandırılmıştır. Ancak yapılan araştırmaların sonuçlarının raporlaştırılarak basın aracılığıyla kamuoyuna duyurulması, kitaplaştırılması vb. nedeniyledir ki iletişim disiplini uzun süre Amerikan ampirik geleneği ile özdeş görülmüştür. Ancak bu, Amerika'nın dışında iletişim çalışmaları yapılmadığı anlamına gelmemektedir. Tam tersine Avrupa'nın İngiltere, Almanya, Fransa ve hatta Hollanda gibi çeşitli ülkelerinde de iletişim konusunda hemen hemen Amerika'yla eş zamanlı olarak iletişim alanında önemli araştırmaların yapılmaya başlandığı görülmektedir. Üstelik de Avrupa ülkelerinde araştırmaların üniversiteler bünyesinde köklü kuramsal düşünüşle de beslenerek yapıldığını görmekteyiz. Ayrıca Avrupa yakasında gerçekleştirilen araştırmaların birtakım vakıfların ya da siyasal kurumların desteğinden, dolayısıyla da etkisinden de uzak, daha bağımsız koşullarda yapılmış olmaları nedeniyle bilimsellik açısından çok daha kayda değer oldukları bile ileri sürülebilir.

Avrupa'da iletişim çalışmalarına yön veren önemli düşün çevrelerinden biri Frankfurt Okuludur. Marksist düşüncenin de etkisi altında eleştirel bir toplum kuramı geliştirme çabası içerisinde olan Frankfurt Okulu düşünürleri iletişimle ve kitle iletişim araçlarıyla, kültür ve ideoloji üretimi ve aktarımı boyutunda ilgilenirler. Dolayısıyla da eleştirel nitelikteki iletişim kuramlarının büyük ölçüde Frankfurt Okulunda doğup geliştiğini görmekteyiz.

İletişim çalışmaları konusunda bir diğer önemli katkı ise İngiliz kültür düşünürlerinden gelir. 1920'lerin başlarından itibaren kültür konusuna yoğunlaşan Hoggart, Thompson, Williams gibi kültürelciler daha sonra iletişim yazınında da önemli yer alacak olan Kültürel Çalışmalar Okulu'nun kuruluşunu gerçekleştirirler.

Öte yandan yine İngiltere'de 1930'ların başından itibaren başlayan ve kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısını analiz eden çalışmalar ilerleyen yıllarda iletişimde ekonomi politik yaklaşımın temelini oluşturacaktır (Golding,1982)..

Yine Avrupa'da ve Amerika'da XX. Yüzyılın başlarından itibaren bilimsel kulvarda önemini hissettiren dilbilim çalışmalarının sonraki yıllarda gelişecek olan yapısalcı ve postyapısalcı çalışmaların doğmasına önayak olduğu dikkati çeker.

Buraya kadar söz edilenler iletişimin bilimsel bir disiplin haline gelmesi sürecine yön veren kuram ve yaklaşımlara zemin hazırlamış olan yönelimlerdir. Bunların yanı sıra bir de iletişimin pratiği üzerine yoğunlaşan çalışmalar vardır. İnsan iletişimi odaklı olarak biçimlenen bu çalışmaların daha çok psikoloji, sosyal psikoloji ve bilişsel bilimler içerisinde geliştiği görülmektedir. İletişimin, ağırlıklı olarak pratik yönüyle ilgilenen insan iletişimi halkla ilişkiler, reklamcılık, pazarlama, işletme, siyasal iletişim gibi alanlarla ilgilenenlerin ilgisini çekmektedir. İletişim becerileri, etkili iletişim, beden dili, ikna, motivasyon, imaj gibi konular da bu kapsamda ele alınmaktadır. İletişim biliminin piyasa yönü olarak da nitelenebilecek bu boyutunu kuram ve araştırmaya yoğunlaşan bu çalışmanın dışında bırakıyoruz.

Özet

Son yılların önemli alanlarından biri olan iletişimin ortaya çıkış ve gelişim serüveninin yaklaşık iki yüzyıllık bir zaman dilimine yayıldığı görülmektedir. Modernleşmeyle birlikte toplum yaşamının her alanında uzmanlaşmanın önem kazanmasına bağlı olarak bilim yaşamında da uzmanlığa dayanan ayrışmalar başlamış. Bunun sonucunda ortaya çıkan bilimsel disiplinlerin her biri belli bir alana, konuya, sorunsala yoğunlaşmıştır. Her bir bilimsel disiplin belli bir gereksinimden dolayı geliştirilmiştir. Kitle iletişim araçlarının toplumda etkinlik alanlarını hızla genişletmelerine bağlı olarak da iletişim bilimi doğmuş ve gelişmiştir. Alanda yapılan çalışmalar, ortaya konulan kuram ve yaklaşımlarla iletişim bilimleri zaman içerisinde dallanıp budaklanarak, farklı gelenekler etrafında ayrışarak çoğalarak çeşitlenerek yoluna devam etmektedir.

Bölüm II
İletişimin Tanımı ve İşleyişi

Giriş

İletişimin ne olduğu, nasıl işlediği, ne zaman ve nasıl başladığı vb hiç kuşkusuz iletişimciler açısından yanıtlanması en zor sorulardır. İletişim üzerine yazılan hemen tüm kitaplar bu sorularla başlar, ama hiçbirinde net bir yanıt göze çarpmaz. Çünkü iletişim disiplinler arası bir alan olarak doğmuş ve gelişmiştir. Duruma ve gereksinimlere göre farklı bilim dallarından gelen araştırmacılar kendi disiplinlerinden hareketle iletişime kuramsal ve yöntembilimsel destek vermişlerdir. Ayrıca başka disiplinlerden gelen araştırmacıların öncelikli kaygısı iletişim alanının gelişmesine katkı sağlamak değil, iletişim alanındaki malzemeyi kullanmak olmuştur. İlk bölümde de üzerinde durulduğu gibi sosyologlar kitle iletişim araçlarının toplumsal değişme üzerindeki etkisini, siyaset bilimciler, söz konusu araçların propaganda amaçlı kullanımlarının yaratacağı etkiyi, sosyal psikologlar ve psikologlar kitle iletişim araçlarının insan ve grup davranışları üzerindeki etkisini vs merak ederek alana yönelmişlerdir. Dolayısıyla da iletişimin kendi başına bilimsel bir olgu olarak ele alınması, kavramsallaştırılması, kuramsal ve yöntembilimsel destekle bilimsel bir disiplin haline gelmesinde önemli sorunlar yaşanmıştır ve yaşanmaya da devam etmektedir. Bütünsel bir kavramsal çerçevenin oluşturulması söz konusu sorunların aşılmasında belki de önemli bir katkı sağlayacaktır. Kitabın bu bölümünde de böyle bir kaygıdan hareketle iletişimin ne olduğu, nasıl işlediği, oluşturucu ögelerinin neler olduğu, nasıl sınıflandırıldığı vb. temel kavram ve konular üzerinde durulmaktadır.

İletişim Nedir?

İletişim denildiğinde hemen herkesin aklına ilk anda karşılıklı konuşmak gelir. İletişim fakültesi birinci sınıf öğrencilerine, ilk derslerde "iletişimden ne anlıyorsunuz?" diye sorulduğunda genelde alınan yanıtlar da bu yöndedir: "İki kişinin karşılıklı sohbet etmesi", "birine soru sormak ve ondan yanıt almak", "biriyle bir konuyu karşılıklı tartışmak" vb. İletişim eğitimine başlarken bu gibi yanıtlar veren öğrencilerin, dersler ilerledikçe iletişim iki kişinin bakışması, insanların birbirlerine el kol hareketleri yapmaları, "kişinin bir durum ya da olay karşısında sessiz kalması", "birden çok kişi arasındaki konuşmalar" biçimindeki yanıtlarla iletişimin ne olduğuna ilişkin düşüncelerini giderek çeşitlendirdikleri gözlenir. Zamanla bu yanıtlara "giyim kuşamın, jest ve mimiklerin, tepkisizliğin, görmezden gelmenin, ilgisiz kalmanın, mekansal konumların vs"nin de iletişim olarak kabul edilmesi gerektiğini daha tereddütsüzce ekledikleri görülür. Öykünün bitiminde ise iletişim öğrencilerinin iletişimin, insan yaşamının her anında, her kesitinde söz konusu olabileceğini, insanların her tavır, davranış, söz, bakış, jest, mimik gibi anlamlı iletiler içeren edimlerinin iletişimin kapsamına girebileceğini kabul etme noktasına gelmiş oldukları görülür.

Evet, insanla başlayan, insanla devam eden bir edim iletişim. Gerilere, zamanın derinliklerine uzanıp gittiğimizde, insanlık tarihine kuşbakışı bir göz attığımızda insanların doğada var oldukları dönemlerden itibaren iletişimin de başlamış olduğunu tahmin edebiliriz. İnsanların ilk esaslı savaşı doğayla olmuştur. Vahşi doğayla mücadele ederek var kalmaya çalışmak. Doğayla mücadelede başarılı olabilmek için doğayı anlamlandırabilmek, tanımak, basit deyimiyle doğanın dilinden anlamak, vahşi hayvanlarla anlaşabilmek, doğaya karşı güçlü olabilmek için diğer insanlarla güç birliği yapmak. Bütün bunların temelinde ise iletişim vardır. İnsanlar gelişigüzel çıkardıkları sesleri sözcüklere, çizgileri yazıya, yüz göz hareketlerini anlamlı mimiklere, beden hareketlerini anlam yüklü jestlere dönüştürerek iletişime ilişkin sistemli yapılar gerçekleştirmeyi başardılar. İnsanlar dağınık topluluklardan düzenli toplum yaşamına geçerken yaşamın her kesitini sistemli toplumsal yapı içerisinde belli bir düzene oturtmaya çalışırken, iletişimi de bunun dışında bırakamazlardı elbet. Kaldı ki iletişim insan ve toplum yaşamının sistemli yapılara dönüştürülmesinde önemli bir aracı da olmuştur. İnsanlar sistemik iletişimsel yapı içerisnde birbirleriyle anlaşabilme, bağlantı kurabilme, yaşama ilişkin gelişmeleri düzenli kayıtlara dönüştürebilme, yapıp ettiklerini kuşaktan kuşağa aktarabilme olanağı bulmuşlardır. Yazı, resim, kâğıt, matbaa, gazete, telefon, telgraf, radyo, sinema, televizyon, bilgisayar vb. iletişim araçlarının her biri içerisinde geliştiği ortama önemli katkılar yapmış, insanlığın bulunduğu yerden çok daha ileri bir yere taşınmasında etkili olmuş, hatta matbaa, televizyon, bilişim teknolojileri gibi kimi iletişim araçları da insanlığın çağ değiştirmesine bile yol açmıştır denebilir.

Sözcük olarak iletişimin ilk kez ne zaman kullanıldığı belli değil, ancak sözcüğün kökeninin Latinceden geldiği bilinmektedir. Paylaşım, bir aradalık anla-

mına gelen **common** sözcüğünden türetilmiştir. Özünde toplulukla, toplumla, toplumsal paylaşımla yakından ilişkilidir iletişim sözcüğü (Rosengren, 2000:3). Zamanla sözcüğün anlamı genişleyerek ortak bilgi, ortak duygu, ortak duyarlılık, ortak görüş yaratmak anlamlarında da kullanılır duruma gelmiştir. Aslında toplumsal bir bütün olmak, bir şeylerin paylaşıldığı bir insan topluluğu olabilmek, dahası örgütsel bir toplumsal yapı oluşturabilmek için iletişim temel öncüldür. Kavramın kullanımı zaman ve uzam içerisinde birtakım farklılıklar gösterse de değişmeyen şey iletişim sözcüğünün her durumda paylaşım ve etkileşim edimlerini içermesidir. Bu paylaşım ve etkileşim edimleri noktasında zaman zaman kafa karışıklıkları oluşur. Yalnızca insanlar değil, hayvanlar da paylaşım ve etkileşim ilişkisi içerisinde olabilir tarzı görüşlerle iletişimin evrendeki tüm canlılarla ilişkilendirilebileceği yönünde görüşler çıkmışsa da bunlar fazla da rağbet görmemiştir. Çünkü iletişimin öncelikle amaçlı bir edim olduğu, bunu da ancak akli yetiye sahip olan insanın gerçekleştirebileceği görüşü üzerinde uzlaşma sağlanmıştır. Dolayısıyla iletişim denildiğinde akla insan iletişimi gelmelidir. İletişim her şeyden önce dilin, sözün kullanıldığı sistemli bir yapıdır. Sistem oluşturma yetisi de yalnızca insana özgü olduğuna göre iletişimin insana mı yoksa evrendeki bütün canlılara mı özgü olduğuna ilişkin tartışmaları fazla da uzatmaya gerek yok. İletişim öteki canlılarla da bir ölçüde ilişkilendirilebilir bir edim olsa da sistemli, planlı, programlı bir ilişki veya etkileşim olarak ele alındığında onu insanla sınırlı tutmak çok daha doğru olur.

Diğer yandan paylaşım ve etkileşimin amaç, araç, özne ve nesnelerinin zamansal ve uzamsal açılardan farklılaşması çoğu zaman iletişim sözcüğünün içeriğine de yansımıştır. XIV. Yüzyıl Fransa'sında iletişimin ticari ilişkilere karşılık gelmesi (Zıllıoğlu, 2007:22) örneğinde olduğu gibi. Dönemsel koşulların etkisiyle görülen bu tür tanımsal farklılıklara rağmen iletişimin temel oluşturucu ögelerinin etkileşim ve paylaşım olduğu konusunda genel bir uzlaşmanın söz konusu olduğu da dikkati çekmektedir.

İletişimin Türleri

İletişimi türlere ayırırken farklı ölçütler kullanılabilir. Kullanılan simge biçimi bakımından iletişimi sözsüz, sözlü, yazılı ve görsel gibi kategorilere ayırmak mümkündür. İkinci bir ayrım da doğrudan (dolaylı) veya aracılı iletişim olarak yapılabilir.

Simge Kullanımı Açısından İletişim

Simge iletişimin temel yapısal ögesidir. İnsan iletişimini simgelerden ayrı düşünmek olanaklı değildir. Sesten söze, rastgele hareketlerden anlamlı jestlere ve mimiklere geçerek insanlar hem bir simge sistemi hem de iletişim sistemi oluşturmuşlardır. Simge temelde ikiye ayrılır: Göze hitap eden (görsel), kulağa hitap

eden (işitsel) simgeler. Diğer bütün simge sistemlerinin bunlardan doğduğu söylenebilir. İşitsel simge sistemi içerisinde sözlü iletişim, görsel simge sistemi içerisinde ise yazılı ve görsel iletişim gelişmiştir. Burada da simge sistemleri ölçüt alınarak iletişimin türleri üzerinde çok genel hatlarıyla durulacaktır.

Sözsüz İletişim

Sözsüz iletişim insanların belki de ilk iletişimsel edimidir. Seslerin söze dönüşmesinden önce insanlar hiç kuşkusuz el kol, yüz, göz hareketleriyle anlaşmaktaydılar. Doğayla ve birbirleriyle mücadele veya paylaşımları sürecinde beden hareketlerinin belli anlamlar yüklenerek sistemleştirilmesiyle sözsüz iletişim doğmuştur.

Sözsüz iletişim temelde insanların yüz, göz, el kol hareketleriyle gerçekleştirdikleri ileti alışverişidir. Bunun yanı sıra giyim kuşam, seçilen renkler, mekansal düzenlemeler, dekorasyon vb. iletişimsel edimler de sözsüz iletişim kategorisinde ele alınmalıdır. Sözsüz iletişim diğer iletişim türlerine (sözlü, yazılı ve görsel) göre daha yereldir. Özellikle de ulaşım ve iletişim araçlarının bunca gelişmemiş olduğu, insanların bütün bir yaşamlarını belli bir yerde, coğrafyada, belli bir topluluk içerisinde sürdürmek zorunda oldukları ilkel dönemlerde sözsüz iletişimin önemli bir iletişimsel tür olarak insan yaşamında yer almış olduğu tahmin edilebilir. Aynı şekilde söz ve yazı sistemlerinin henüz gelişmemiş olduğu, dağıtım ve kayıt olanaklarının bulunmadığı ilkel dönemlerde insanların geliştirdikleri sözsüz iletişim sistemlerini ancak yerel ve de etnik düzeyde kullanmaları söz konusu olmuştur. Sözsüz iletişimin yerelliğinin izlerine bugün hala yerel ve etnik kültürler içerisinde rastlanmaktadır. Türklerin hayır ve evet ifadesi için başlarını yukarı aşağı hareket ettirmeleri, oysa Avrupalıların aynı ileti için başlarını sağa sola hareket ettirmeleri, bazı kültürlerde insanların burun temasıyla selamlaşmaları vb. pek çok sözsüz iletişim kodunun yöreye ve etnik kültürel kesite göre farklılık gösterdiği bilinir. Öyle ki çoğu zaman birbirlerinin dilini bilmedikleri için sözsüz iletişim yoluna başvuran insanların bunda da oldukça zorlandıklarına tanık oluruz.

Günümüzde sözsüz iletişimin önemli bir kesitini oluşturan jestler, mimikler, giyim kuşam gibi insan bedeni aracılı iletişim beden dili olarak da adlandırılmaktadır. Son yıllada iletişime ilişkin uygulamaların piyasada yoğun ilgi görmesi, imaj yapıcıların etkili iletişim, iletişim becerileri, beden dili gibi konuları, mucizevi anlam yüklemeleriyle ticari kazanç aracı haline getirmeleri bu kavramların akademik alanda da abartılı bir vurguyla ve ilgiyle ele alınmasına yol açmış bulunmaktadır. Hatta asıl iletişimin beden dili olduğunu savunanlara da sıkça rastlanmaktadır. Beden dili elbette ki önemlidir ve asla göz ardı edilemez. Ancak iletişimi beden dili odaklı açıklamaya çalışmak önemli yanılgılara yol açar. Bu konuda genel olarak altını çizmek istediğim nokta sözsüz ve sözlü iletişimin insan ve toplum yaşamında, aralarında herhangi bir önem sıralaması yapmaksızın bir arada düşünülmesi, birlikte ele alınması gereğidir. Örneğin oldukça şık, ba-

kımlı görüntüsüyle, yüzüne kondurduğu özgüven yüklü ifadeyle, derin ve emin bakışlarıyla iş görüşmesinde bulunan biri için beden dili ilk anda olumlu bir imaj verebilir elbet. Ancak çevreye ışıklar saçan o görüntü akıcı, anlamlı bilgi içeren bir konuşmayla tamamlanmadığı sürece beklenen sonucun elde edilmesi olanaksızdır. Diğer yandan çoğu zaman bedenin, ağızdan çıkan söze göre biçim aldığı da bilinmektedir. Televizyon ekranındaki haber spikerini düşünelim. Bakımlı görüntüsü ve yüzüne kondurduğu gülümsemesiyle başlar haberleri okumaya. Ama haber okuma sürecinde mimiklerinin, bakışlarının, ses tonunun haberin sevinç ya da üzüntü içermesine bağlı olarak sürekli değiştiğini gözlemleriz.

Sözlü İletişim

Sözlü iletişim seslerin sözcüklere dönüşmesiyle gerçekleşen iletişimdir. Çoğu zaman sözlü iletişim ve sözle iletişim kavramları ayrı ayrı kullanılır. Ama özde her ikisi de aynı anlama gelmektedir. Sözün kullanımıyla gerçekleşen, söz aracılı iletişim anlamına gelir. İletişim yazınında en yaygın kullanılan kavram sözlü iletişim olduğu için burada da onu tercih ediyoruz.

Sözlü iletişimin, gelişigüzel insan seslerinin sesli imlere, yani harflere dönüşmesiyle başladığı tahmin edilmektedir. Sesler hecelere, heceler sözcüklere derken tümceler oluşmuş ve bugün bildiğimiz anlamıyla sözlü iletişim sistemi geliştirilmiştir. İnsanlar yazıya ve yazılı anlatıma geçmeden önce sözle iletişim kurmuşlardır. Gelişigüzel seslerin sesli imlere dönüşmesi herhalde yüzyıllar sürmüştür. Sesli imlerin hecelere, sözcüklere dönüşmesi, sözcüklerin nesnelere ad olması için de binyıllar geçmiş olmalı. Sözlü dil sisteminin geliştirilmesinin ardından da yazının icadına kadar insanlık binlerce yıl sözlü olarak iletişim kurarak varlığını sürdüregelmiştir.

İnsanların yarattığı kültür de binyıllar boyu söz içerisinde gelişmiş ve korunmuştur. Birikimler, geliştirilen yaşam pratikleri, araç gereçler, adetler, gelenekler, görenekler sözle aktarılarak sürdürülmüş kuşaktan kuşağa. Söze dayalı kültür, sözle varlık kazanan ve yaşatılan kültür, yani sözlü kültür gelişmiştir böylece. Ulaşım olanakları geliştikçe, yaşanan coğrafyalarda doğa ve iklim koşulları değiştikçe insanlar farklı coğrafyalara göç ettikçe, birbirleriyle tanıştıkça, kaynaştıkça hem kayıplar hem de kazançlar olmuş sözlü kültürlerinde. Değişerek, gelişerek, dönüşerek süregelmiş sözlü kültür bir yandan. Yazının icadı ve kullanıma girmesi de indirememiş tahtından sözü ve sözle oluşan, sözle aktarılan sözlü kültürü.

Sözlü iletişim de tıpkı sözsüz iletişim gibi yerel ve etnolojik niteliğe sahiptir. Binyıllar boyu aynı coğrafyada yaşamış, aynı kabileden, etnik kesimden, ırktan insanlar aynı dili konuşmuş, aynı sözlerle anlaşmışlardır. Doğanın koyduğu engeller, dünyanın farklı yerlerinde yaşayan insanların binyıllarca birbirlerinden habersiz kalmalarına neden olmuştur. Bu da dünyanın çok farklı yerlerinde çok farklı dillerin doğmasına, kültürlerin oluşmasına yol açmıştır. Dolayısıyla da

sözlü iletişim de tıpkı sözsüz iletişim gibi yerel ögeler ve dinamiklerin etkisinde biçimlenmiştir.

Sözlü iletişimi yazılı iletişimin karşıtı ya da önceli olarak görmek yanlış olur. Sözlü iletişim, yani söz aracılı iletişim insan iletişiminin önemli bir boyutunu oluşturmakla da kalmamakta insana özgü en temel iletişim türü olarak kabul edilmektedir.

Yazılı İletişim

Yazının icadı ve kullanıma girmesiyle birlikte insan iletişimine yeni bir boyut daha eklenmiş oldu. Yazı, sözlü iletişimin kayıtlara geçen biçimi olarak da görülebilir. Başka bir deyişle yazının geliştirilmesi, sözün kalıcılaşması olanağını doğurmuş. O halde yazı bir bakıma sözlü iletişimin daha da güçlenmesine, süreklilik kazanmasına, zamansal ve uzamsal olarak yaygınlaşmasına, evrenselleşmesine fırsat yaratmıştır.

Sözsüz ve sözlü iletişimin yerellik özelliklerinin karşısında yazılı iletişimin evrenselliği gözlenmektedir. Sözlü iletilerin yazıya dökülerek kayıt olanağı bulması ve tutulan kayıtların zamansal düzlemde kalıcılaşmasının, uzamsal düzlemde de yaygınlaşmasının sağlanmasıyla birlikte yazılı iletişim, insan iletişiminin evrensel düzeye taşınması olanağını yaratmıştır.

Yazının kullanıma girmesi, insanların toplumsal yaşamlarını sistemli yapılara dönüştürmelerini daha da kolaylaştırmıştır. Kayıtların tutulması, uzak mesafelerdeki insanlar, kurumlar, örgütler, topluluklar vb. arasında yazışmalar yoluyla eşgüdüm sağlanması, toplumsal bütünlüğün korunması ve sürdürülmesi vb. açılardan pek çok olanak doğmuştur. Başka bir deyişle yazılı iletişim sayesinde insanlık kendi tarihini oluşturabilmiştir.

Diğer yandan yazılı iletişim insanlar arasındaki hiyerarşik ilişkilerin, yöneten ve yönetilen, egemenlik ve bağımlılık ilişkisinin daha da güçlenmesine olanak vermiştir. Yazıyı kullanma ve kendi çıkarları için kullandırtma işinin, okuma yazma ediminin binyıllar boyu küçük azınlıkların tekelinde olması; kayıt olanaklarının ve tarih yazımının da yine azınlıkların yaşamlarıyla sınırlı kalması toplumdaki güçlü ve güçsüz kesimler arasındaki mesafenin daha da genişlemesine yol açmıştır. Okuryazar olup da yazılı iletişimin olanaklarından yararlanabilen insanlarla, okuryazar olmadığı için söz konusu iletişimsel olanaktan yararlanamayanların paylaşım ortamları da giderek daralmıştır. Yazılı iletişim alanının kullanımındaki eşitsizlikten doğan ayrışmalar, matbaa, kağıt vb. baskı tekniklerinin kullanıma girmesiyle birlikte büyük ölçüde aşılsa da tümüyle ortadan kalkmış değil. Bugün hala dünyada okuryazar olmayan insan sayısının oldukça fazla olduğu bilinmektedir. Dünyanın gelişmemiş toplumlarının belirleyici nitelikteki önemli özelliklerinden biri yoksulluksa, diğeri de eğitimsizlik, yani okuryazar olmamaktır. Bu durum, insanların çağdaş iletişim teknolojisini (bilgisayar vb) kullanımında da eşitsizliğe neden olmaktadır. İletişim ve bilişim tekniklerinden

aynı ölçüde yararlanamayan, yazılı iletişim olanaklarına aynı oranda sahip olamayan, bilgi kaynaklarına eşit erişim şansı yakalayamayan insanlar arasındaki mesafenin günümüz dünyasında toplumlar arasında uçurumların oluşmasına neden olduğu gözlenmektedir. Bu durum egemenlik ve bağımlılık ilişkilerinin pekişmesine, sömürgeci anlayışın sona ermek yerine daha da yerleşiklik kazanmasına ortam hazırlamıştır.

Görsel İletişim

Görsel iletişim ise doğrudan göze, görsel algıya seslenen bir iletişim biçimidir. İlkel Çağlar'daki mağara resimlerinden, ateş ve dumanla aracılanan iletişim biçimlerinden günümüzün sinema, televizyon ve internet teknolojisine kadar uzanan uzun soluklu ve çok yönlü bir serüveni vardır görsel iletişimin. Görsel sanatlar, mekansal düzenlemeler, renk kullanımına dayanan semboller, beden dili gibi iletişimin pek çok biçimi aynı zamanda görsel iletişim kapsamına da girmektedir.

Görsel iletişimin, yazılı iletişimin temelini oluşturduğu bilinmektedir. Mağara duvarlarına, taşlar, kayalar, ağaç gövdeleri, çamur, toprak vb. üzerine çizilen çizgiler, resmedilen figürler zaman içerisinde yazının gelişmesine temel oluşturmuştur. Bir yandan da görsel iletişim resim, karikatür, heykel gibi sanatlar içerisinde varlığını sürdürmüştür. Ayrıca insan bedenini, özellikle de kadın bedenini olduğundan daha göze hitap eder biçimde göstermek için geliştirilen kozmetik ürünler, takılar, giysiler de bir tür görsel iletişim aracı olarak nitelenebilir. Aynı şekilde mimari de görsel iletişimin bir türü olarak geliştirilmiştir.

Görsel iletişimin de zaman içerisinde insanlar arası güç ilişkilerinin biçimlenmesinde işlevsellik kazandığı görülmektedir. Asalet ve gücün görsel olarak sembolleştirilmesi bunu ortaya koymaktadır. Toplumdaki güçlü kesimler, iktidar sahipleri için inşa edilen görkemli binalar, kral ve kraliçelerin gösterişli giysileri, mekansal düzenlemelerin toplumsal statüyle ilişkili olarak yapılması bunu göstermektedir.

Görsellik yalnızca gücün sembolü değil, aynı zamanda onun hizmetinde de olan bir şeydir. Geçmişten bugüne en güzel dans gösterilerinin imparatorlar, krallar, cumhurbaşkanları, başbakanlar için yapılmış olması, opera, bale, tiyatro gibi görsel sahne sanatlarının yine toplumun saygın kesimlerinin beğenilerine sunulması, en güzel resim ve heykel yapıtlarının kentlerin en şık ve sıradan halkın giremediği sanat galerilerinde sergilenmesi, bu sanat yapıtlarında kralların, kraliçelerin, prenslerin, prenseslerin vb. kesimlerin figürlerinin sunulması, en şık ve güzel kadınların kralların, beylerin, bakanların yemek masalarını, kabul toplantılarını süslemeleri. Aynı şekilde kadınların toplumda güç ve saygınlık kazanmak, değer görmek için görsel donanıma sığınmaları; estetik cerrahların, güzellik merkezlerinin, spor salonlarının, kozmetik sektörünün, kadınların iyi görünmek hevesini sömürerek var olmaları. Bütün bunlar görsel iletişimin geçmişten günümüze ne denli önemli olduğunu, insanın vazgeçilmezi haline geldiğini ortaya koymaktadır. Daha-

sı iletişim, eğlence ve moda sektörünün bunca geliştiği ve toplumsal yaşama yön verme düzeyinde önem kazandığı günümüz toplumunda medya aracılı olarak da bir gösteri kültürü yaratılmaktadır. Yaşama ilişkin ne varsa medyanın gösteri dünyasının tüketim malzemesi olmaktadır (Kellner, 2010).

Araç Kullanımı Açısından İletişim Türleri

Yüz Yüze İletişim: İletişimin en temel türüdür yüz yüze iletişim. Buna doğrudan ya da aracısız iletişim de denilebilir. Ama iletişim yazınında daha yerleşik olmasından dolayı burada da yüz yüze iletişim terimi tercih edilmekte. Yüz yüze iletişim, insan iletişiminin en eski türü olarak da kabul edilebilir. İnsanlar sesi, söze henüz dönüştürememişken, yazı icat edilmemişken, jest, mimik gibi bedensel hareketlere henüz simgesel anlamlar yüklenmemişken bile aynı ortamda bir arada bulunan insanlar arasında bakışarak, bağırarak, çığlık atarak, gülerek, ağlayarak, koşarak, dokunarak vs. yollarla yüz yüze iletişim bir biçimde sağlanıyor olmalıydı. O halde yüz yüze iletişim, insanların aynı mekanda, aynı zaman diliminde, araya herhangi bir araç girmeksizin karşılıklı konuşmaları, bakışmaları, dokunmaları, jest ve mimiklerle birbirlerine anlam yüklü iletiler göndererek kurdukları iletişimdir. Yüz yüze iletişim sözlü de olabilir, sözsüz de. İnsanlar bir araya gelip konuşarak da yüz yüze iletişim kurarlar, hiçbir şey konuşmadan öylesine birbirlerine bakarak da. Hatta aynı ortamda, bir arada bulunmak, oturmak, ayakta durmak, aynı masada sessizce birlikte yemek yemek de yüz yüze iletişimdir.

Yüz yüze iletişim aynı anda birkaç kişi, bir grup, bir kitle arasında da olabilir. Bir miting alanında kürsüde konuşma yapan kişiyle onu dinleyen kitle arasında da bir yüz yüze iletişim vardır. Aynı şekilde bir stadyumda futbol maçı oynayan oyuncularla onları tribünlerden izleyenler arasında kurulan iletişim de yüz yüze olarak kabul edilmelidir. Kentin sokaklarındaki karşılaşmalar, karşılıklı gülümsemeler, karşıdan karşıya geçerken çarpışmalar, öfkeyle bakışmalar, trende karşılıklı oturaklarda oturup da göz göze gelmemek için göz kaçırmalar vb. her biri birer yüz yüze iletişim örneği olarak kabul edilebilir.

Aracılı İletişim: Araya bir aracının girmesiyle gerçekleşen iletişime aracılı ya da dolaylı iletişim denir. Ateş, duman, topraktan birtakım tümsekler yapılması, kayaların belli biçimlerde yerleştirilmesi, duvarlar, çalı çırpının kullanımıyla verilen iletiler vb. hepsi aracılı iletişime olanak vermiştir. Mağara resimleri, çizgiler, figürler, çamurdan şekiller vb. görsel iletişim kapsamındaki pek çok şey aracılı iletişim için de geçerlidir. Ama aracılı iletişimin belki de en temel aracı yazıdır. İnsanlar yazının bulunmasıyla ve kullanıma girmesiyle birlikte aynı zamansal ve uzamsal kesitte bulunmaksızın da iletişim kurma olanağını elde etmişlerdir. Telefon, telgraf, radyo, televizyon gibi iletişim araçlarının insan yaşamına girmesi ise aracılı iletişim ediminin çok daha gelişkin biçimde gerçekleşmesini olanaklı duruma getirmiştir.

Son yıllarda iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, multimedya tekniklerin kullanıma girmesi, iletişim çağının son harikası 3G telefonların geliştirilmesiyle birlikte iletişim bilimcilerin dünyasında kafaların yeniden karıştığı gözlenmektedir. Telefonla konuşuyorsunuz, ama aynı zamanda da birbirinizi görüyorsunuz. İnternettesiniz, kameralar devrede, ses, görüntü ve yazı bir arada. İletişimcilerin büyük bir heyecanla yüz yüze ve aracılı iletişimin birlikteliğinden söz etmeye başladıkları görülmekte. Görüntü ve ses aynı anda var, var olmasına da, arada da bir araç var. Görüntüyü yansıtan bir ekran, sesi ileten bir hoparlör. İletişim halindeki taraflar görüntülerini ve seslerini önlerindeki multimedya donanımlı aygıtlara kodlayarak karşı tarafa göndermekte, karşı taraf bir yandan gelen ses ve görüntüyü kodaçımlayarak alırken, diğer yandan da kendi ses ve görüntüsünü kodlayarak iletme işini gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla da iletişim aracılı olarak gerçekleşmektedir.

Aracılı iletişim, teknolojiyle yakından ilişkilidir, ancak onunla sınırlı olmadığını da belirtmek gerekir. İnsan da aracılı iletişimin aracısı olarak işlevsellik gösterebilir. Persler döneminde İmparatorluğun iletişim sisteminin önemli bir parçasını oluşturan ileti ezbercileri bir tür aracılı iletişim gerçekleştirmekteydiler (Alemdar,1981). Savaş dönemlerinde çoğu zaman karşı tarafın eline geçmesin diye ulakların iletileri ezberleyerek yerlerine ulaştırdıkları bilinmektedir. Tarihin derinliklerinden çıkarak kendi gündelik ilişkilerimiz içerisinde gelişen iletişim pratiklerine bakalım. En basitinden birileri aracılığıyla başka birilerine gönderdiğimiz selam veya iyi dilek iletileri de bir tür aracılı iletişim değil midir? Çoğu zaman insan ilişkilerinin bozulmasına, küskünlüklere, kırgınlıklara neden olan dedikodu ya da söylenti yoluyla gerçekleşen iletişim de bir bakıma aracılı iletişim olarak kabul edilebilir.

İletişimin Biçimleri

İletişim, içerisinde gerçekleştiği ortamdaki ilişki biçimine göre resmi ve resmi olmayan iletişim olmak üzere ikiye ayrılır. Bu ayrımda da sınırlar her zaman çok net olmayabilir. Ama hangi ortamlarda ağırlığın hangi iletişim türüne verileceğinde genel olarak bir netlik olduğunu da söylemek gerekir.

Resmi İletişim: Birey roller ve kurallarla çevrili bir toplumsal ortamda yaşar. Toplumsallaşma süreci boyunca da ona, nerede nasıl davranacağı, kimlerle nasıl ve hangi düzeyde iletişim kuracağı, evde, sokakta, okulda vs. nasıl hareket edeceği vb. toplumsal yaşama ilişkin pek çok kural, değer ve davranış biçimi öğretilir. Bu yanıyla bireyin, içerisine doğduğu toplum bir kurallar ve değerler bütününden oluşur. Bu yönüyle de her bir toplum aynı zamanda kurumsal bir bütündür. Birey de içerisine doğduğu toplumsal ortamda toplumsallaşırken, aslında kurumsal bir yapıya uyumlu bir kişilik oluşturmaya hazırlanır.

Her toplumsal bütün iletişim edimini de kendi kuralları ve değer yapısı içerisinde biçimlendirir. Büyüklere saygı, küçüklere sevgi, büyüklerin yanında konuşmalara dikkat edilmesi, aile içerisinde kurulan iletişimle, aile dışında kurulan iletişim biçiminin birbirinden farklı olması, okulda, evde, sokakta, iş yerinde, arkadaş çevresinde, dini ortamlarda, eğlence ortamlarında vs. her ortamda gerçekleştirilecek iletişimsel edimin belli kurallara bağlı olması vb. iletişimin resmi boyutu olarak nitelendirilebilir. Bireylerin toplumda üstlendikleri roller, bulundukları ortamlar, değerleri, inançları, eğitim düzeyleri, yaşadıkları toplumsal ortam, ait oldukları toplumsal sınıf onların iletişim biçimlerinin gelişmesine etki eden dinamiklerdir.

Resmi iletişim ortama göre farklı ölçülerde gerçekleşir. Bir iş görüşmesinde bireyin takınacağı iletişimsel tavırla, o işe kabul edildikten ve kurumda çalışmaya başladıktan sonra aynı iş ortamında geliştireceği ilişki biçimi arasında önemli farklılıklar olabilir. Görüşme sırasındaki resmiyet, birlikte çalışma, tanışıklık ilişkisi ilerledikçe daha gayri resmi sürece doğru kayar.

Bireylerin, resmi iletişim ortamlarındaki iletişimsel edimleriyle resmi olmayan iletişim ortamlarındaki iletişimsel edimleri birbirlerinden büyük ölçüde farklıdır. Resmi iletişim ortamları belli kurallarla biçimlendirilir. Bir iş yemeğinde masanın düzeni, oturma düzeni, konuşma biçimi, ses tonu, konuşma sırası, giyim biçimi vs. her şey belli kurallara bağlı olarak organize edilir. Oysa aile içerisinde ya da arkadaş çevresinde gerçekleştirilen yemek ritüelinde ayrıntıların fazla da önemi yoktur.

Bireyin toplum içerisindeki yeri, toplumsal statüler, saygınlık, iş başarısı, toplumsal ilişkiler gibi yaşamın toplumla ilişkili boyutunun başarılı ve bireyi tatmin edici biçimde sürdürülmesinde resmi düzeyde kurulan iletişimsel edimin rolü önemlidir. İnsanlar toplumsal yaşamlarında, dolayısıyla da yaşamlarının kamusal boyutunda mutlu olabilmek için resmi iletişimi, içerisinde yaşadıkları toplumsal ortamın özelliklerine göre örgütlemek durumundadırlar.

Resmi olmayan iletişim: Birey, toplum içerisinde farklı toplumsal alanlarla ilişkili bir yaşam sürdürür. Toplumsallaşma süreci boyunca öğrendiği kurallar, değerler, davranış biçimleri sayesinde içerisinde yer aldığı toplumsal yaşamın her kesitine uygun iletişimsel edimler gerçekleştirme becerisini gösterebilir. Birey, özellikle kamusal yaşamla ilişkili ortamlarda resmi iletişime özgü kurallarla iletişim kurmaya özen gösterirken, özel yaşam alanında kendisini daha özgür, daha serbest hissedebilir. Aile ortamı, arkadaş çevresi gibi ortamlar bireyin özel alanlarıdır ve buralarda tam serbesti olmasa bile resmi ortamlara göre daha rahat ve kendiliğindenliğe izin veren bir ilişki ve iletişim ortamı mümkün olabilmektedir.

Ancak gayri resmi ortamlarda iletişimin işleyiş biçimi, toplumdan topluma farklılık gösterir. Örneğin, katı patriarkal hiyerarşik ilişki ortamlarında bireyin gayri resmi ortamdaki iletişim biçimi cinsiyete göre değişebilmektedir. Kız çocukların ve kadınların aile içerisinde bile söz hakkı olmadığı, insandan bile sayılma-

dıkları toplumlarda gayri resmi ortamın ya da bireyin özel alanının onun için rahat bir iletişimsel ortam sağlaması beklenemez.

Kendi özel alanlarında, aile ortamında, arkadaş çevresinde sağlıklı ilişki ve iletişim ortamı bulamayan genç bireylerin rahatlamak, kendilerini özgür ve önemli hissetmek için çoğu zaman birtakım marjinal alanlara yöneldikleri, sapkın gruplara dahil oldukları görülür. Çete gruplarına, suç örgütlerine katılımların arkasında genelde bu tür nedenlerin olduğu bilinmektedir (Elkin,1995).

Bireyin resmi iletişimsel edimlerinde başarılı olmasında gayri resmi iletişimsel ortamların tatmin ediciliğinin payı büyüktür. Kendi özel alanında mutlu ve huzurlu olan birey bu denge durumunu kamusal yaşamdaki ilişkilerine ve iletişimsel edimlerine de yansıtır.

Resmi ve gayri resmi iletişim ortamları çoğu zaman iç içedir, kesin sınırlarla birbirlerinden ayrılmaları çok da kolay değildir. Örneğin, okul ortamı hem resmi ama, bir bakıma da gayri resmi iletişimsel ilişkilerin kurulduğu bir ortamdır. Aynı şekilde aile özde gayri resmi bir iletişim ortamı olmakla birlikte çoğu zaman resmi iletişimsel ilişkilerin kurulmasına gerek duyulabilir. Eve gelen bir konuk, aileye yeni katılan bir üye gibi durumlarda aile bireyleri resmi olmayan iletişimden resmi iletişime doğru yönelme eğilimi gösterebilirler. Aynı şekilde iş yerinde de bireyler bir yandan resmi iletişim biçimine göre hareket ederken, diğer yandan aynı bürodaki çalışma arkadaşlarıyla resmi olmayan iletişim içerisinde de olabilmektedirler.

İletişimin Düzeyleri

Toplum yaşamında ilişkiler temelde hiyerarşik ve eşit düzeyli olmak üzere iki biçimde işler. Bu düzeyler bazı toplumsal ortamlarda çok belirgin işlerken, bazı ortamlarda da görünüşte pek de göze çarpmaz. Örneğin, amir ve memur ilişkisindeki hiyerarşi açık bir işleyişe sahiptir, ama karı koca arasınaki ilişkide hiyerarşik boyut her zaman belirgin olmayabilir. Her iki ilişki biçimine bakıldığında hiyerarşik ilişki biçiminin toplumda daha yaygın olduğu görülür. Eşit düzeyli ilişki biçiminin aslında pek de şansı yoktur. Çünkü hangi ortamda olursa olsun insanlar, başkalarına güç uygulamak ya da birilerinin güç alanına girerek boyun eğme eğilimine sahiptirler. Bu nedenle de en eşit düzeyli ilişki gerektiren ortamlarda bile belli belirsiz bir hiyerarşi mutlaka belirir. İnsanlar arasında ki iletişimsel edim de bu ilişki biçimlerine göre gelişir.

Hiyerarşik İletişim: Biraz önce de belirtildiği gibi toplumlar hiyerarşik ilişki biçimlerinin egemen olduğu yapılardır. Aslında toplumun bir bütün olarak kurum ve kuruluşlarıyla örgütlenmesi hiyerarşik ilişki temeline dayalı olarak gerçekleşir. Çünkü toplumsal yapılar aslında belli güç ilişkileri içerisinde biçimlenir. Bu da hiyerarşik ilişki biçimini gerekli kılar. Buna bağlı olarak toplum yaşamında iletişim de çoğunlukla hiyerarşik düzeyde işler.

İletişimin hiyerarşik düzeyde işleyişi toplumun resmi nitelikteki örgütlü ortamlarında çok daha belirginken örgütlü olmayan ortamlarda duruma göre daha açık ya da daha muğlak olabilmektedir. Resmi kurumlardaki üst ast ilişkileri bu anlamda çok beilrgin bir hiyerarşik ilişki biçimine göre işleyiş gösterir. Yine resmi boyutu olan ailede ilişkiler aile yapısına, ailenin içerisinde yer aldığı toplumsal yapıya göre katı hiyerarşik ya da daha yumuşak bir hiyerarşik ilişki içerisinde biçimlenebilir. Evliliklerde kocanın yasalarla aile reisi olarak tanımlandığı durumlarda hiyerarşinin tepesinde koca yer alır. Ancak hukuksal düzenlemeler işleyişte ailenin geleneksel ya da modern yapıya sahip olmasına göre değişir. Geleneksel yapılarda patriarkal hiyerarrşik ilişki açıkça işlerken, modern aile yapılarında daha esnek bir hiyerarşi söz konusudur.

Hiyerarşik işleyişe örnek olabilecek bir kurum da ordudur. Üst ast ilişkileri oldukça açık olup iletişim katı bir emir kumanda ilişkisi içerisinde gerçekleşir.

Özellikle son yıllarda resmi kurum ve örgütlerde iletişimin ve işleyişinin daha esnek bir biçim alması ve örgüt veya kurum üye ve çalışanlarının kendilerini olabildiğince emir kumanda ilişkisi içerisinde hissetmemeleri için motivasyon, kurum kimliği, kurum ve örgüt iletişimi, ekip ruhu vb. konularda çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalarda amaç örgüt veya kurumda egemen olan hiyerarşik iletişim biçimini ortadan kaldırmak değil, tam tersine bireylerin bu ilişki ve iletişim ortamlarına uyumlarını daha da kolaylaştırmak ve güçlendirmektir.

Diğer yandan çete gruplarında, yasa dışı örgütlerde vb. yapılarda da iletişim katı hiyerarşik ilişki biçiminde işler. Aksi takdirde bu tür grup ve örgütler varlıklarını sürdürmekte zorlanabilirler.

Geleneksel toplum yapılarından modern yapılara doğru gidildikçe iletişimin hiyerarşik işleyişinde de belli ölçüde esnekleşme gözlenmektedir. Ancak bu, hiçbir zaman hiyerarşik iletişimin ortadan kalkması anlamına gelmez. Geleneksel veya modern, tüm toplumsal yapılar özünde hiyerarşik ilişki içerisinde örgütlenir. Dolayısıyla da her toplum yapısının her kurum ve örgütünde, her biriminde, her organında hiyerarşik iletişim örtük ya da açık mutlaka vardır.

Eş düzey iletişim: Toplum yaşamında çok çeşitli ortamlarda ilişkiler eş düzeyli kurulabilmektedir. Arkadaş gruplarındaki, kardeşler arasındaki, aynı kurumda aynı konumdaki iş arkadaşlıkları arasında, aynı okulda, sınıfta, öğrenciler arasında kurulan iletişim genelde eşit düzeylidir. Ancak en eşit düzeyli ilişki ve iletişim ortamında bile taraflar arasında mutlaka açık ya da örtük bir güç mücadelesi olması olağandır. İnsan doğası gereği bulunduğu ortamda kendi güç alanını başkaları aleyhine genişletmeye eğilimlidir. Sözgelimi aynı kurumda, aynı konumda görev yapan kişilerin her biri yöneticilere daha yakın olmaya çaba göstererek bunu da bir biçimde başardıklarında eş düzeyli diğer kişiler üzerinde örtük de olsa iktidar kurmaya yönelebilirler. Bu gibi yönelimler iletişimin eşit düzeyli işleyişinin hiyerarşik işleyişe doğru kaymasına neden olabilir.

Diğer yandan en eşit düzeyli ilişki biçimi gerektiren arkadaş gruplarında da hiçbir zaman eşit düzeyli ilişki tam olarak sağlanamaz. Ama görünüşte de olsa ileitşim tarafların eşit düzeyli katılımıyla işler.

Modern aile yapılarında iletişimin eşit düzeyli işleyişi göreceli de olsa söz konusu olabilmektedir. Eşler arasında belli bir hiyerarşi de olsa, modern birey olma özelliklerine bağlı olarak eşit düzeye yakın bir iletişimsel ilişki kurulabilir. Kardeşler arasında da modern toplum yapısının gereği olarak eşit düzeyli iletişimsel ilişki kurulması beklenir. Ancak aile yapısı geleneksele kaydıkça iletişimsel ilişki erkek ve kız kardeşler, büyük kardeş ve küçük kardeş biçiminde hiyerarşik işleyişe doğru kayma eğilimi gösterebilir.

Eşit düzeyli ilişki ortamlarında kurulan iletişimde taraflar arasında karar süreçlerine ortak katılım, emir tümcelerinin kurulmaması, edimlere ortak katılım, kurulan iletişimde karşılıklılık ilkesine uyulması, gönüllü katılımın önemsenmesi, karşılıklı değer verme, karşılıklı kabul etme gibi birtakım temel ölçütler dikkate alınır.

İletişimin Boyutları

Rosengren (2000) iletişimin boyutlarını bireysel ve toplumsal olmak üzere iki temel kategoride inceler. Bu sınıflandırmaya göre iletişim en mikro düzeyden en makro düzeye doğru sıralandığında içe dönük iletişim ya da kişinin kendi kendisiyle iletişimi (intrapersonel communication), kişilerarası (interpersonal) iletişim, grup iletişimi, örgüt iletişimi gibi kategoriler iletişimin bireysel düzeydeki boyutlarını kapsarken, kitle iletişimi, uluslararası iletişim, kültürlerarası iletişim gibi boyutlar toplumsal nitelikteki iletişimin kapsamına girer.

İçe dönük iletişim: Kişinin kendi kendisine düşünmesi, birtakım durumları kendi kafasında tartışması, kararlar vermesi, kendi içinde çatışmalar yaşaması vs. bütün bunlar kişinin kendi kendisiyle iletişimi olarak kabul edilebilir. Aslında iletişimin bütün boyutlarının temelinde kişinin kendi kendisiyle iletişimi mutlaka vardır. Çünkü kişi bir iletişim edimine girişmeden önce kafasında onunla ilgili bir tasarım yapar. Biriyle görüşmeye karar vermek, ne söyleyeceğini düşünmek, kiminle hangi biçimde iletişim kuracağını organize etmek vs. Kişinin kendi kendisiyle iletişiminin sorunlu ya da sorunsuz olması, çevresiyle, başka kişilerle iletişimine de yansır. Kişi eğer kendi içerisinde birtakım uyumsuzluklar, çatışmalar yaşıyorsa, bunu çevresindeki kişilerle iletişimine de bir biçimde yansıtır. Saldırgan, depresif, aşırı enerjik, aşırı sempatik, fazlasıyla mesafeli, güvensizlik, aşırı güven, antipati, aşırı sevgi veya aşırı saygı isteği, benmerkezcilik, bencillik vb. iletişimsel durumların çoğunun temelinde kişinin içe dönük iletişimde yaşadığı sorunların olduğu söylenebilir.

Kişilerarası iletişim: İletişimin en temel boyutlarından biri kişilerarası (interpersonel) iletişimdir. İki veya daha çok kişinin bir araya gelerek ya da birtakım araç-

lar yoluyla gerçekleştirdikleri iletişime kişilerarası iletişim denilir. Kişilerarası iletişim yüz yüze, telefonla, telgrafla, mektupla, internet aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Aynı şekilde kişilerarası iletişim hiyerarşik veya eşit düzeyde, resmi veya gayri resmi biçimde gerçekleşebilir. Bireyler grup, örgüt gibi sistemik yapılar içerisinde bir araya gelmedikleri ve kitlesel düzeyde bir niceliğe ulaşmadıkları sürece aralarında gerçekleştirdikleri iletişimsel ilişki kişilerarası iletişim düzeyinde kalır.

Grup İletişimi: İletişimin düzeylerinden biri de grup iletişimidir. Grup iletişiminde de tıpkı kişilerarası iletişimde olduğu gibi nicelik değil bireyler arasındaki ilişkinin sistemik özelliği belirleyicidir. Sayıları ne olursa olsun, grup yapısı içerisinde bir araya gelmiş olan bireyler arasındaki iletişimsel ilişkiye grup iletişimi adı verilir. Grup yapısı ise kendi içerisinde sistemik bir özellik gösterir. Grup içerisinde bir araya gelmiş olan bireyler grup kimliği ile birbirlerine bağlı olup tavır, tutum ve davranışlarını grubun temel dinamiği doğrultusunda biçimlendirirler. Grup iletişimi aile düzeyinde, küçük gruplar, arkadaş grupları düzeyinde gerçekleşebilir. Grup iletişimi de tıpkı kişilerarası iletişim gibi aracısız veya aracılı, hiyerarşik veya eşit düzeyli, resmi veya gayri resmi biçimde gerçekleşebilir. Bir araya gelerek bir konuyu görüşmek, tartışmak, birlikte zaman geçirmek aracısız grup iletişimi olarak nitelendirilirken, e-posta grupları, internet ortamında gruplaşarak yapılan sohbetler aracılı grup iletişimine girer. Aile ve arkadaş grupları arası iletişim grup iletişimi olarak kabul edilebilir. Ama aile aynı zamanda örgütlü bir yapı olduğu için örgüt iletişimi kapsamında da ele alınabilir.

Örgüt İletişimi: Örgüt iletişimi planlı ve örgütlü bir iletişimdir. Genellikle de resmi bir yanı vardır. Belli bir insan grubunun bir amaç doğrultusunda, birtakım işleri gerçekleştirmek için bir araya gelmesiyle oluşan ve örgüt düzeyinde gerçekleşen iletişime örgüt iletişimi denir. Örgüt iletişimi, daha önce söz ettiğimiz iletişim boyutlarına göre kurallarla belirlenmiş, planlı, programlı bir iletişim düzeneği içerisinde gerçekleştirilir. Her örgütlü yapı kendine özgü bir örgüt iletişimi biçimi geliştirir. iletişim bazı örgütlerde daha katı hiyerarşik ilişkiler içerisinde biçimlenirken, bazı örgütlü yapılarda da daha esnek bir işleyiş gösterebilir. Aynı şekilde resmi niteliği olan örgütlerde iletişimin kalıpları, kuralları yasalarla belirlenirken, gayri resmi örgüt yapılarında, örgüt üyelerinin oydaşımsal kararlarıyla örgütün iletişim düzey ve biçimi belirlenir. Örneğin, Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun örgüt içi iletişimi ile bir özel televizyon kuruluşunun örgüt içi iletişimi arasında farklılıklar olabilir. Biri doğrudan devlete bağlıyken, diğeri özel kişilerin patronajında işleyiş gösteren bir işletmedir. Biri denetim amaçlı bir kurumdur, diğeri ise kazanç amaçlı işleyen bir kuruluş.

Kitle İletişimi: İletişimin bir diğer düzeyi ise kitle iletişimidir. Kitle iletişimi denildiğinde genellikle kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilen iletişim akla gelir. Büyük ölçüde öyle olsa bile, bunun dışında gerçekleşen kitlesel iletişim edimleri

de vardır. Miting meydanında gerçekleştirilen iletişimsel etkinlik kitle iletişimidir. Burada konuşmacı mikrofon kullandığı için bir yandan aracılı iletişim gerçekleşmekte, diğer yandan da konuşmacı dinleyicilerle aynı mekanda yüz yüze olduğu için aracısız veya yüz yüze iletişim söz konusu olmaktadır. Daha eskilere gidelim. Eski Yunan ve Roma'da agorada gerçekleştirilen iletişim de kitle iletişimiydi. O halde kitle iletişiminin ille de modern dönemde başladığı ve teknolojik gelişmelerle olanaklı hale geldiğini söylemek yanlış olur. Kitle iletişiminin ille de kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmesi zorunluluğu da yoktur. Ancak günümüzün kitle iletişim teknolojileriyle kuşatılmış dünyasında kitle iletişim olgusunu da ağırlıklı olarak kitle iletişim araçlarıyla birlikte düşünmek bir gereklilik haline gelmiş bulunuyor. Kaldı ki kitabın başında da belirtildiği gibi iletişim biliminin gelişiminin temelinde de kitle iletişim araçlarının olduğu inkar edilemez.

Uluslararası İletişim: Uluslararası iletişim ise çok daha geniş kapsamda, ulusal sınırların üstünde işleyen iletişimsel bir boyuttur. Kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış günümüz dünyasında uluslararası iletişim etki alanını hızla genişletmektedir. Uluslararası diplomatik ilişkiler, anlaşmalar, sözleşmeler, politik ve ekonomik etkileşim, savaşlar, barışlar vb. bu iletişim boyutu kapsamında işleyiş gösterir.

Uluslararası iletişim tarihin her döneminde bir biçimde var olmuştur. Ulus devlet yapıları öncesinde de krallıklar, imparatorluklar, eyaletler, beylikler vb. arasında aynı şekilde bir iletişim olduğunu söylemek olanaklıdır. Teknolojik gelişmeler, siyasal ve ekonomik yapıdaki değişiklikler uluslararası iletişimi biçimsel açıdan etkilemiştir. Ama şurası da bir gerçektir ki hiçbir dönemde uluslararası iletişim kitle iletişim araçları ve ulaşım olanaklarının bunca gelişkin olduğu günümüzdeki kadar yoğun ve hızlı bir işleyiş gösterememiştir.

Kültürlerarası iletişim: Sanayi öncesi geleneksel toplumlar açısından kültürlerarası iletişimden söz etmek pek de olanaklı değildir. Ulaşım ve iletişim araçlarının günümüzdeki kadar gelişkin olmadığı, insanların daha çok yaşadıkları yere bağımlı kalmak zorunda oldukları o dönemlerde farklı kültürlerin karşılaşması, kaynaşması olanaksızdı. Ancak geleneksel toplumsal yapıların çözülmesiyle birlikte bu durum değişmeye başladı. Bu çözülme sürecindeki etkenlerden biri matbaadır. Kültürün yazılı kaydı ve dağıtımıyla birlikte dünyanın farklı yerlerinde ve de farklı zaman dilimlerinde yaşayan insanların birbirlerinden, dolayısıyla da birbirlerinin kültürlerinden haberdar olmaları sağlanmış olmaktaydı. Aynı şekilde pusula, demir yolu, uçak vb. ulaşım araç ve olanaklarının gelişmesiyle birlikte insanların dünyanın farklı yerlerine, farklı kültürlerine ulaşmaları olanağı doğmuş, bu da farklı kültürlerin birbirlerinden haberdar olmaları ve etkileşime girmeleri sürecini getirmiştir. O halde kültürlerarası iletişimin dinamiklerini kentleşme, modernleşme ve sanayileşme olarak belirlemek olanaklıdır.

Kültürlerarası iletişim iki boyutta işler. Biri uzamsal, diğeri ise zamansaldır. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve kayıt olanakları sayesinde farklı kuşaklar

arasında kültürel aktarım gerçekleşmiştir. Bu, kültürlerarası iletişimin zamansal boyutta işleyişidir. Bu gelişmelere ulaşım olanaklarındaki gelişmelerin de eklenmesiyle birlikte kültürlerarası iletişimin uzamsal boyutta işlerliği sağlanmıştır.

İletişimin Boyutlarında Giriftlik

İletişimin yukarıda ele alınan boyutları arasında keskin sınırların olduğu söylenemez. İletişimin tüm boyutları geçişken bir işleyiş gösterirler. Özellikle de mikro ve makro boyutlar kendi içlerinde oldukça girift bir biçimde işler. Örneğin, kişilerarası iletişimi, kişinin kendi kendisiyle iletişiminden bağımsız düşünmek olanaklı değildir. Aynı şekilde grup içerisindeki bireylerin, grup üyeleriyle iletişim kurarken, bunu öncelikle kendi kafalarında tasarlamalarından daha doğal bir şey olamaz. Öte yandan toplumsal nitelikteki iletişimsel boyutlarda da aynı durum söz konusudur. Örneğin, uluslararası iletişim ve kültürlerarası iletişimi birbirinden ayırmak o kadar da kolay değildir. Küreselleşen dünyada her iki boyut bir arada işleyiş gösterir. İletişimin kitlesel boyutunun ise iletişimin diğer tüm boyutlarıyla ilişkili olması olasıdır.

İletişimin İşleyişi

İletişim sözcüğüne karşılık gelen anlamlar üzerinde belli ölçüde bir görüş birliği sağlanmış olmakla birlikte, iletişimin kavramsallaştırılması, tanımı ve işleyişi üzerinde hala tam bir uzlaşmanın sağlanmadığı bilinmektedir. Kavramsal düzeydeki bu karmaşa iletişim alanında geliştirilen model, kuram ve yaklaşımlarda da gözlenmektedir.

Kimilerine göre iletişim çizgisel ya da doğrusal işleyen, başı sonu belli bir süreçtir. İletişim alanının öncü çalışmaları olarak bilinen ve davranışçı okulun etkisinde geliştirilen yaklaşımların temelinde bu görüş vardır. İletiler göndericiden alıcıya, birtakım kanallar aracılığıyla aktarılır, Göndericiden alıcıya aktarılan ileti mutlaka yerini bulur, beklenen etkiyi yapar ve böylece iletişim süreci aksamadan tamamlanır. Bu görüşte iletişim süreci her bir ileti ve niyet için yeniden başlar, işler ve tamamlanır. İletişimi çizgisel bir süreç olarak gören bu yaklaşım zamanla biraz daha geliştirilerek karşılıklı etkileşimi tanımlayan bir formülleştirmeyle zenginleştirilir. Buna göre gönderici iletisini gönderir, alıcı ise aldığı iletiye ilişkin tepkisini göndericiye ilettikten sonra iletişim süreci tamamlanır. Sürece böylece geri besleme ögesi de eklenmiş olur.

Kimilerine göre ise iletişim yine bir süreçtir, ama çizgisel değil dairesel bir işleyişe sahiptir. Gönderici iletiyi gönderir, alıcı alır, karşılığında göndericiye bir ileti gönderir, gönderici geri besleme olarak aldığı ileti üzerine yeni bir ileti gönderir derken iletişim kesintisiz biçimde işlemeye devam eder. Burada iletişimin bir noktada sonlanması diye bir şey yoktur. Devreye giren her yeni durum ileti-

şim açısından yeni bir başlangıç oluşturmak yerine sürmekte olan işleyişe eklenir (Yumlu,1984:12).

İletişimi, her zaman sorunsuz işleyen, iletişim edimine katılanlar arasında tam uyumun söz konusu olduğu bir etkileşim ve ilişki olarak görmek çok naif bir bakış olur. Oldukça uyumlu bir ilişki sürdüren kişiler arasında bile her an anlaşmazlık çıkabilir, uyumun yerini çatışma ve gerginlik alabilir. Sosyal psikologlar ve psikologlar bu noktayı dikkate alarak iletişimi denge kuramları açısından ele alırlar.

Bazı görüşler ise iletişimin kimler tarafından, hangi amaç ve araçlarla gerçekleştiği soruları peşinde koşmaktan çok iletişimin ne ürettiği ile ilgilenirler. Daha çok dil bilimcilerin ve göstergebilimcilerin etkisiyle geliştirilen yaklaşımda gönderici ve alıcı arasındaki etkileşim ürün üzerinden analiz edilir.

İletişimin çok disiplinli ve disiplinlerarası bir alan olarak gelişmesinin de bu karmaşanın önemli nedenlerinden biri olduğu yadsınamaz. İletişim alanında çok sayıda model geliştirilmiş olması da bu karmaşıklık ve uzlaşmazlıklardan kaynaklanmaktadır. Her bilim dalı kendi durduğu yerden iletişimi açıklamaya çalışmakta. Bu da alanda pek çok model, kuram ve yaklaşımın ortaya çıkmasına yol açmıştır. Burada söz konusu model, kuram ve yaklaşımları, içerisinde geliştikleri bilimsel alanın ve dönemsel koşulların özelliklerini de dikkate alarak açıklamaya çalışacağız. Ancak buna geçmeden önce iletişimin işleyişinde etkin olan temel ögeler üzerinde durmakta yarar var.

İletişimin Oluşturucu Ögeleri

İletişimin temelde üç oluşturucu ögesinden söz edilebilir. Bunlar, **gönderici, ileti** ve **alıcı**. İletişimin mümkün olabilmesi için öncelikle bir biçimde birileriyle iletişim kurmaya niyetli birinin ya da birilerinin olması gerekir. Gönderici olarak adlandırılan bu kişi ya da kişilerin hedefinde bir kişi ya da birden fazla kişi bulunmalıdır. Göndericinin bu kişi veya kişilere ilişkin bazı niyetleri olmalıdır. Onlarla yakınlaşmak, onları bir eyleme ya da kanaate doğru yönlendirmek, bir durumdan ya da düşünüşten vazgeçirmek, bir ürünü ya da hizmeti satın almaya ikna etmek, satın almaktan vazgeçirmek vs. Dolayısıyla ***gönderici*** ve ***alıcı*** iletişimin olmazsa olmaz ögeleridir.

Gönderici ve alıcı arasında iletişimin sağlanması için anlam yüklü bir iletiye gereksinim vardır. Gönderici kafasındaki düşünceyi bir biçimde iletmelidir. Kendisini sözle, yazıyla, görüntüyle, jestle, mimikle vs. bir biçimde ifade etmelidir. O halde ***ileti*** de iletişimin olmazsa olmazıdır.

Anlam yüklü iletinin göndericiden alıcıya iletilmesi için birtakım işaretlere gereksinim vardır. Harfler, sözcükler, semboller, simgeler vb. İletişimde buna kod denilmektedir. Gönderici anlam yüklü iletiyi birtakım kodlara dönüştürerek alıcıya gönderebilir. Bu işleme de ***kodlama*** denilir. Alıcı ise gönderilen iletideki anlamı alabilmek için gönderilen kodu açımlamalıdır. İletişimde bu aşamaya

kodaçımlama adı verilir. Dolayısıyla kodlama ve kodaçımlama da iletişimin temel oluşturucu ögelerinden ikisidir.

Gönderici iletiyi birtakım kanallar yoluyla kodlar. Söz, yazı, giyim kuşam, jestler, mimikler en basit iletişimsel ilişkilerin en sık kullanılan kanallarıdır. Bunların yanında radyo dalgaları, uydu ve anten gibi görüntü taşıyan kanallar da kodların taşıyıcısı durumundadırlar. Dolayısıyla ***kanal*** da iletişimin temel ögelerinden biridir.

Özellikle kitle iletişiminde kanallar birtakım fiziksel donanımlarla tamamlanır. Radyo dalgaları için radyo istasyonunu, anten ve uydu için televizyon istasyonu ve alıcısının, telefon kablolarından sesin alınması için telefon aygıtı vb. araçlara gereksinim duyulur. O halde ***araç*** da iletişimin temel ögelerinden biridir.

Gönderici iletiyi bir beklentiyle, bir etki yaratma niyetiyle gönderir ve elbette sonucunu bilmek ister. Alıcı aldığı iletiye mutlaka bir tepki verir ve bunu da bir biçimde göndericiye iletir. Ki buna iletişimde ***geribesleme (feedback)*** denilmektedir. Başlatılan iletişimsel edimden beklenen sonucun ne oranda alındığını öğrenmek ve sonraki iletişimsel edimleri örgütlemede izlenecek yolu belirlemek açısından geribesleme önemli bir ögedir.

İletişim bir ortam içerisinde gerçekleşir. Sosyal, psikolojik, kültürel vs dinamiklerle biçimlenmiş kendine özgü bir ortamı vardır her bir iletişimsel edimin. Bunu iletişimin iklimsel koşulları olarak da nitelendirmek olanaklıdır. İletişimin temelini oluşturan niyet, taraflar arasındaki ilişkilerin niteliği, gönderici ve alıcının iletişimin anlam üretim alanıyla, kanalla ve araçla ilişkileri vb. pek çok şey iletişimin ortamıyla da yakından ilişkilidir. Dolayısıyla ***ortam*** da iletişimsel işleyişin önemli bir temel ögesi olarak kabul edilmelidir.

İletişimin işleyişinin temel oluşturucuları olan bu ögelere bir de ***gürültü*** ve ***aracı etmenler*** olarak adlandırılan ögeleri eklemek gerekir. Daha sonra iletişim modelleri ele alınırken de yeri geldikçe üzerinde durulacak bu son iki öge iletişimsel işleyişin olmazsa olmazları değilseler de, işleyişe katıldıkları anda ortaya koydukları etki oldukça önemlidir. İletişimsel işleyişin gereği gibi gerçekleşememesi, iletilerin beklenen etkiyi yaratamaması gibi sonuçların ortaya çıkmasında gürültü ve aracı ögelerin etkisinin önemli olduğu bilinmektedir.

Altı çizilmesi gereken bir diğer nokta ise iletişimin ögeleri arasında her zaman birebir ve tek düze bir ilişkinin mümkün olmadığıdır. Başka bir deyişle yukarıda ele alınan ögeler işlev ve işleyiş olarak her zaman yerlerine sabitlenmiş ve durağan değillerdir. Çoğu zaman iç içe, değişken, birbirinin yerine geçebilir çok boyutlu ve çok yönlü bir işleyiş ve ilişki içinde olabilmektedirler. Ya da bazı durumlarda ögelerden biri ya da birkaçı diğerlerine göre iletişimsel işleyişin gerçekleşmesinde çok daha etkin olabilmektedir. Örneğin, gürültü ögesi her zaman etkisini göstermeyebilir ya da aracı ögeler bütün iletişimsel işleyişlerde aynı düzeyde etkili olmayabilirler.

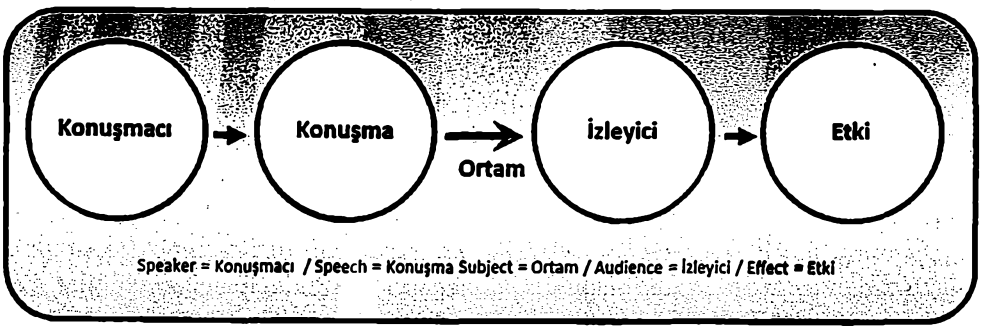
İletişimin İşleyişini Açıklayan Temel Modeller

İletişim alanında çok sayıda model, kuram ve yaklaşım geliştirilmiştir. Aslında bir alanın bilimsel bir disiplin haline gelmesinde kuramsal formülleştirmelerin önemi yadsınamaz. Modeller, kuram ve yaklaşımlar bir durumun, olgu ya da konunun bilimsel bir sistematik içerisinde ele alınması ve analiz edilmesinin de bir tür yol haritası olarak değerlendirilebilir. Ancak iletişim alanında geliştirilen modellerin çok sayıda olması durumun karmaşıklığının bir göstergesi olarak da kabul edilmelidir. Bunun temel nedeni ise iletişim disiplininin başından itibaren farklı bilim dallarından gelenlerin çabalarıyla inşa edilmekte olmasıdır. Ortaya konulan modellerin sayıca çok oluşu, onlara farklı kuram ve yaklaşımların temel oluşturması, üstelik de mevcut modellerden hiçbirinin henüz genel bir tatmin oluşturamamışlığı da göstermektedir ki iletişim alanında temel kavramlar ve kuramlar düzeyinde bile henüz yapılacak çok şey, söylenecek çok söz var.

İletişim alanında modeller geliştirilmeye başlanması hiç kuşkusuz iletişim olgusunun bilimsel bir bakış açısıyla ele alınmaya başlanmasının da göstergesidir. Bu açıdan ele alındığında söz konusu sürecin XX. Yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren başladığı görülmektedir. Kitabın ilk bölümünde de söz edildiği gibi Walter Lippmann'ın ve Lasswell'in sosyolojik bir bakış açısıyla yaptıkları katkılar, Shannon ve Weaver'in teknik düzeydeki analizleri iletişimin, bilimin kapı aralığından sızmasını sağlayan ilk somut adımlardır. Ancak hikayenin çok daha eskilere dayandığını da göz ardı etmemek gerekir. Yine kitabın ilk bölümünde söz edildiği gibi düşünürlerin iletişime, özellikle de insan iletişimine kafa yormaya başlamalarının tarihi Antik Çağlar'a kadar uzanır. Aristoteles'in retorik üzerine düşünmesi ve bugün hala önemini koruyan *Retorik* kitabı bu anlamda önemli bir ilk adım olarak ele alınabilir. Ayrıca iletişimin işleyiş sürecine ilişkin ilk analizin de yine Aristoteles tarafından modelleştirildiği dikkati çekmektedir. Öyle ki XX. Yüzyılın başlarından itibaren geliştirilen iletişim modellerinin hemen çoğunun çıkış kaynağının Aristoteles'in modeli olduğunu söylemek de yanlış olmaz. Bu nedenle de burada iletişimin işleyişini açıklayıcı nitelikteki temel modellere geçmeden önce Aristoteles'in iletişim modelinden kısaca söz etmekte yarar var.

Aristoteles tarafından geliştirilen modelin temel özelliği iletişimi doğrusal bir işleyiş süreci olarak ele almasıdır. XX. Yüzyılın başlarından itibaren geliştirilen ve aşağıda belli başlılarından söz edilecek olan modellerin çoğunda da aynı şekilde iletişim doğrusal işleyen bir süreç olarak ele alınmaktadır. Söz konusu modele göre iletişimsel *işleyiş konuşmacı, konuşma, ortam, izleyici* ve *etki* olmak üzere beş temel ögenin işlevselliğiyle gerçekleşmekte. İletişim sürecinin başlatıcısı olan konuşmacı farklı izleyici kesimlerine ve farklı durum ve ortamlara göre farklı konuşma metinleri hazırlar. Konuşmacının, konuşmasını hazırlarken en belirleyici etkenlerden biri de izleyicide yaratmak istediği etkidir. Özellikle de kamusal iletişim sürecini anlatmak üzere geliştirilen modelde iletişimin etkililiği konuşmacının iletişimsel becerisine bağlıdır. Aristoteles'e göre iletişimsel beceri-

nin farkında olan bir konuşmacı hedef kitlesi üzerinde gerekli ön incelemeyi yaptıktan sonra konuşmasını hedef kitlesinin beklentileri doğrultusunda hazırlayarak uygun ortam ve zamanda sunarak hedeflediği etkiyi elde eder (Aristoteles, 2012).



Şekil : Aristoteles'in İletişim Modeli

Aristoteles'in modelinde yer alan ögelerin farklı adlandırmalarla bugün bilinen iletişim modellerinin çoğunda yer aldığı dikkati çekmektedir. Örneğin, Aristoteles'in basit iletişim modelinde yer alan konuşmacı daha sonra geliştirilen iletişim modellerinin hemen tümünde yer alan gönderici ögesinini karşılığı olarak kabul edilebilir. Aynı şekilde konuşma ögesi ileti, ortam ögesi pek çok modelde geçtiği gibi ortamsal koşullar, kanal, araç vb. yerine, izleyici ögesi alıcı ya da hedef, etki ögesi ise geribesleme karşılığı olarak kabul edilebilir. Bunları dikkate alarak Aristoteles iletişim modelinin Lasswell'den başlayarak XX. Yüzyıl içerisinde geliştirilen iletişim modellerinin çoğuna kaynak oluşturduğu söylenebilir.

Burada da iletişimi doğrusal bir işleyiş süreci olarak ele alan temel modellerin yanı sıra onu doğrusal olamayacak kadar girift bir ilişkisel ve etkileşimsel edim olarak tanımlayan modellere de değinilmektedir. İletişim olgusunu açıklamaya yönelik geliştirilen model sayısının oldukça fazla olduğunu belirtmiştik. Onların tümüne burada yer vermek hem olanaksız hem de bu kitabın kapsamı açısından gereksiz bir çaba olur. Bu nedenle de burada iletişimin bilimsel bir disiplin haline gelmesi sürecine temel oluşturan ve çoğunlukla da birbirleriyle ilintili olarak geliştirilmiş olan bazı önemli modeller üzerinde durmakla yetinilecektir.

Lasswell'in İletişim Modeli

İletişim alanının kurucu babalarından biri Harold Lasswell'dir. Chicago Üniversitesinde siyaset bilimi üzerinde çalışan Lasswell I. Dünya Savaşı'nın ardından çalışmalarını propaganda üzerine yoğunlaştırmış, dolayısıyla da iletişime yönelmiştir. Hem davranışçı okulun, hem de işlevselci yaklaşımın etkisinde olduğu bilinen Lasswell iletişimi çizgisel işleyen bir süreç olarak görür. Geliştirdiği modelde de bu açıkça görülmektedir. Lasswell'in modelinde iletişim aynı zamanda da sosyolojik bir olgu olarak kabul edilmektedir. Nitekim Lasswell geliştirdiği

modelle iletişimin bir bakıma toplumsal nitelikteki yapı ve işleyişini analiz etmeye çalışır.

Lasswell'in iletişim modeli ya da propaganda modeli olarak bilinen formülü İletişim alanının bilimsel bir disiplin haline gelmesinde yolu açan ilk önemli formülleştirme olarak da değerlendirilebilir (Lasswell, 1997). Lasswell bu modelle iletişim için hem kuramsal hem de yöntembilimsel açıdan bir çerçeve oluşturmaya çalışmıştır. Bunda önemli ölçüde başarılı olduğu da söylenebilir.

Lasswell'e göre hangi biçimde ve düzeyde olursa olsun (aracılı, aracısız, bireysel, toplumsal vs) iletişimin temel işleyişi şu beşli formülle analiz edilebilir.

Kim	denetim, kaynak analizi
Ne	ileti, içerik analizi,
Hangi kanaldan	araç analizi,
Kime	alıcı, izleyici analizi,
Hangi etkiyle söyler	etki analizi.

Lasswell'in formülü göndericiden ya da iletinin kaynağından medyaya, içerikten izleyiciye iletişimin işleyişinde yer alan her ögeyi mercek altına almayı tasarlar (Laughey,2007:9). Hem işlevselci hem de davranışçı okuldan etkiler taşıyan Lasswell bu modelde bütün ögelere aynı analitik değeri vermektedir. Bu modele göre dışarıdan bakan bir araştırmacı için iletişimin işleyişini oluşturan bütün ögeler aynı ölçüde gözlemlenmeye ve analiz edilmeye değerdir.

Lasswell bu modelle iletişim alanı için hem kuramsal hem de yöntembilimsel açıdan temeli atmıştır. Lasswell iletişimi kitle iletişimi ve bireysel iletişim olarak ayırmaz. Geliştirdiği formül bütünsel bir analize olanak vermektedir. Modelde kaynak veya gönderici analizine kim, içerik analizine ne, alıcı ya da izleyici analizine kime, araç analizine hangi kanaldan, etki analizine ise hangi etkiyle sorusuyla alan açar. Aslında geliştirilen bütünsel yaklaşımla Lasswell'in modeli bugün bile önemli bir işlevselliğe sahiptir. Daha sonra geliştirilen pek çok modelin çıkış noktasının da Lasswell'in modeli olduğu görülmektedir.



Şekil: Lasswell'in Genel İletişim Modeli (1948)

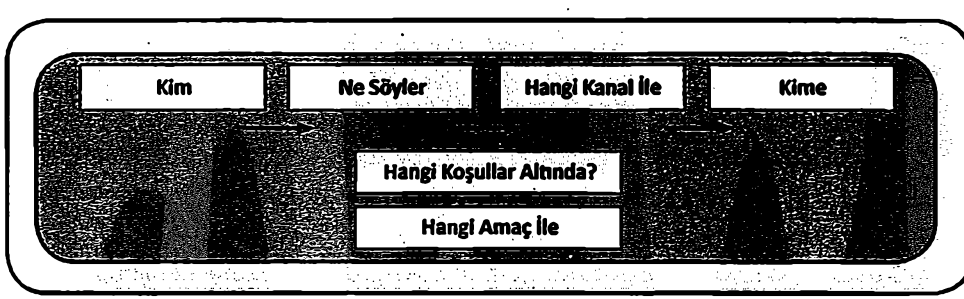
Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi Lasswell bu modelle iletişimin çizgisel veya doğrusal bir işleyişe sahip olduğu yönündeki görüşün de öncülüğünü yapar. İletişimin zincirleme bir süreç biçiminde işlediğini belirten Lasswell, bu anlamda iletişimin gönderici, kanal, ileti, alıcı gibi ögeleri arasında da ardışık ve

birbirini tamamlayan bir ilişki olduğunu belirtir. Bu zincirin başlangıcını gönderici (kim) oluşturur. Gönderici iletiyi kanal (söz, yazı, iletişim aracı vb) yoluyla alıcıya gönderir: Alıcı iletiyi alarak göndericinin beklentilerine uygun olarak uygulamaya koyar. Bu da Lasswell'in modelinin etki-tepki kuramı etkisindeki yanını ortaya koyar. Verilen etki beklenen tepkiyle sonlanır. XX. Yüzyılın başlarından 1950'li yıllara kadar davranış bilimleri içerisinde etkili bir kuram olarak süregelen etki-tepki kuramı Lasswell'in çalışmalarının yanı sıra aynı dönemdeki diğer birçok iletişim çalışmasında da etkisini gösterir.

Lasswell yukarıdaki formülle açıklamaya çalıştığı iletişimsel işleyişin tüm canlılar için aynı olduğunu da belirtir. Dolayısıyla iletişimi bireysel, toplumsal, kitlesel, aracılı, aracısız diye de ayırmaz. Herbert Spencer gibi Lasswell de toplumları biyolojik organizmalara benzetir. Dolayısıyla da geliştirdiği modelde açıkladığı iletişimsel işleyişi farklı düzeylere göre tanımlama gereği duymaz (Lasswell, 1997).

Lasswell'in Modeline Braddock'tan Katkı

Lasswell'in modeli genelde olumlu karşılanmakla birlikte birtakım eksikliklerinin olduğuna dikkat çekenler de olmuştur. Braddock bunlardan biri. Getirdiği eleştiri ise modelde göndericinin ve alıcının içerisinde bulundukları koşullardan soyutlanarak ele alınmış olmaları yönündedir. Bu eksikliği gidermek amacıyla Braddock, Lasswell'in formülüne hangi koşullar altında ve hangi amaçla sorularını ekler. Braddock'e göre bir hedef belirleyen ve bu hedefe ileti gönderen biri ya da birileri bunu birtakım koşullar altında yaparlar. Bir ortamda bulunurlar, birtakım çevresel koşullar içerisinde yer alırlar ve onların bilgi üretme ve gönderme süreçleri, içerisinde yer aldıkları ortamın etkisi altındadır. Diğer yandan hedefi oluşturan alıcı kimden gelirse gelsin, her an, her gönderilen iletiyi almaya istekli olmayabilir. Belli bir alıcı belli bir göndericiyle bir ileti alışverişine ancak belli bir amaç doğrultusunda girer. Bu nedenle de Braddock hangi koşullar ve hangi amaçla sorularını Lasswell'in modeline ekleyerek modelin daha gelişkin duruma gelmesini sağlar (McQuail and Windahl, 2005:18).

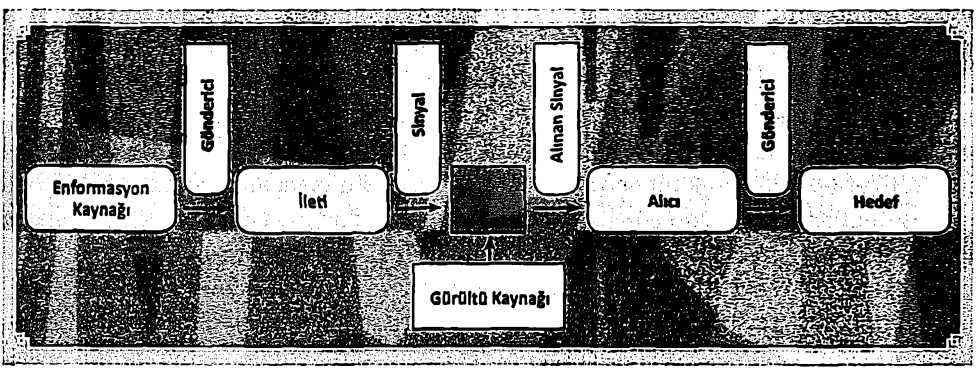


Şekil: Braddock modeli

Braddock'un Lasswell'in modeline bu eklentisinden de anlaşıldığı üzere iletişim alanında ortaya konulan başlangıçtaki analizlere, yöntembilimsel ve kuramsal çalışmalara genellikle bağlamsallık temelinden yoksun sığ bakış açısı egemendir. Bunun böyle olması kaçınılmazdı, çünkü iletişim biliminin gelişiminin ilk evresi olarak da bilinen XX. Yüzyılın ilk çeyreğinde yalnızca iletişim alanında değil, sosyal bilimlerin diğer alanlarında da gerek yöntembilimsel gerekse kuramsal nitelikteki çalışmalarda henüz çok az yol alınmıştı.

Enformasyon Akışının Matematiksel Analizi

Lasswell'in modelinin ardından geliştirilen ve enformasyon modeli ya da matematiksel iletişim modeli olarak adlandırılan bu model iletişimin işleyişini tümüyle teknik açıdan ele alır. Telefonla iletişim örneğinden yola çıkılarak geliştirilen model bilginin, yani iletilerin akışını sayısal ölçümle değerlendirir. Dolayısıyla model teknik ve matematiksel işleyiş açısından önemlidir.



Şekil: Shannon ve Weaver'ın Matematiksel Modeli

Claude Shannon ve Warren Weaver, Bell Telefon Laboratuvarlarında çalışan iki mühendistir ve tamamen kendi mesleki gereklilikleri nedeniyle iletişimin teknik boyutunu merak ederler. Asıl amaçları telefonla kurulan iletişimin kapasitesini sorgulamaktır. Telefonun bir ucundaki kişi tarafından iletilen bilgi öteki uçtaki kişi tarafından ne ölçüde eksiksiz alınmaktadır? Shannon tarafından geliştirilen modele Weaver de katkı yapar. Onlar aslında telefonun işleyişini temel alarak iletişimin teknik işleyişini gösteren basit bir formülleştirme yapmak üzere hareket geçerler. Ancak geliştirdikleri model, başta amaçladıklarının ötesinde çok daha kapsamlı ve ayrıntılı bir analitik modele dönüşür. Fiske (1996:22)'in ifadesiyle Shannon ve Weaver geliştirdikleri modelle iletişime ilişkin olarak öncelikle üç düzeyde ortaya attıkları sorulara yanıt ararlar. Bu düzeyler:

A düzeyi (teknik sorunlar):	iletişim araçları simgeleri ne oranda eksiksiz aktarabilmektedirler.
B düzeyi (anlam sorunları):	İletilen simgeler içerdikleri anlamları ne oranda bir kesinlikle aktarırlar.
C düzeyi (etkililik sorunları):	Alınan anlam alıcının davranışı üzerinde beklenen etkiyi ne oranda yapmaktadır?

Bu sorunsallaştırma düzeyleri dikkate alındığında Shannon ve Weaver'in modelinin matematiksel enformasyon modelinin sosyolojik, kültürel, hatta dilbilimsel analize de alan açtıkları düşünülse bile, onlar bu sorunsalların tümüyle birbiriyle bağlantılı ve tümüyle teknik boyutta ele alındığını ileri sürerler (Fiske,1996:23). Shannon ve Weaver'e göre teknik bir aksaklık nedeniyle kaynaktan hedefe tam olarak ulaşamayan ileti, içeriğindeki anlamı hedefe aktaramaz, dolayısıyla beklenen etki oluşmaz.

Shannon ve Weaver'in modelinde Lasswell'in modelinin aşıldığı bir diğer nokta ise aracın öne çıkarılmasıdır. Oysa Lasswell modelinde, her ne kadar dönemin egemen anlayışı gereği alıcının pasif konumu bilinmekteyse de modelde bu anlamda bir vurgu yapılmadığı, bunun doğal bir durum olarak kabul edildiği anlaşılmaktadır. Oysa Shannon ve Weaver'in modelinde vurgu iletiyi göndericiden alan (verici) ve alıcıya aktaran (alıcı) kanal, yani araç; dolayısıyla da teknoloji üzerinedir. Eğer teknik olarak bir sorun yoksa göndericiden veya alıcıdan kaynaklanması olası herhangi bir sorun söz konusu bile değildir. Bu yaklaşımda araç öne çıkarılırken, iletişim sürecinin insan ögesinin sabit, edilgin ve bağlamsız olarak ele alındığı dikkati çekmektedir. Bu bağlamda Shannon ve Weaver'e göre gönderici tarafından gönderilen ileti, teknik birtakım süreçlerin etkisiyle alıcıya farklı bir anlamsal içerikle ulaşabilmektedir. Alıcı da onu göndericinin hedeflemediği bir anlamsal içerik olarak alır. Bu durum, ortaya çıkan etkinin de göndericinin beklentilerine uygun olmaması sonucunu doğurabilir. Shannon ve Weaver'e göre iletişimin işleyişi her zaman beklentilere aynı oranda yanıt vermeyebilir. Bunun sorumlusu ise iletişim sürecinde rol alan insan ögesi değil, araç ögesi ve ortamsal koşullardır (McQuail ve Windahl, 2005:19). Shannon ve Weaver'in, araç veya teknoloji indirgemeci anlayışla geliştirdikleri bu modelin, daha sonra geliştirilecek olan teknolojik belirleyicilik tezine de temel oluşturduğu düşünülmektedir.

Burada gözden kaçırılmaması gereken nokta, Shannon ve Weaver'in de tıpkı Lasswell gibi dönemin egemen yaklaşımı olan etki-tepki penceresinden bakmalarıdır. Enformasyon aktarım kanallarında teknik bir sorun olmadığı takdirde iletilerin hedefe ulaşacağı ve hedefin davranışları üzerinde kaynağın beklentileri doğrultusunda etki yapacağı varsayılır. Öyle ki her iki modelde de gönderici ya da kaynağın iletişim sürecindeki etkin konumu öylesine önemlidir ki, alıcının alımlama ya da etkilenim durumu üzerinde düşünme gereği bile duyulmamıştır.

Diğer yandan Shannon ve Weeaver'i davranışçı okul içerisinde ele almak elbette doğru olmaz. Onlar teknik bilgi ve bakış açısıyla bu formülü geliştirmişlerdir. Ama özellikle o dönemlerde bilimin tüm dallarında görgülcülüğün çizgisel

bakışının egemen olduğu da bilinmektedir. Etki-tepki yaklaşımı da bu bakışın bir ürünüdür. Pawlow'un zile duyarlı köpeği de aynı anlayışın somut deneysel bir yansımasıdır. Dolayısıyla hem Shannon ve Weaver tarafından daha teknik bir bakış açısıyla geliştirilen matematiksel iletişim modeli hem de Lasswell tarafından daha sosyolojik bir bakış açısıyla geliştirilen iletişim modeli işleyişsel anlamda aynı anlayışın ürünüdürler. Her ikisinde de iletişimsel işleyiş çizgisel veya doğrusal bir süreç olarak tanımlanır. Her iki modelde de gönderici ve araca vurgu yapılırken, Shannon ve Weaver modelinde taşıyıcı kanalın veya aracın rolü merkezi önemde sunulur.

Varsayımları ve genel tavrı açısından Lasswell'in modelinden çok farklı olmamakla birlikte Shannon ve Weaver modeliyle birlikte iletişim yazınına yeni bir kavram girer: Gürültü. Shannon ve Weaver enformasyon akışını bir biçimde etkileyecek etkenleri teknik sorunlarla ilişkilendirirler ve bunları gürültü olarak adlandırırlar. Telefon kablolarındaki bir arıza, hava koşulları nedeniyle radyo ses dalgalarının yeterince yayılamaması gibi teknik ve fizik nedenleri Shannon ve Weaver iletişimin akışını olumsuz etkileyen sorunlar, yani gürültü olarak nitelerler. Ki bu da modelin araç merkezli yanını öne çıkarır.

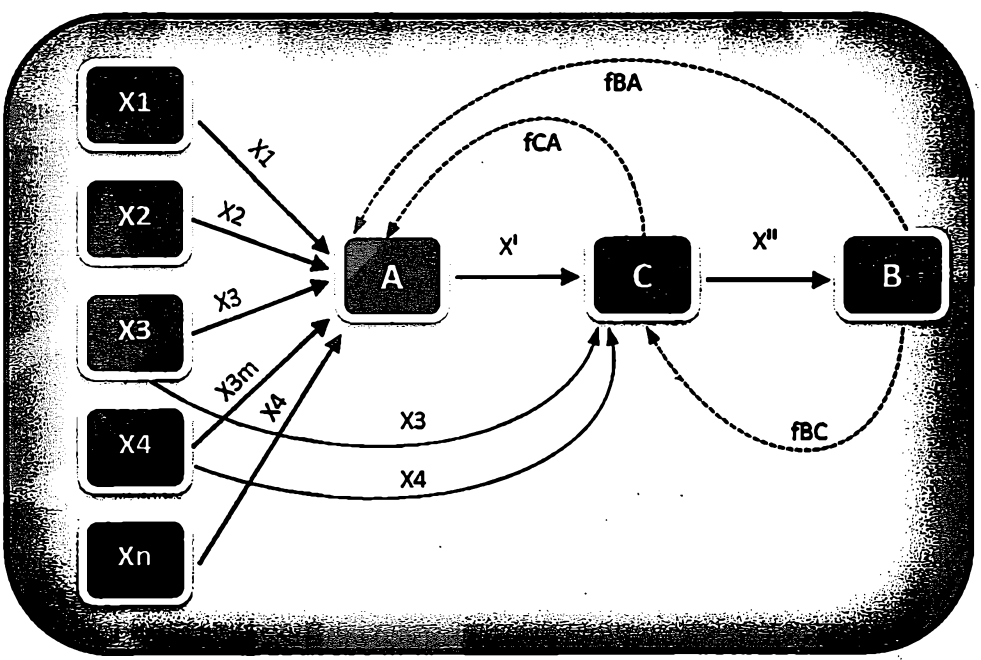
Burada altı çizilmesi gereken bir nokta, Shannon ve Weaver modeliyle iletişimin doğrusal işleyişinde bir çatlak oluştuğudur. Shannon ve Weaver iletişimde enformasyon akışının birtakım fizik veya teknik koşullarla sınırlanabileceği olasılığının bulunduğu savını ortaya atarken bilerek ya da bilmeyerek iletişim alanında yeni bir yaklaşımın belki de ilk sinyalini veriyorlardı. Bu yönüyle Shannon ve Weaver modeli o güne dek süregelen ve kitle iletişim araçlarının etkisinin sınırsız olduğuna ilişkin anlayışın da bir bakıma yara alması anlamına geliyordu. Nitekim bu formülleştirmeyle birlikte kitle iletişim araçlarını adeta tanrılaştırmaya yönelik anlayışın biraz daha esnemeye başladığı gözlenmektedir. Ancak bu tür yönelimlerin tek nedeninin Shannon ve Weaver modeli olduğu yönündeki yanlış düşünceye de kapılmamak gerekiyor. Söz konusu model 1949 yılında geliştirilir. Ancak iletişim alanının sosyoloji ve sosyal psikoloji boyutunda 1940'ların başından beri uygulanmakta olan alan araştırmalarıyla güçlü etki kuramında önemli çatlaklar oluşmuştu zaten. Ama iletişimin özellikle de teknolojik boyutuyla ilgilenen araştırmacıların büyük çoğunluğu hala güçlü etki konusuna odaklı çalışmalarını da sürdürmekteydiler. Teknolojinin gücünü öne çıkaran çalışmaların II. Dünya Savaşı sonrası yıllarda da artarak devam etmesiyle Amerika'nın Soğuk Savaş dönemi politikaları arasında birtakım ilişkilendirmeler yapılabilir. Ancak sistematiği bozmamak için bu konudaki çözümlemeleri kitabın sonraki ilgili bölümüne bırakalım.

Westley ve MacLean'in Kitle İletişim Modeli

Gerek Lasswell gerekse Shanon-Weaver modelinde iletişimin doğrusal işleyişi üzerinde durulmakta, ancak iletişimin tarafları, kaynağı, dolayısıyla da türü konusunda herhangi bir sınıflandırmaya gidilmemektedir. Westley ve MacLean'in formülü ise hem kişilerarası hem de kitle iletişimin işleyişini açıklamaya yönelik bir model olarak geliştirilmiştir.

Westley ve MacLean modeli ayrıca iletişimi karşılıklı işleyen bir süreç olarak da tanımlar. Buna bağlı olarak da geribesleme ögesini gündeme getirir. Öyle ki Westley ve Maclean'in modelinin belki de en ayırt edici yanı geribesleme (feedback) üzerine yapılan vurgudur. A kişisi C kurumu veya aktörü (ajan) aracılığıyla B kişisine ileti aktarımı yapar. B kişisi aldığı iletilere ilişkin tepkisini C ajanı aracılığıyla ya da doğrudan A kişisine iletir. Böylece iletişim karşılıklı işleyen bir süreç, bir etkileşim halinde gerçekleşir. İletişimin kişilerarası düzeyde gerçekleşmesi durumunda geribesleme sürece anında ve doğrudan dahil olur. Kitle iletişiminde ise iletilerin kanal veya araç dolayımlı gönderilmesi durumunda geribesleme de çoğu zaman aynı şekilde dolayımlı olarak işleyişin parçası haline gelir.

Bu modelde C kitle iletişim kurumu veya bu kurumun içerisindeki sorumlu birim olarak tanımlanır. A, iletilerin kaynağı rolündedir, haberi kitle iletişim aracına veya yazı işleri masasına ileten kişidir. B ise okur veya izleyici konumdadır. Böylece A ve B arasındaki ileti alışverişi başka bir ögeyle, C ile aracılanmış olur. Modelde X'ler ise parçalanmıştır. İletinin konusunu oluşturan olay, durum, kişi, geribesleme vb. her şey X olarak tanımlanabilir (McQuail ve Windahl,2005:37).



Şekil: Westley ve MacLean Modeli

Modelde dikkat çeken bir diğer nokta ise çizgiselliktir. Ögeler arası ilişki ardışık ve doğrusal bir süreç biçiminde işler. Oldukça karmaşık, ama aynı zamanda da ardışık ve çizgisel bir işleyiş tanımı yapılmaktadır. Bu noktada Shannon ve Weaver'le de bir benzerlik söz konusudur. Her iki modelde de ileti-

şim süreç olarak ele alınmaktadır. Her iki model de aracılı iletişime gönderme yapmaktadır. Ama daha da ilginci her iki modelde de araç, yani kitle iletişim aracı öne çıkmaktadır. Westley ve MacLean modelinde aracın tanımı Shannon ve Weaver modelindekine göre çok daha geniş kapsamlıdır. Ama sonuçta her ikisinin de iletişimin işleyişinde kitle iletişim aracına yükledikleri misyon öne çıkmaktadır.

Westley ve MacLean'in kitle iletişim modelinin 1950'li yılların ortalarında geliştirildiği, dolayısıyla da teknolojik belirleyicilik tezinin ortaya atıldığı ve geniş bir kesimce savunulduğu, Amerika'nın üçüncü dünya ülkelerine yönelik teknoloji merkezli kalkınmacı politikalarının revaçta olduğu döneme rastladığı anımsanacak olursa araç vurgusunun çok da rastlantısal olarak yapılmadığı düşünülebilir.

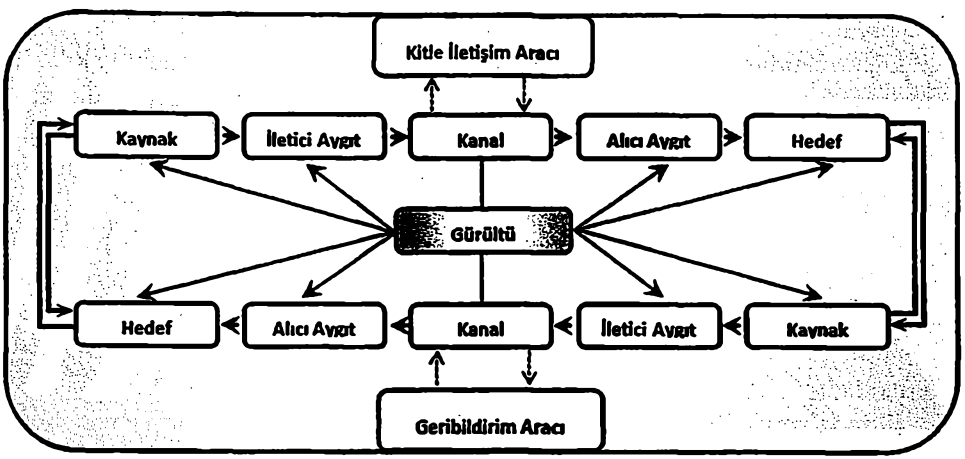
Diğer yandan Westley ve Maclean modelinin geliştirildiği dönemde kitle iletişim araçlarının gelişmişliği ve bu sayede dolaşıma giren bilginin çeşitliliği ve yoğunluğu da dikkati çekiyor. Modelde X'lerle simgelenen sayısız bilgi parçacığının dolaşımı gözlenmekte. Bilgi veya enformasyon kavramının da entelektüel tartışma gündemine girdiği bir dönemde söz konusu modelin sınırsız enformasyon iletimine vurgu yapması modelin bağlamı açısından üzerinde düşünülmesi gereken önemli bir nokta. Bilgiyi ve bilginin taşınmasını sağlayan aracı veya genel adlandırmasıyla teknolojiyi öne çıkarması Westley ve MacLean modelinin içerisinde geliştirildiği ortamın düşünsel iklimiyle bağlantısını açıkça ortaya koymaktadır.

Burada gerek Shannon ve Weaver tarafından geliştirilen enformasyon modelini gerekse de Westley ve MacLean tarafından geliştirilen kitle iletişim modelini, başta Amerika olmak üzere Batılı kapitalist ülkelerin dünya üzerinde teknoloji merkezli olarak kurmak istedikleri egemenlik stratejilerinin bir yansıması olarak düşünmek de yanlış olmaz. Teknolojik güce sahip ülkeler teknolojiyi öne çıkaran bu tür model, kuram ve yaklaşımların da aracılığıyla kendi güç gösterilerini bir yandan da bilimin meşrulaştırıcı zemininde yapıyor olabilirler.

Defleur'un Birleştirici İletişim Modeli

Shannon ve Weaver geliştirdikleri modelle iletinin taşıyıcısı durumundaki kanal veya araca neredeyse belirleyici bir rol atfederken, gürültü ögesiyle de iletişimsel işleyiş sürecine ilişkin açıklamalara yeni bir boyut getirmiş olurlar. Modele yönelik eleştirilerden biri geribesleme ögesinin yok sayılmasıdır. Westley ve MacLean modelinde ise Shannon ve Weaver'de eksik görülen geribesleme ögesine de yer verilerek iletişim sürecinin karşılıklı bir ilişki olduğu vurgusu yapılmış olur. Melvin Defleur ise geliştirdiği modelde hem Shannon ve Weaver modelindeki gürültü ögesini alır, hem de Westley ve MacLean modelinde yer verilen geribesleme ögesini alarak ikisinin bileşimi olacak nitelikte yeni bir model geliştirir. Defleur'a göre gürültü iletinin aktarımı ve alımlanmasının bütün aşamalarında devreye girebilir (Defleur,1970). Dolayısıyla da gürültü ögesi Shannon ve Weaver'in mo-

delinde ele alındığı gibi yalnızca kaynakla bütünleşik değil, iletişim sürecinin diğer ögeleriyle de ilişkilidir. Diğer yandan Defleur'un modeline göre iletişim Westley ve MacLean modelinde belirtildiği gibi tam olarak doğrusal işleyen bir süreç de değil. Kaynak, gönderici, alıcı arasında dairesel bir döngü biçiminde de gerçekleşebilir. Dolayısıyla da Defleur bir yandan Shannon ve Weaver modelinden diğer yandan da Westley ve MacLean modelinden beslenerek, bir bakıma ikisinin bileşimi, ama diğer yandan her ikisinden de farklılaşan bir model geliştirmiş olur. Öyle ki aslında Defleur'un modeli bir yanıyla Osgood ve Schramm'ın dairesel iletişim modelini de çağrıştırmaktadır.

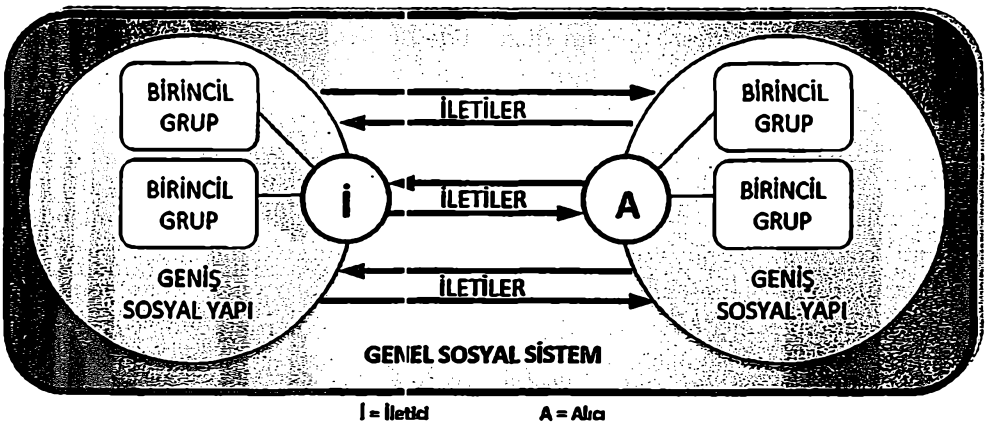


Şekil: Defleur Modeli

Riley ve Riley'in Sosyolojik İletişim Modeli

John W. Riley ve Matilda W. Riley geliştirdikleri modelle iletişimin işleyişine sosyolojik bir bakış açısı getirmeye çalışırlar. Riley ve Riley'e göre insansal iletişimin temel özelliği toplumsal oluşudur. İnsanlar, içerisinde yer aldıkları sosyal ortamda birbirleriyle iletişimsel ilişki kurarlar. Dolayısıyla iletişim her şeyden önce sosyal bir sistem temeli üzerinde yaplanan bir ilişki, daha doğrusu bir sosyal ilişki biçimidir. Söz konusu sosyal sistem içerisinde ise insanların, bir yandan içinde yer aldıkları birincil gruplar, diğer yandan da bu birincil grup yapılarının içerisinde oluştuğu daha kapsamlı sosyal yapılar vardır. Riley ve Riley'in modeline göre gerek iletişimci, yani iletişim sürecinin gönderici tarafında yer alanlar, gerekse alıcı konumda olanlar, içerisinde yer aldıkları sosyal yapı, sosyal ilişkiler ve özellikle de birincil grup ilişkilerinin etkisinde iletişimsel işleyiş sürecini biçimlendirirler. Dolayısıyla da iletişimsel ilişkinin biçimlenmesinde ve iletişim sürecinin oluşmasında bütün bir sosyal sistem temel oluşturur. Böylece Riley ve Riley geliştirdikleri modelle iletişim sürecine etkin katılan aktörlerin (birey, grup, örgüt vb.) sosyal bağlamlarıyla birlikte ele alınmaları gerektiğine dikkat çekmiş olurlar.

İletişimsel işleyiş sürecinin ve onun aktörlerinin, içerisinde yer aldıkları toplumsal ortamdan ve ilişkilerden soyutlanmadan ele alınmaları gerektiği bu modelle açıkça ortaya konulmuş olur.



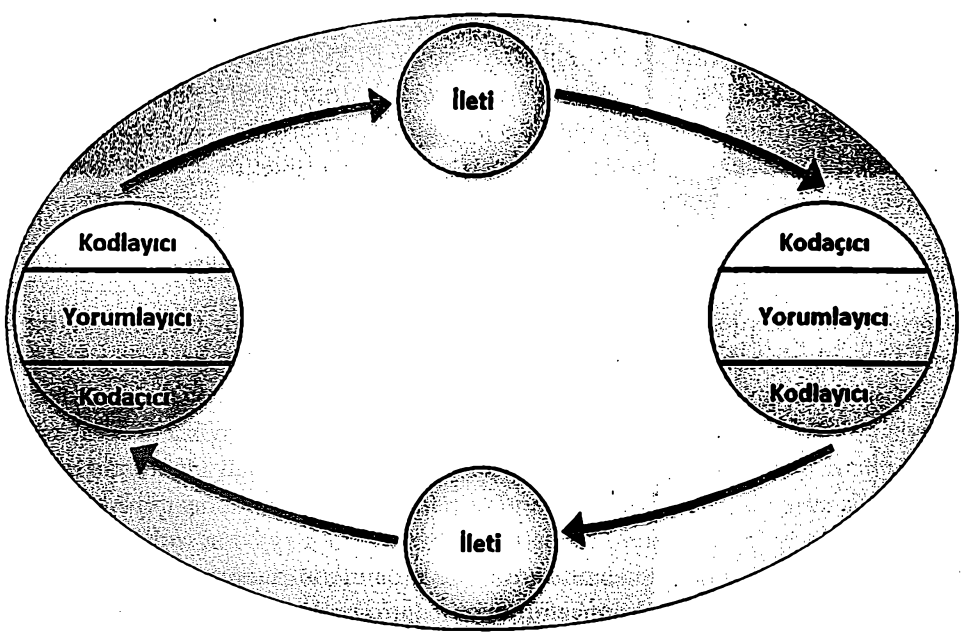
Şekil: Riley ve Riley Modeli

Diğer yandan Riley ve Riley modelinde de tıpkı Defleur modelinde olduğu gibi iletişim sürecinde geribeslemenin önemine vurgu yapılır. Riley ve Riley'e göre de iletişim doğrusal işleyen bir süreç olup gönderici ve alıcı arasında ileti alışverişi biçiminde gerçekleşir. Bu sürecin alışveriş ilişkisi biçiminde işlemesini sağlayan ise geribeslemedir.

Osgood ve Schramm'ın Dairesel İletişim Modeli

Osgood ve Schramm, geliştirdikleri modelde, diğer modellerde öne çıkan gönderici ve alıcı ögelerine yer vermezler. İletişimin dairesel işleyişi içerisinde gönderici ve alıcıyı sürekli birbirinin yerine geçen, dolayısıyla da aynı kişi veya taraflar olarak ele alırlar. Modelin ayırt edici yanı ise iletinin iletiminde kodlayıcı ve kodaçımcının öne çıkmasıdır. Dairesel ve kesintisiz bir döngü biçiminde işleyen süreçte önemli bir öge olarak yorumlayıcı devreye girer. Buna göre kodlanan iletinin kodaçımlayıcı tarafından alınmasında yorumlayıcının rolü önemlidir. Kodlanan iletinin açımlanmasının ardından anlamlandırılması ve de kullanıma girmesi sürecinde devreye giren yorumlayıcılar, alımlanan iletiden yeni bir ileti üretilmesi sürecinde önemli bir etki yaparlar. Dolayısıyla da dairesel biçimde işleyiş gösteren iletişimsel ilişkinin biçimlenmesinde belirleyici öneme sahip bir öge olarak yorumlayıcıyı görmekteyiz. Modelin, kişilerarası iletişimden kitle iletişime iletişimin çeşitli boyutlarıyla ilişkilendirilebileceği söylenebilir. Nitekim modelde iletişimin boyutunu özellikle vurgulayan bir ögeye rastlanmamakta. Ancak modelde yorumlayıcı adlandırmasıyla yer alan ögenin iletişimin çeşitli boyutları açısından geçerlilik gösterebileceği yorumu yapılabilir. Örneğin, kişile-

rarası iletişimde iletinin kodlayıcısı ve açımlayıcısı durumundaki kişiler aynı zamanda iletinin yorumlayıcısı da olabilirler. Ya da üçüncü bir kişi devreye girerek iki kişi arasındaki ileti alışverişi sürecine yorumlayıcı kişi olarak eklenebilir. Bir kişiden diğer kişiye ileti aktarımını yapan kişi yorumlayıcı olarak tanımlanabilir. Aynı şekilde kitlesel iletişim düzeyinde de iletilerin kaynaktan hedefe taşınmasına aracılık eden kitle iletişim aracı yorumlayıcı öge olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan patronun emirlerini çalışanlara aktaran müdür örgüt iletişimi düzeyinde yorumlayıcı öge olarak kabul edilebilir vb. Özetle söylenecek olursa Osgood ve Schramm tarafından geliştirilen dairesel iletişim modelinde iletişim süreğenlik içerisinde akar. Dairesel işleyişi nedeniyledir ki iletişimin sonlandığı bir bitiş çizgisi söz konusu değildir. Her kodlanan iletinin açımlanması, bir başka iletinin üretilerek iletimi anlamına gelir ve süreç kesintisiz işler. Modelde iletişimin gönderici ve alıcı tarafları açıkça tanımlanmaz. Bunlardan daha çok iletinin öne çıktığı dikkati çekmektedir. Dairesel biçimde işleyen süreçte kodlayıcılar, kodaçımcılar ve yorumlayıcıların etkin katılımıyla iletilerin değişerek ve dönüşerek sürekli dolaşımı söz konusudur (McQuail ve Windahl,2005:34).



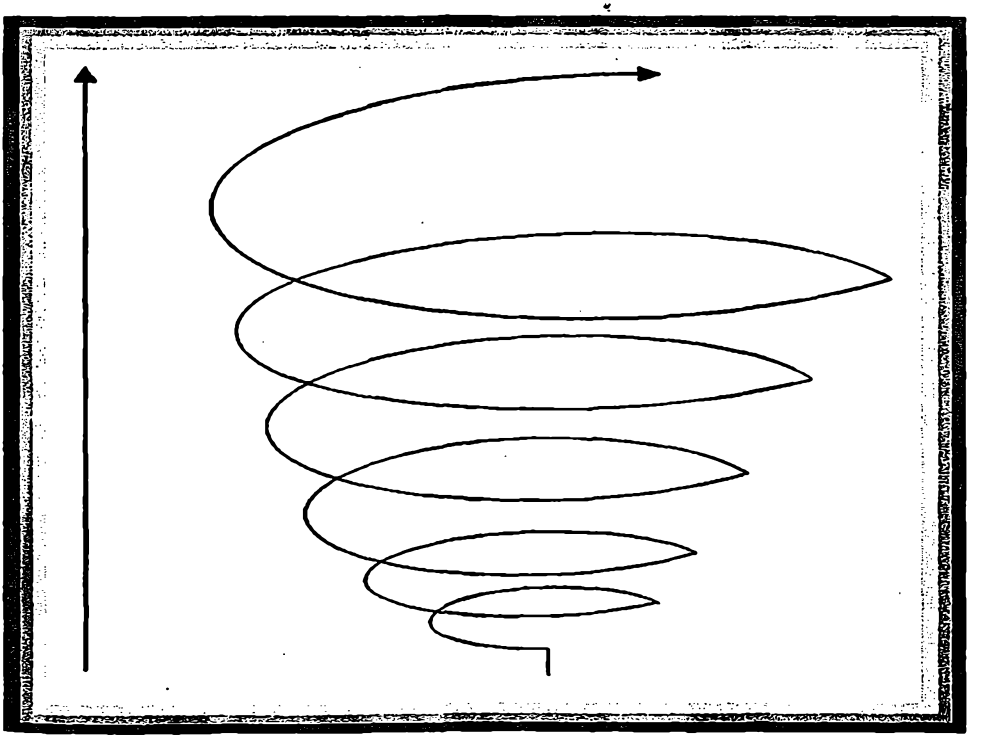
Şekil: Osgood ve Schramm'ın Dairesel Modeli

İletişimde Aktif Süreklilik

Frank Dance 1967'de geliştirdiği İletişimin Dinamik Sarmalı Modeliyle iletişimin statik değil, dinamik bir süreç olduğunu, insanın ise bu süreçte etkin rol alan birey konumunda bulunduğunu ileri sürer. Modelde insanın farklı iletişim or-

tamlarına katılarak oralardan edindiği deneyim ve birikimleri de belleğinde depoladığını ve daha sonra katıldığı iletişim ortamlarında belleğindeki bu bilgileri de harekete geçirerek iletişimin işleyişini etkilediği, değişime uğrattığı kabul edilir. Dolayısıyla da iletişim sürekli genişleyen bir sarmal olarak işleyiş gösterir.

Ancak bu modelde de iletişimin işleyişi gerçekte olduğundan çok farklı biçimde idealize edilmektedir. Sarmalın sürekli genişleyerek, eklemelerle sürmesi çok da gerçekçi görünmüyor. Abartılı bir iyimser bakış söz konusu. Oysa gerçek yaşamda uzlaşmalar kadar çatışmalar da yaşanmaktadır. İleriye dönük işleyiş kadar kesintiler, hatta geriye dönük iletişimsel ilişkiler de olasıdır. Ayrıca insanların, yaşamlarını birbiriyle ilişkili kocaman, kendi içinde tutarlı, ilişki salkımlarından oluşan bir iletişimsel örgütlenme haline getirmelerini beklemek gerçekçi olamayacak kadar idealist bir bakış. Bu modele egemen olan bu idealist tavrın, 60'lı yılların ortalarından itibaren Batı dünyasına egemen olmaya başlayan tek kutuplaşmacı ve sistemci yaklaşımların etkisinde oluştuğunu söylemek yanlış olmaz. Nitekim aynı dönemlerde iletişim alanında adını teknolojik belirleyicilik teziyle duyuran Marshall McLuhan iletişim teknolojilerinin de etkisiyle dünyanın mutlu bir küresel köye doğru evrilmekte olduğunu söylüyordu.



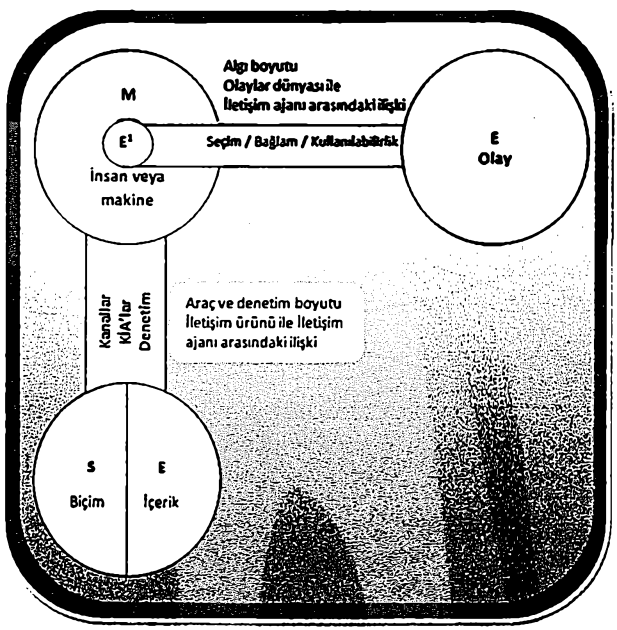
Şekil: Dance'nin Sarmal Modeli

Gerbner'in Genel İletişim Modeli

George Gerbner'in 1956 yılında geliştirdiği model özde Shannon ve Weaver modeline benzer. Gerbner de iletişimi bir süreç olarak kabul edenlerdendir. Ancak modelini daha karmaşık ve girift ilişki süreçlerini açıklama amacına dönük olarak geliştirir.

Gerbner, modelinde gönderici tarafından iletilen iletinin ne hakkında olduğu sorusunu sorar. Böylece Shannon ve Weaver'in bir adım önüne geçer. Ne hakkında sorusu Lasswell'in ne sorusunun da daha gelişmişidir. Çünkü Gerbner bu soruyla iletinin yalnızca ne olduğunu değil, gerçek yaşamla ilişkisini de analiz etmeyi önerir. Ayrıca bu modelde algılama, alımlama, gönderici ve araç ögeleri de dikkate alınmaktadır. Gerbner iletilerin iletimi sırasındaki denetimine de bakar.

Gerbner'in üzerinde durduğu bir boyut da erişimdir. Örneğin, kitle iletişim araçları yoluyla aktarılan bilgiyi alabilmek için kitle iletişim araçlarına erişmek ön koşuldur. Bilgiye eriştikten sonra onu algılayabilmek, algılama ve alımlama biçimi bu noktada önem kazanır. Bilginin kimlerin bakış açısından, kimlerin denetiminde verildiği. kimler tarafından, hangi algıyla alımlandığı soruları da Gerbner'in modelini yönlendiren başlıca sorular arasında yer alır.



Şekil. Gerbner'in Genel İletişim Modeli

Gerbner iletişim sürecini açıklarken işleyişi oluşturan aktörlerin insan ya da makine olabileceği olasılıklarını göz önünde bulundurur. Bu anlamda Shannon ve Weaver'in, aracı veya teknolojiyi öne çıkaran tavrının da bir adım ötesine

geçmiş olur. Ayrıca Gerbner, modelinde iletişim aktörü olarak insanları da yalnızca tek gönderici ve alıcıyla sınırlı tutmaz. Şekilde de görüldüğü gibi modelde M bir insan ya da insan olmayan bir makine olabilir. E,M ve E' arasındaki ilişkiyi algılamaya dayanır. E' genelde M in bakış açısı, deneyimleri, birikimi vs. işlevi olarak görülür. Bu nedenle E'' M e benzer. M'in neyi algıladığı E'nin seçim biçimine ve diğer E'lerin varlığına bağlıdır. İkinci aşamada M, E' ile ilgili olarak başkasıyla iletişim halindedir. Böylece M, SE yi üretir. Burada S biçim, E ise içerik olarak işlev görür. M, SE yi göndermek için kitle iletişim kanallarına bağımlıdır. Gönderi bu kez bir başka M tarafından algılanabilir. SE ise M' tarafından SE' olarak algılanacaktır. Böylece iletişim değişim ve dönüşüm halinde devam eder.

Bu arada gönderici ve iletici kişilerden bazıları sürecin dışında kalabilmekte. İletiler kişiden kişiye aktarılırken ve de farklı kişiler tarafından algılanırken anlamsal değişikliğe uğrayabilmekte (McQuail and Windahl, 2005:40). Dolayısıyla da bu döngüsel süreçte iletiler kesintisiz dolaşımdayken, bir yandan da sürekli bir değişim söz konusu olmaktadır. Buna göre Gerbner'in modelinin makro düzeyde toplumsal sürece uyarlandığında değişimi de kapsadığı görülmektedir.

Ayrıca Gerbner'in modelinde açıkça belirtilmese de iletilerin akışını etkileyen tüm ögeler içerilmektedir. Gönderici, kanal ya da araç (kitle iletişim aracı), kanaat önderleri (M'lerden bazıları), alıcı, geribesleme gibi. İletişimin bu oluşturucu ögeleri sürekli hareket halindedir ve iletişimde süreklilik vardır. Bu süreklilik ise aynı zamanda değişimde sürekliliğe de olanak vermektedir.

İletişim Çalışmalarında Denge Modelleri

Pozivist bilimsel gelenek içerisinde doğup gelişen bütün kuram ve anlayışların temel işlevleri verili sisteme hizmet etmek, onun süreğenliğine katkı sağlamaktır. Bu nedenle de özellikle işlevselci yaklaşımlar çatışmaları ve çatışmalı durumları olabildiğince görmezden gelme eğilimi gösterirken, uzlaşma ve denge durumunu savunan görüşleri önceliklerine alırlar. II. Dünya Savaşı'nın ardından etkili olmaya başlayan liberal çoğulcu paradigma işlevselci ve sistemci yaklaşımların gelişmesi için uygun bir düşünsel iklim yaratmıştı. Dolayısıyla gerek sosyal psikoloji, gerekse psikoloji disiplinleri içerisinde gelişen denge kuramları kapsamında çeşitli modellerin geliştirildiği dikkati çekmektedir.

Çoklu yapılar içerisinde, farklılıklar arasında çıkan çatışmaların ve sistemde bozulan denge durumunun yeniden sağlanması sürecini hızlandırmak kaygısı doğrultusundaki arayışların sonucunda geliştirilen denge modellerinden Heider, Newcomb ve Festinger'in modelleri diğer disiplinlerin yanında iletişim alanında da yer bulmuştur. Denge kuramları, her sistemde (biyolojik, sosyolojik, politik vb.) hiçbir zaman tam uzlaşmanın söz konusu olamayacağını, zaman zaman çelişki ve çatışmaların doğabileceğini, bu çelişki ve çatışmaların, yıkıcı bir noktaya ulaşmadığı sürece uzlaşmaya dönüşerek denge durumlarının yeniden sağlanabileceği savı üzerine kurulmuştur.

Denge kuramlarında toplumsal değişim ve dönüşüme yer verilmez. Bunun yerine ortaya çıkan çatışmalar sonucu bozulan denge durumlarının giderilmesinin ardından sistemin çatışma öncesi denge durumuna yeniden kavuşması beklenir. Örneğin, bir toplumsal sistemdeki yönetici güçler arasında zaman zaman birtakım çatışmalar çıkabilir, ama bu hiçbir zaman o toplumsal sistemin köklü bir değişime gitmesi anlamına gelmez. Sorun ortadan kalkar, uzlaşma sağlanır ve toplumsal sistem eski denge durumuna kavuşur. Çatışmaların önlenememesi, uzlaşmaların sağlanamaması noktasında ise toplumsal sistemin kendisini imha etme durumu söz konusudur. Siyasal veya askeri devrim durumları, savaşlar buna örnek gösterilebilir. Eğer sistemin pek çok yerinde hastalık söz konusuysa denge durumunun sağlanması mümkün olmaz. Bu durumda sistem tümüyle değişime uğrar ya da ortadan kalkar. Ama denge kuramlarında çatışmaların değişimle sonuçlanması pek de beklenen bir durum değildir. Denge kuramları ne olursa olsun aslında sistemdeki her tür çatışma ve çelişki durumunun sistemin kendi işleyişi içerisinde giderileceğini ve denge durumunun mutlaka sağlanacağı görüşünü temel alır.

Heider'in Denge Modeli

Fritz Heider tarafından geliştirilmiş olan denge modeli kişilerarası algıyı çıkış noktası olarak alır ve fenomenolojik bir temele dayandırılır. Modele göre kişiler bilinç yapılarıyla, zihinlerindeki hazır bilgilerle ve potansiyel algıyla dış çevrelerini algılar, diğer insanlarla, durumlarla veya nesnelerle ilişki kurarlar. Eğer bireyin zihinsel yapısıyla, dış çevresine ilişkin algıları arasında bir uyum varsa durum dengede demektir. Tam tersi durumda ise, yani bireyin zihinsel yapısıyla dış dünyaya ilişkin algıları arasında bir çatışma veya çelişki durumu ortaya çıkmışsa denge durumu bozulmuş demektir (Kağıtçıbaşı, 1988:132). Aynı durum kişilerarası ilişkilere de uyarlanabilir. Kişilerin birbirleriyle ilişkileri ve içerisinde yaşadıkları dış dünyaya ilişkin algıları arasında tutarlılık olması halinde denge durumu söz konusudur. Ancak bireyler arasındaki ilişkilerle dış dünyaya ilişkin algıları arasında uyumsuzluk söz konusuysa dengesizlik durumu var demektir.

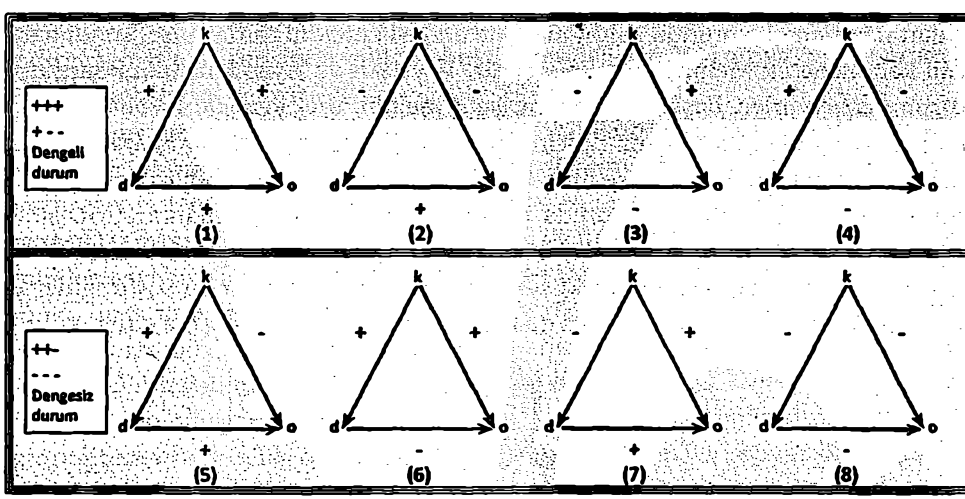
Heider'in denge modelinde genelde dörtlü ilişkiler temel alınır. Örneğin, Ayşe (A) ve Zeynep (B) iyi anlaşan iki arkadaştır. Ayşe ve Zeynep aynı siyasal partiye (X) sempati duyarlar. Buna göre Ayşe X'e sempati duyar, Zeynep de X'e sempati duymakta. Bu durumda Ayşe ve Zeynep arasında X konusunda da bir uyum söz konusudur. Görüldüğü üzere burada ilişkinin dört boyutunda da aynı yönde olumluluk söz konusudur. O halde olumlu anlamda bir denge durumu mevcuttur.

Aynı örneği bir de tersinden alalım. Ayşe ve Zeynep birbirlerini sevmezler. Ayşe X partisinin sempatizanıyken Zeynep X Partisine karşıdır. Buna göre Ayşe ve Zeynep'in birbirlerinden hoşlanmamaları biçimindeki olumsuzluk durumu, Ayşe'nin X partisine sempati duyması duumuna, Zeynep'in X partisi karşıtı olması durumu karşılık gelmektedir. Bu durumda Ayşe ve Zeynep arasında X'le

ilişki açısından zıtlık söz konusudur. Dört durumda da olumsuzluk durumu gözlenmekte.Ama bütünsel açıdan bakıldığında bir dengesizlik durumu görülmemekte. Şöyle ki birinci durum: Ayşe (A), Zeynep'i (B) sevmiyor; ikinci durum: Ayşe X partisi sempatizanı; üçüncü durum: Zeynep Ayşe'yi sevmiyor; dördüncü durum: Zeynep X partisinin karşıtı. Her dört durum da olumsuzluk ortak paydasında çakışmakta. Dolayısıyla da denge durumu söz konusu olabilmekte.

Aynı örneği dengesizlik durumunu açıklamaya uygun hale getirelim. Birinci durum: Ayşe Zeynep'i sevmiyor; ikinci durum: Zeynep, Ayşe'yi sevmiyor; üçüncü durum: Ayşe X partisine sempati duyuyor; dördüncü durum: Zeynep de X partisine sempati duyuyor. Heider'in denge kuramı açısından burada iki olumsuz duruma karşın iki olumlu durum söz konusudur, ki bu da durumun dengede olmaması anlamına gelir. Durumun dengede olabilmesi için dörtlü durumun dördünün birden olumlu ya da olumsuz olması gerekir.

Heider'in denge modeli kişilerarası düzeydeki ilişkilerden toplumsal düzeydeki ilişkilere dek her düzeydeki ilişki durumlarına uyarlanabilir. Daha çok da toplumsal düzeydeki ilişkilerin anlaşılabilmesi ve analiz edilmesinde başvurulan bir kuram olarak bilinmektedir.

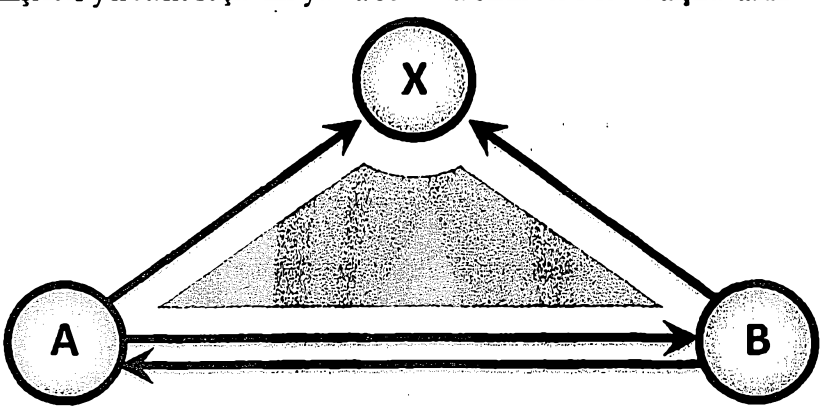


Şekil: Heider'in denge modeli

Newcomb'un ABX Denge Modeli

Denge modellerinden biri de Theodore M. Newcomb tarafından geliştirilen ABX modelidir. Model daha çok kişilerarası düzeydeki iletişimsel ilişkileri anlamak ve analiz etmek amacına yönelik olarak geliştirilmiştir. Ancak söz konusu modeli iletişimin tüm düzeylerine uygulamak da olanaklıdır. ABX modeline göre kişiler, kurumlar, devletler, ülkeler arası ilişkiler zaman zaman bozulur ve uzlaşının yerini çatışmalar alabilir. Yakın ilişki içerisinde bulunan taraflar arası ilişkinin

bozulmasında genelde onların dışında, ancak onlarla ilişkili bir başka etmen (kişi, durum, olay) rol oynar. ABX modeli olarak bilinen üçlü ilişkide A ve B eşit konumdaki kişilerdir ve aralarında iletişimsel bir ilişki vardır. X ise onların ortamı, ilgilendikleri konu veya ilişkili oldukları bir kurum, örgüt veya birim olabilir. X bazen bir siyasi parti, bir kurum, bir grup, bir holding sahibi vb. olabilir. A ve B ise iletişimsel ilişkide, duruma göre biri gönderici diğeri alıcı konumda olabilirler. Buna göre A ve B kişileri arasında yakın bir ilişki vardır. Ama aynı zamanda A ve B kişileri X ile de ilişki içerisindedirler. A'nın ya da B'nin X ile ilişkisinde, diğerinin ilişkisine göre farklılık olması, daha iyiye ya da daha kötüye gitmesi, A ve B arasındaki ilişkinin bozulmasına yol açabilir. Örneğin, Ayşe ve Mehmet çok yakın iki arkadaştır ve aynı kurumda çalışmaktadırlar. Ali ise çalıştıkları kurumda her ikisinin de şefleri konumundadır. Ali hem Ayşe'yi hem de Mehmet'i çok sever. İş ortamında da onları sürekli takdir eder. Ancak Ayşe'nin bir sabah işe geç kalması, çok önemli bir toplantı için hazırlanması gereken dosyaları hazırlamaması nedeniyle Mehmet işi kotarır. Ali bu durum karşısında Mehmet'i ödüllendirirken, Ayşe'yi cezalandırır. Bu durum Mehmet ve Ayşe arasındaki ilişkinin bozulmasına neden olur. Böylece Ayşe (A), Mehmet (B) ve Ali (X) arasındaki denge durumu bozulmuş olur. Dengenin yeniden sağlanabilmesi için Mehmet'in Ayşe'yi, o dosyaları hazırlamak zorunda kaldığına ikna etmesi gerekir. Ya da Ayşe, kendi hatasını kabullenerek Mehmet'e hak verebilir. Veya Ali ve Ayşe karşılıklı konuşarak sorunu çözebilirler. Başka bir çözüm ise Ayşe'nin, o iş yerinde hiçbir şeyin bir daha eskisi gibi olmayacağını düşünerek işi bırakması ve yeni bir iş aramaya karar vermesidir. Bu arada Ayşe'nin yerine de başka biri alınır. Böylece denge durumu yine sağlanmış olur. Burada önemli olan sistemin varlığının sürmesidir. Eğer sistemin işleyişinde rol alan birimlerden biri ya da birkaçı arasında sistemin genelini etkileyecek biçimde ilişki sorunu ortaya çıkmışsa, ya bu sorun giderilir ve iyi ilişkiler yeniden başlatılır ya da sorunlu birimler sistem dışına atılır.



Şekil: Newcomb'un ABX modeli

Festinger'in Bilişsel Uyumsuzluk Modeli

Denge kuramları içerisinde Leon Festinger'in bilişsel uyumsuzluk modelinin de önemli bir yeri vardır. Festinger modeli daha çok kişinin kendi içinde yaşadığı uyumsuzluklar üzerine kurulmuştur (İnceoğlu,1985:28)). Kendi içinde uyumsuzluk yaşayan kişi huzursuz ve mutsuz olur. Uyumsuzluk giderilene kadar kişi iç huzursuzluktan kurtulamaz. Örneğin, Ayşe mezuniyet balosuna katılmayı çok istiyor. Ancak baloda giyecek giysisi yok. Bir giysi alabilmek için yeterli paraya da sahip değil. Ama bir yandan da arkadaşlarıyla bir arada olmaya can atıyor. Ayşe, içini kemiren bu ikilemden kurtulmak için bir karar vermek zorunda. Ya baloya sıradan bir giysiyle gitmeyi göze almalı ya da balo fikrini kafasından tümüyle atarak huzura ermelidir. Sonunda Ayşe baloya gitmemeye, ama balonun bitiminin ardından eğlencenin devam edeceği bara gitmeye karar vererek sorunu çözer ve huzura erer. Böylece denge durumu yeniden sağlanmış olur.

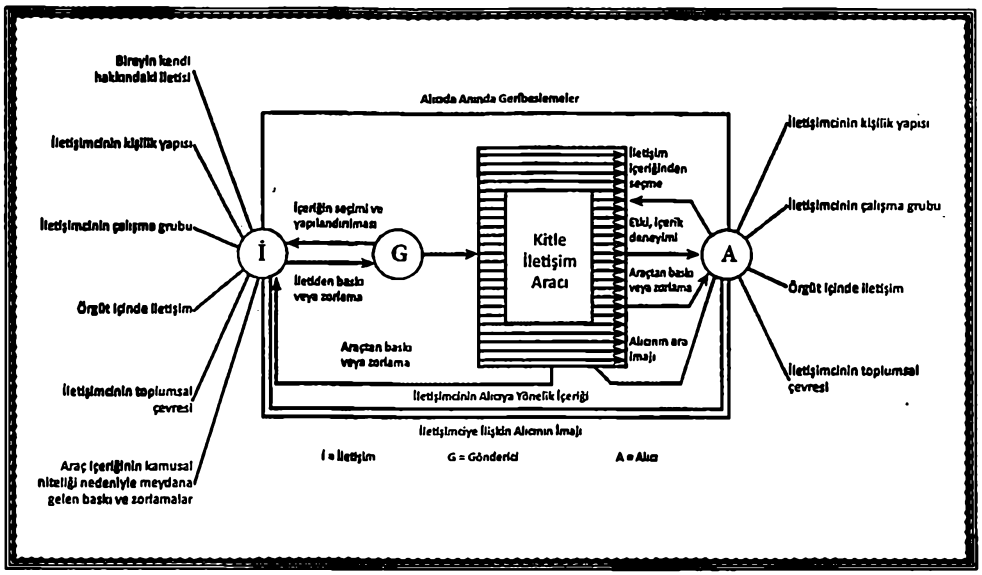
Denge Modellerine İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme

Denge kuramı etkisinde gelişen her üç model de davranışçı ve de işlevselci okulların baştan beri iletişime ve kitle iletişim araçlarına yönelttikleri iyimser bakışın belirgin bir yansıması olarak görülebilir. İletişimi uzlaşma ve uyum boyutuna indirgeyen bakış içerisinde gelişen bu tür modellerin II. Dünya Savaşı sonrası yıllarda geliştiğini belirtmiştik.

Denge kuramlarının temelini etkileşimci yaklaşımın oluşturduğu, katıksız işlevselci yaklaşımın içerisinde geliştirildikleri görülmektedir. Bu nedenle de denge kuramları sistemlerin süreğenliğini savunurlar. Sistemlerde birtakım çelişki ve çatışmalar çıksa bile bunlar mutlaka ortadan kaldırılır ve sonunda denge durumu yeniden sağlanır. Dolayısıyla da denge kuramlarında sistemlerin değişimi, dönüşümü, hatta ortadan kalkmaları diye bir şey söz konusu değildir. Bu demektir ki denge kuramları toplumsal sistemlerde evrimsel veya devrimsel, özellikle de devrimsel dönüşümleri yok sayarlar. Denge kuramlarında kişinin değişimi, dönüşümü, davranışlarına, ilişkilerine yeni bir yön vermesi, bulunduğu ortamdan çıkıp gitmesi de büyük ölçüde kabul edilmez. Kişi her ne yaşıyor olursa olsun, içerisinde bulunduğu koşullarda sorunu çözmeli ve yaşamını sürdürmelidir.

Aracın Baskısı, Alıcının Muhalefeti

İletişim modellerinde ezber bozan bir model olarak da nitelendirilebilir Alman araştırmacı Gerhard Maletzke tarafından geliştirilen kitle iletişim modeli (McQuail ve Windahl,2005:64). Modelin ana fikri, kitle iletişimin çok sayıda sosyal psikolojik etmenin etkisinde gerçekleştiği, dolayısıyla da oldukça karmaşık bir süreç olduğu yönündedir. Karışıklığa dikkat çekmesi, modelin de oldukça karmaşık bir formülasyonla kurulmasına yol açmış olmalı.



Şekil: Maletzke Modeli

Model özünde gönderici, araç ve alıcı ögeleri üzerine kurulmuştur. Bu üçlü ilişkide öncelikle vurgu yapılan nokta kitle iletişim aracı ve alıcı arasındaki ilişkidir. Alıcı kitle iletişim aracının baskısı ve dayatması altındadır. Kitle iletişim aracı ve alıcı arasındaki bu ilişki her araç için farklı biçimde yansır. Bu durum, alıcının algılamasını da etkiler. İnsanların bir opera yapıtını radyodan dinlemekle televizyondan ya da sahnede canlı performans olarak izlemeleri arasında etki açısından büyük farklılık vardır.

Araç indirgemeci bakış açısıyla model McLuhan'ı anımsatsa da araca yüklenen misyon açısından her iki görüş belirgin ölçüde birbirinden ayrılır. McLuhan'ın araca yüklediği belirleyicilik tümüyle olumluyken, Maletzke'nin yüklediği anlamda baskı ve zorlama nitelemesi var. Diğer yandan Maletzke'nin aracı öne çıkaran bakışında alıcıyı tümüyle yok saymak yönünde bir tavır okunmamakta.

Maletzke'nin kitle iletişim modeli buraya kadar ele alınan modellerden daha ayrıntılı ve sorgulayıcıdır. Örneğin, bu modelde alıcının içerisinde bulunduğu ortama dikkat çekilir. Alıcının hangi ortamda, hangi koşullar altında, nasıl bir algılama gerçekleştirdiğine bakılır. Dolayısıyla izleyicinin edilgin konumda tanımlanması söz konusu değil. Ancak belli koşullar altında belli algılamaların gerçekleştirilebileceği vurgusu vardır ve bu önemlidir. Bu yaklaşım bir yanıyla da Marx'ın, "insanlar kendi tarihlerini kendileri yaparlar, ancak belirlenmiş koşullar içerisinde" sözünü anımsatmaktadır. Maletzke'nim modeline göre de alıcı edilgin değildir, ancak içerisinde bulunduğu koşullar ve kitle iletişim aracının baskı ve dayatması onun seçimlerini ve algılamasını etkiler. Model sırf bu yanıyla bile diğerlerinin çok önüne geçer. Anımsanacağı gibi şu ana kadar ele alınan model-

lerde sığ ve bağlamsız bir bakış vardı. Oysa burada iletişim sürecinin içerisinde gerçekleştiği bağlama, ortamsal koşullara dikkat çekilmekte. Bu bütünlükçü bakışıyla modelin, bir yanıyla da Gestalt Okulu'ndan izler taşıdığı söylenebilir.

Modelde aracınki kadar olmasa bile göndericinin rolü de oldukça önemlidir. Gönderici alıcıya hangi iletiyi nasıl ve ne oranda göndereceği konusunda derin hesaplar yapar. Hangi gönderinin kimler için çekici geleceğini hesaplar ve gönderi formatını bu hesaplara göre yapar. Alıcıya gönderilen iletiler, alıcının koşulları dikkate alınarak formüle edilse bile göndericinin amaçlarına hizmet eder. Gönderici alıcının gereksinimlerini değil, kendi gereksinimlerini tatmin etmek için ileti gönderir. Gönderilen iletilerin göndericinin beklentileri doğrultusunda alınması ve beklenen etkiyi yapması için gönderici alıcının talep ve koşullarını dikkate alır. Ama sonuçta asıl önemli olan kendi talepleridir. Bu nedenle de kitle iletişim araçları yoluyla alıcılar üzerinde baskı ve dayatma uygulanarak iletilerin bir biçimde alınması ve kullanılması sağlanır. Burada Marcuse'nin yapay gereksinimler kavramını anımsamakta yarar var. Maletzke'nin kitle iletişim araçlarının baskı ve dayatması dediği şey aslında tam da budur. Alıcıda önce belli bilgilere ilişkin gereksinim yaratılması, ardından da o bilgileri içeren gönderimin yapılması.

Maletzke'nin modelinin Avrupa'nın protest açıdan en hareketli dönemlerinden birine rastladığı gözlenmektedir. Sistem karşıtı gençlik hareketleriyle kaynamakta olan bir Avrupa. Kendisine ve çevresine sorgulayıcı bakabilen, kendi kararlarını vermeye çalışan insanlar (gönderici ve alıcı), izleyiciyi kuşatmış bir kitle iletişim araçları ortamı.

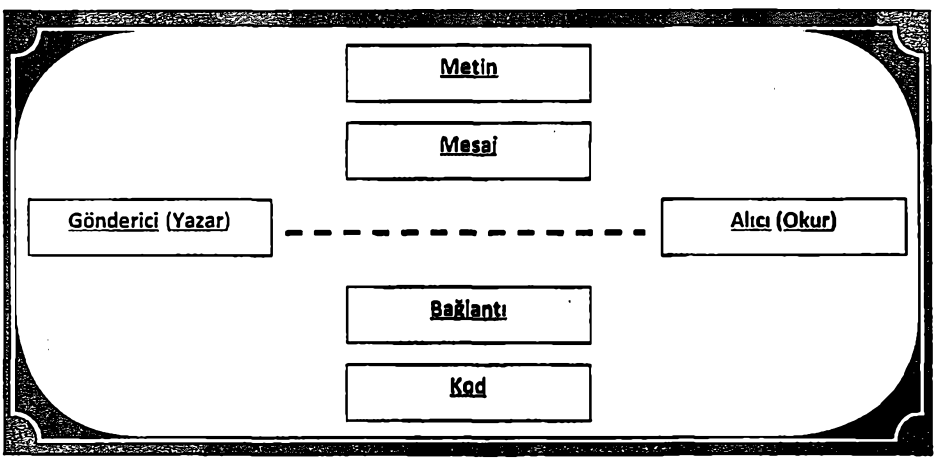
Model ayrıca gönderici, alıcı ve aracın içerisinde yer aldığı ortamı ve ilişkileri sorgulaması açısından anaakım iletişim çalışmalarının da bir ölçüde dışına çıkmış gibidir.

Süreç Görüşünden Alan Görüşüne Geçiş
Jakobson Modeli

Roman Jakobson'un 1960 yılında geliştirdiği model bir geçiş modeli olarak da görülebilir. Jakobson bir göstergebilimcidir, iletişimi hem bir süreç olarak hem de bir anlam üretim alanı olarak ele alır. Bu ikili görüşü onu iki anlayış arasında köprü görevi görecek bir model geliştirmeye yöneltir (Fiske,1996:56).

Jakobson öncelikle iletişimin oluşturucu etmenleri konusunda bir modelleştirmeye gider. Ona göre iletişim sürecinin gerçekleşebilmesi için altı etmene gereksinim var. **Gönderici, ileti** ve **alıcı** bunların ilk üçüdür. Jakobson'a göre iletişimin doğrusal işleyişi de göndericinin, alıcıya ileti göndermesiyle başlar. İleti bir bağlam içinde gönderilir. O halde **bağlam** Jakobson'un bir diğer oluşturucu etmenidir. Bağlamın modele eklenmesiyle birlikte model üçgensi bir yapıya dönüşür. Ki bu, çizgisel işleyişin bozulmaya uğradığı ilk aşamadır. Jakobson işleyişe bir etmen daha ekler. Gönderici ve alıcı arasındaki temas. Bu etmenin işleyişe eklenmesiyle birlikte model üçgensi yapıdan dörtgensi yapıya dönüşür. Bu aşa-

ma, modeli doğrusal işleyişten daha da uzaklaştırır. Jakobson işleyişe altıncı bir etmen daha ekler: Kod. Böylece Jakobson'un modelinde iletişim dörtgen bir alanda işleyiş gösterir. Doğrusal bir işleyişten dört köşeli bir etkileşim alanına, başka bir deyişle bir anlam üretim alanına dönüşmüş olur ki bu da ibrenin, iletişimin işleyişini doğrusal süreç olarak tanımlayan yaklaşımlardan anlam üretim alanı olarak tanımlayan göstergebilimsel yaklaşımlara doğru döndürülmesi demektir. Jakobson'un bu modeli böylece iletişimde süreç yaklaşımı ve anlam üretim yaklaşımı arasında bir köprü görevi görür.



Şekil: Jakobson'un oluşturucu etmenler modeli

Jakobson, ayrıca geliştirdiği dörtgen modelde yer verdiği etmenlere birtakım işlevler yükleyerek modelini çok daha insan merkezli bir boyuta çeker. Buna göre gönderen etmeni ile duygulandırıcılık işlevini ilişkilendirir. Gönderen, iletişimsel bir edimi başlatmak için diğer etmenleri duygusal olarak etkileyerek işleyişe dahil olmalarını sağlar. Örneğin, işinde yükselmek isteyen memur, amirinin gözüne girmek için iş performansını yüksek tutmaya, tavır ve davranışlarını ona göre organize etmeye çalışır. Sürecin diğer ucundaki alıcı ise çağrı işleviyle ilişkilendirilir. Memur, işinde ortaya koyduğu başarılarla amirini, kendisini anlamaya çağırır. Bağlam etmeni ise göndergesel işlevle ilişkilendirilir. Göndergesel işlev iletişimin yaşamla ilişkilendirilmesi düzeyinde büyük önem taşır. Göndergenin gerçekçi bir tavır izlemesi ya da izlememesi, anlaşılırlığı, ikna ediciliği vs. açısından önemlidir. İleti etmeniyle de şiirsellik işlevi ilişkilendirilir. Ki bu iletinin kod ve anlatı yapısı açısından önem taşır. İleti, iletişimsel edimin biçimine, bağlamına, gönderici ve alıcının özelliklerine göre daha çok şiirsel ya da daha az şiirsel olabilir. Liseli bir gencin karşı cinsten birine aşkını ilan etmesi sırasında kullandığı dil ile meslek yaşamında ilerlemiş, olgun yaşta birinin aynı amaçlı iletişiminde anlatı açısından önemli farklılıklar vardır. Jakobson modelinde temas etmeni ise ilişki amaçlı işlevle ilişkilendirilmektedir. İletişimsel edimin amaçsal ve ortamsal koşul-

larına göre gönderici ve alıcı arasındaki ilişki amaçlı işlev değişebilmektedir. Birbirlerine daha açık ya da daha kapalı olabilmektedirler. Kod etmeniyle ilişkilendirilen işlev ise üstdilsel işlev olarak adlandırılır. Kurumuş ve ağaçtan düşmüş yapraklar çöptür ve süpürülerek çöpe atılır. Ama bir genç kızın anı defterinin sayfaları arasına sıkıştırılmış kuru bir yaprağa başka bir anlam yüklenmiştir. Defter arasına saklanan kuru yaprak Jakobson'un bakışına göre bir üstdil işlevi üstlenmiştir (Blackburn, 2007:15).

Jakobson, modelinde iletişimin süreç olarak değerlendirilemeyecek kadar karmaşık, çizgisel olamayacak kadar çok yönlü ve girift olduğuna dikkat çekmektedir. Modelde araca yer verilmemiş olması, daha doğrusu aracın, diğer modellerde olduğu gibi teknolojiyle örtüştürülmemiş olması, bunun yerine insan ögesinin, bağlamın ve iletinin öne çıkarılmış olması iletişimin işleyişinin göstergebilim anlayışına doğru kaydırıldığına işaret etmektedir. Diğer yandan gönderici ve alıcı etmenlerin ortamsal, duygusal, ruhsal ve bilişsel olmak üzere psikolojinin, sosyal psikolojinin ve dilbilimin kuram ve kavramlarına gönderme yapılarak tanımlanmaya çalışılması, iletişimi karmaşık ve girift bir etkileşim alanı olarak ele alınma eğilimini ortaya koymaktadır.

Burada anımsatılması gereken bir nokta 60'lı yıllarda iletişim alanında, daha sonraki bölümlerde üzerinde durulacağı gibi önemli bir paradigma değişikliği olmasıdır. Etki–tepki kuramının etkisinde geliştirilen iletişimin süreç, izleyicinin ise edilgin olduğu yolundaki savların, yerini iletişimin süreç olmadığı, izleyicinin de edilgin değil etkin olduğu savlarına bırakmasına da tanıklık eder. Jakobson'un modelini ve benzeri modelleri ele alırken bu tür genel ortamsal koşullara bakmakta da yarar var.

Özet

Bu bölümde olgu ve kavram olarak iletişim üzerinde duruldu. İletişim denildiğinde ne anlaşıldığı, ne anlaşılması gerektiği, iletişimin biçimlerine, düzeylerine ilişkin genel bir çerçeve oluşturulmaya çalışıldı. Bunların ardından iletişimin işleyişinde temeli oluşturan ögelere yer verildi. İletişimin işleyişini tanımlamaya yönelik bazı temel modeller üzerinde duruldu. Buna göre iletişimin temel modelleri olarak bilinen söz konusu formülleştirmelerin her birinin iletişime farklı bir bakış açısıyla yaklaşarak onu tanımlamaya çalışan farklı bir anlayışın ürünü olduğu vurgulandı. Bu anlamda iletişimi doğrusal süreç olarak gören anlayış çerçevesinde Lasswell'in iletişim modeline yer verildi. Aynı şekilde iletişime teknik açıdan ilgi duyan Shannon ve Weaver'in enformasyon modeli ele alındı. Her iki modelde de iletişim doğrusal işleyen, başı ve sonu belli bir süreç olarak ele alınmaktadır. Bunların ardından iletişimi doğrusal bir süreç, ama aynı zamanda da sürekliliği olan bir karşılıklı etkileşim olarak gören Westley ve MacLean'in modeline yer verildi. Bunların ardından iletişimi çizgisel, ancak sürekliliği olan, dairesel bir işleyiş biçimi olarak ele alan modellerden söz edildi. Ki Gerbner'in kültürel

göstergeler modeli de bunlardan biridir. Özellikle psikolojiden ve sosyal psikolojiden gelen bazı araştırmacılar için iletişim sistemin dengede kalmasını sağlayan bir ilişkidir. İletişimi, denge kuramları açısından tanımlayan Heider, Newcomb ve Festinger'in modelleri bu açıdan önemlidir. Maletzke'nin modeli ise iletişimde insanı öne çıkarması, ama onun da üzerinde kitle iletişim aracının gücünü vurgulaması açısından önemlidir. Maletzke geliştirdiği modelde iletişimi karmaşık bir güç birleşmeleri ve çatışmaları ortamı olarak ele alır. Jakobson'un modeli ise iletişime ilişkin anlayışlardaki paradigma değişikliğinde köprü görevi gören bir modeldir. Jakobson, modelini doğrusal işleyişi ve süreç anlayışını dikkate alarak başlatır, ancak anlamsal üretimin etkileşim alanı anlayışıyla geliştirir ve tamamlar. İletişim alanında geliştirilen modellerin bunlarla sınırlı olmadığını belirtmiştik. Ancak onların tümüne burada yer vermek hem gereksiz hem de bu kitabın kapsamı açısından anlamsız olacaktı. Burada yer verilen modeller ise iletişimin bilimsel bir disiplin olarak biçimlenmesi sürecine yön veren kuram ve yaklaşımlara temel oluşturmaları açısından önemlidir.

Bölüm III

Kitle İletişim Araçları ve Etki

Giriş

İletişimin sosyal bilimler içerisinde bilimsel bir disiplin olarak yer almasına ilişkin çabaların 1920'lerde başladığı, ancak iletişim ve propagandanın öneminin keskin biçimde fark edildiği II. Dünya Savaşı yıllarında ivme kazandığı görülmektedir. İletişim biliminin oluşum süreci olarak nitelenebilecek bu dönemdeki çalışmaların genel olarak iki sorun veya amaca odaklandığı dikkati çeker. Birincisi iletişimin kavramsal ve kuramsal çerçevesinin oluşturulması, ikincisi ise iletişimin ve de kitle iletişim araçlarının etkisinin ölçülmesi. Birincisine ilişkin çaba ve gelişmeler önceki bölümde özetlenmeye çalışıldı. İletişimin, özellikle de kitle iletişim araçlarının etkileri üzerinde yoğunlaşan çalışmalara da bu bölümde yer verilmektedir.

İletişim alanının ilk yirmi, otuz yılına egemen olan etki çalışmalarının alan ve laboratuvar olmak üzere iki boyutta gerçekleştirildiği gözlenmektedir. Aslında iletişim biliminin kendi başına bir disiplin olarak gelişmesinin temelinde de etki sorunsalı vardır. I. Dünya Savaşı'nın acıları sarılmadan dünyanın ikinci büyük felaketle karşı karşıya kalması dikkatlerin kitle iletişim araçlarına çevrilmesine yol açmış. Önce siyaset bilimciler, ardından sosyal bilimlerin diğer alanlarında uzman araştırmacılar *iyi iş çıkarırız* düşüncesiyle alana akın etmişlerdir. Bu akışa kısa sürede üniversiteler, çeşitli araştırma şirketleri, resmi ve özel kuruluşlar da ilgi gösterince iletişim alanında çok boyutlu bir çalışma ve araştırma süreci başlamış oldu.

Alandaki ilk çalışmaların ağırlıklı olarak propaganda konusuna yoğunlaştığı görülmektedir. Ki bunda Harold Lasswell'in öncülüğü önemlidir. Ancak daha öncesinde Walter Lippmann'ın *Public Opinion* (*Kamuoyu*) (1922) adlı kitabıyla kapıyı ilk aralayanlardan biri olduğunu da göz ardı etmemek lazım. Alandaki ilk

çalışmaların olguyu tanımlama, alanı tanıma, sınırlarını belirleme çabaları biçiminde geliştiği gözlenmektedir. Ki önceki bölümde söz ettiğimiz temel modeller de çoğunlukla bu öncü çalışmaların ürünü olarak ortaya çıkmıştır. İletişim bilimlerine temel oluşturan çoğu önemli çalışmanın ise II. Dünya Savaşı sırasında ve savaş ortamının dinamiklerinin kullanımıyla gerçekleştirildiği görülmektedir. Dolayısıyla da insanlık için yıkım olan savaş yılları diğer yandan da yeni bir bilim dalının gelişmesine ortam oluşturmuştur. Savaş sırasında gerek cephede gerekse de sivil toplumsal alanlarda yapılan çeşitli araştırmalarla iletişim bilimlerine temel oluşturacak nitelikte önemli yöntembilimsel ve kuramsal gelişmeler sağlanmıştır.

XX. Yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren gerek doğal ortamda gerekse de laboratuvar ortamında, kitle iletişim araçlarının etkisini ölçmek amacıyla pek çok araştırma yapıldığı gözlenmektedir. Çoğunlukla da Amerikalılar tarafından, davranışçı okulun ve işlevselci yaklaşımın etkisinde tasarımlanan ve gerçekleştirilen araştırmalardan çıkan sonuçlar iletişim biliminin kuramsal temelini oluşturmaktadır. Özellikle de Amerikalı araştırmacıların, yaptıkları araştırma sonuçlarını geniş kesimlere duyurmaları, ilgili toplum kesimlerinin bilgisine sunmaları, raporlaştırarak ya da kitaplaştırarak dağıtmaları, Amerikan pragmatizminin ve amprisizminin iletişim alanında da egemen paradigma olarak ağırlığını koymasına yol açmıştır. Anaakım (mainstream) adıyla bilinen paradigmanın 1960'lara kadar mutlak egemenliğini ve saygınlığını koruduğu dikkati çeker. Ancak 1960'lı yılların başlarından itibaren sosyal bilimlerin diğer alanlarında olduğu gibi iletişim alanında da farklı bakış açılarının, dolayısıyla da farklı paradigmaların etkisini göstermeye başladığı gözlenir. XX. Yüzyılın ilk çeyreğinden başlayarak iletişim bilimlerine yön veren ve kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yoğunlaşan çalışmalar devam ededursun, 1950'li yılların ortalarından itibaren söz konusu araçların yapı ve işleyişlerini ekonomipolitik, kültürel, sosyolojik vb. açılardan analiz etmeye dönük çalışmaların da başladığı gözlenmektedir. Bu da aslında anaakım paradigmanın tahtının sarsılmakta olduğu anlamına gelmekteydi.

Bu bölüm de ağırlıklı olarak etki araştırmalarından oluşan anaakım iletişim çalışmaları serüveninin bir izsürümü biçiminde kurgulandı. İlk olarak anaakım iletişim kuramlarının öncüsü sayılan ve güçlü etki sinyalini veren çalışmalar, ardından sınırlı etkiyi bulgulayan araştırmalar, bunların yanı sıra da yine etki konusunu sorgulamaya yönelik olarak gerçekleştirilen laboratuvar deneyleri üzerinde durulacaktır. Son olarak da ampirik (görgül) iletişim çalışmalarının sorunlu yanlarına dikkat çekilecektir.

Kitle İletişim Araçlarının Sihirli Gücü

Kitle iletişim alanında yapılan ilk araştırmaların, geliştirilen ilk model ve kuramların odaklandığı ortak görüş kitle iletişim araçlarının etkisinin güçlü, hatta sınırsız olduğu yönündedir. Öyle ki ilk araştırma sonuçlarıyla elde edilen bulgularda kitle iletişim araçlarına adeta sihirli bir güç atfedilmiştir. Alanda geliştirilen ilk

modellerin sihirli mermi, şırınga gibi benzetmelerle adlandırılmasının da arkasında bu görüş yatmaktadır. 1920'li ve 30'lu yıllarda egemen yaklaşım olarak bilinen *etki-tepki kuramı* (Erdoğan-Alemdar,2010:108) etkisinde yapılan çeşitli alan ve klinik deneylerin de bu yöndeki görüşe bilimsel destek vermeleriyle kitle iletişim araçlarının etkilerinin sınırsız olduğuna ilişkin görüşlerin bu yönde bir kuramsal temele oturtulmasını kolaylaştırmıştır.

İletişim alanında küçük çaplı çalışmaların XX. Yüzyılın ilk yıllarında başladığını kitabın girişinde belirtmiştik. Ancak bunlar diğer bilim dalları içerisinde ve kapsamında atılan küçük adımlardı. İletişim alanındaki çalışmalar ise kitle iletişim araçları merkezli olarak 1920'lerin sonlarına doğru başlar. I. Dünya Savaşı sırasında gazetenin bir ölçüde propaganda aracı olarak kullanılmasına ilişkin ilk denemeler ilgili çevrelerin dikkatini bu araca yönlendirir. Ama kitle iletişim araçlarının propaganda aracı olarak asıl etkin kullanımının II. Dünya Savaşı yılları olduğunu biliyoruz. Bu yönüyle II. Dünya Savaşı'nda yalnızca birtakım yeni savaş tekniklerinin denenmesiyle yetinilmez, aynı zamanda kitle iletişim araçları dolayımlı yeni propaganda tekniklerinin de denenmesi söz konusu olur. Kitle iletişim araçlarının etkilerini ölçmeye yönelik araştırmaların çoğunun savaş yıllarında gerçekleştirilmesi de bu saptamanın çok haksız olmadığını göstermektedir. Bu araştırmalara yeri geldikçe ayrıntılı olarak değinilecektir. Ama burada öncelikle kitle iletişim araçlarının insanlar ve toplum üzerindeki etkilerini ölçmeye yönelik çalışmaların nasıl bir gelişme süreci izlediğine bakmakta yarar var.

Etki Ölçümünde İlk Çalışmalar

Lasswell'in Öncü Rolü

Walter Lippmann'ın (1922) kitabı kamuoyu, halkla ilişkiler, tanıtım gibi konular üzerinde düşünülmesinde, kamuoyunun oluşturulmasında, dikkatlerin kitle iletişim araçlarına çekilmesinde önemli bir öncü çalışma olur. Lippmann'ın açtığı yolda Lasswell devam eder. Chicago Üniversitesi'nde siyaset bilimi kürsüsünde görev yapmakta olan Harold Lasswell bu anlamda ilk öncü çalışmaları başlatır. 1927 yılında propaganda üzerine yazdığı kitapta gazetenin rolüne özellikle vurgu yapar. Lasswell, çalışmasında I. Dünya Savaşı sırasında yayımlanan gazetelerin Amerikan propagandasına ilişkin metinlere ne oranda ve nasıl bir içerikle yer verdiklerini inceler. Gazeteler üzerine yaptığı çalışmalar Lasswell'i, bir önceki bölümde üzerinde durduğumuz *kim, kime, hangi kanaldan, hangi etkiyle, ne söyler* biçimindeki ünlü formülünü oluşturmaya yöneltir.

Lasswell kitle iletişim araçlarının propaganda işlevi üzerine yoğunlaştırdığı çalışmalarında söz konusu araçların başka işlevlerini de bulgular. Bu konuda ilk bütünsel ve sistematik sınıflandırmayı yapan Lasswell (1997) söz konusu araçların üç temel işlevini saptar.

-Çevrenin gözetlenmesi,
-Toplumun parçaları arasında bütünlük sağlanması,
-Kuşaklar arası kültür aktarımının gerçekleştirilmesi.

Lasswell (1971) I. Dünya Savaşı sırasındaki propaganda etkinliklerini dikkate alarak kaleme aldığı kitabında savaşta para ve insan gücü aktarımı kadar bilgi aktarımının, yani iletişimin de önemli olduğunu vurgular. Savaş süresince Amerikalıların ve İngilizlerin uyguladıkları etkin propagandayla Almanları nasıl zor duruma düşürdüklerinden söz eder. Örneğin, İngilizler ve Amerikalılar vahşeti dünyadan yok etmek ve dünyaya barış getirmek için bu savaşa katıldıklarını sürekli olarak yinelerken, Almanları saldırgan, savaş yanlısı, barış düşmanı, işgalci vs olarak tanımlarlar. Öyle ki bu etkili karşı propaganda kampanyası sürecinde Almanların kendilerini savunmak ve kendilerine yönelik bu olumsuz imajı silmek için yapacakları hiçbir şey kalmamıştır.

Lasswell her ne kadar kitle iletişimin etkilerini ölçmeye yönelik somut araştırmalar yapmadıysa da gazete içeriklerine yönelik çözümlemeleriyle, geliştirdiği formülle, işlevlere ilişkin sınıflandırmasıyla kitle iletişim alanında daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalar için oldukça sağlam bir kuramsal temel oluşturmuştur (Laughey,2007:12). Lasswell'in modelinin özellikle de anaakım iletişim çalışmalarının güçlü etki kuramı için gerek kuramsal gerekse yöntembilimsel açıdan önemli bir temel oluşturduğu söylenebilir.

Payne Vakfı'nın Etki Araştırmaları ve İletişimde Şırınga Modeli

Kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki ilk araştırmaların Amerika'da 1929 ve 32 yılları arasında Payne Fund olarak bilinen bir araştırma vakfı tarafından gerçekleştirildiği bilinmektedir. Vakıf, sinemanın çocuklar ve gençler üzerindeki etkisini ölçmeye dönük toplam 13 araştırma yaptırır. Bu araştırmalarda filmin içeriği, izleyicinin profili ve çocuklar üzerinde oluşan etki olmak üzere üçlü sınıflandırmaya dayalı bir çözümleme tekniği uygulanır. Araştırmalar kapsamında yaklaşık 1500 film üzerinde içerik çözümlemesi yapılır. Çözümleme kapsamına alınan filmler şiddet, seks, suç, savaş, aşk, macera, gezi, porno vb. temalar açısından incelenir. Buna bağlı olarak da film izleyicisi çocukların izleme ediminin ardından hangi tavır, davranış ve duygusal yönelimler içerisine girdikleri gözlemlenerek etki ölçümü yapılmaya çalışılır.

Bu araştırmaların sonucunda başka etkenler devreye girmediği sürece sinemanın izleyici üzerindeki etkisinin oldukça güçlü olduğu bulgulanır. Buna göre sinemaya giden çocukların çoğunun gerek duygusal gerekse davranışsal yönelimlerini, izledikleri filmlerin etkisinde biçimlendirdikleri gözlenmiştir. Dolayısıyla da izlenen filmlerin, çocuk izleyicileri öğrenme ve tutum değişikliği süreçlerinde önemli ölçüde etkilediği saptanmıştır. Öyle ki Payne Vakfı tarafından ger-

çekleştirilen araştırmalardan elde edilen sonuçlar kitle iletişim araçlarının güçlü etkilerine gönderme yapmaktaydı. Söz konusu araştırmalardan elde edilen sonuçların dönemin egemen yaklaşımı olan ***etki-tepki*** kuramıyla da tutarlılık gösterdiği dikkati çeker. İletişimde özellikle de ***şırınga modeli*** olarak bilinen modelin de bu araştırmalardan elde edilen bulgular sonucu geliştirildiği söylenebilir.

Payne Vakfı tarafından gerçekleştirilen araştırmaların öncü çalışmalar olmaları açısından önemsenmeleri elbet de gereklidir. Ancak söz konusu araştırmaların gerçekleştirildiği dönemin ortamsal koşullarının da göz ardı edilmemesi gerekir. Şöyle ki o dönemde sinema yeni bir kitle iletişim aracı olmanın büyüleyesi çekiciliğini taşımaktaydı. Diğer yandan çocukların ve gençlerin ulaşabildikleri bilgilendirici ve eğlendirici kitle iletişim araçları sınırlıydı. Gazete çocuklar için fazla entelektüel kalıyordu. Radyo henüz çok yaygın olmamasının yanı sıra salt haber içerikli bir araç olması açısından da çocukların ilgisini çekmeye elverişli değildi. Geriye yalnızca sinema kalıyordu. Ayrıca o dönemlerde çoğu anne babanın da çocuklar ve gençler üzerinde gerekli yönlendirmeyi yapabilecek entelektüel düzeye sahip olmadıkları gerçeğini göz ardı etmemek gerekir. Bunların yanı sıra Payne Vakfı tarafından gerçekleştirilen araştırmaların yöntembilimsel zayıflıklarını da unutmamak gerekir. O yıllarda sosyalbilimlerde araştırma yöntem ve tekniklerinin henüz çok yetersiz olduğu düşünülecek olursa Payne Vakfı tarafından yapılan araştırmaların da aynı sorunu taşıması doğaldır. Lowery ve DeFleur'a (1995:382) göre de söz konusu araştırmalarda kontrol grubu kullanılmaması, etki ölçümüne yönelik görüşmelerin izleme ediminin hemen ardından yapılması, çocukların aile yapılarının, grup ilişkilerinin vb. diğer bireysel ve toplumsal etkenlerin araştırma sürecinin dışında bırakılması elde edilen bulgulara ilişkin birtakım kuşkuları da gündeme getirmektedir.

Payne Vakfı'nın etki ölçüm araştırmaları yöntembilimsel anlamda çok zayıf kalsalar da öncü çalışmalar olmaları bakımından önem taşırlar. İzleyiciyle görüşmeler yoluyla iletişim alanında gerçekleştirilen ilk araştırmalar olmaları açısından da iletişim çalışmalarının kilometre taşlarından biri olarak kabul edilmeleri gerekir.

Korku ve Panik Anında Etkiye Açıklık

Korku, panik ve etki arasında yakın bir ilişki olduğu çeşitli araştırmalarla da saptanmıştır. İletişim alanında bu konudaki en bilindik örnek 1938 yılında Amerika'da yaşanan olay ve ardından sosyal psikolog Hadley Cantril ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmadır. Radyonun etkileri üzerinde çalışmakta olan Cantril aslında beklenmedik biçimde karşısına çıkan bir fırsatı değerlendirerek araştırmasını yapar (Cantril, Gaudet, Herzog,1966).

Yıl 1938. Tarih 30 Ekim. Sabahın saat 08-09 sıraları. Amerikalılar CBS'te, Orson Welles'in romanından uyarlanmış bir oyunu "Yıldız Savaşları"nı dinlemekteler. Oyun, spikerin araya girmesiyle bir anda kesilir. Radyoda her gün ana haber

bültenini sunan spiker bu kez bir felaket haberi veriyordu. Marslıların ellerinde silahlarla dünyaya saldırıya geçtiklerini, eli silahlı askerlerin hızla New York'a yaklaştıklarını, herkesi öldüreceklerini, gelişlerinin radyonun penceresinden de görüldüğünü panik dolu bir ses tonuyla aktaran spikerin konuşmasını "eyvah radyo da gitti!" sözleriyle aniden kesmesiyle insanlar öylesine paniğe kapılırlar ki, radyonun hala yayınına devam ediyor olmasının bile farkında olmaksızın korkuyla evlerinden dışarı fırlar ve yığınlar halinde New York'un dışına doğru koşarlar. Yapılan araştırma, en az altı milyon kişinin radyodan yayınlanan oyunu dinlediği ve bunların en az bir milyonunun korkudan şok geçirdiğini, evini, kentini terk ederek uzaklaştığını ortaya koymuştur.

Bu yayından hemen sonra Cantril ve asistanları oyunu dinleyen 135 kişi üzerinde yaptıkları araştırmada onlardan 100'ünün panik yaşadıklarını saptarlar. Dinleyicinin bu denli büyük panik yaşamasının belki de en önemli nedenlerinden biri oyunun "kanlı savaş" başlıklı bölümünün, bilindik haber spikeri tarafından haber formatında sunulmuş olmasıdır.

Cantril insanların bu radyo oyunundan böylesine güçlü biçimde etkilenmelerinin nedenlerini şöyle sıralar:

-İnsanlar oyunu güvendikleri ve duymaya alışık oldukları bir sunucudan dinlemişlerdi.

-Oyunun alışılmış haber formatında sunuluşu kuşkuyu engellemiş, güvenilirliği güçlendirmişti.

-Radyonun halkın gözündeki yüksek güvenilirliği.

-Spikerin başarılı sunumu.

-Oyunda gerçek mekanlara gönderme yapılması.

Cantril, insanların bir kısmı etki altında kalırken, aynı etkinin diğerlerinde ortaya çıkmamasının nedenlerini ise entelektüel yeterlilik, sorgulayıcı ve eleştirel bakış ve eğitim düzeyi ile ilişkilendirir. Buna karşılık ölüm korkusu, özgüven eksikliği, dini inançlar, basmakalıp yargılara bağlılık, kaygı yoğunluğu gibi durumların insanların etkiye daha açık olmalarına yol açtığı saptanır. Cantril'in araştırması iletişim alanında bugün de hala konuşulmakta olmasına karşın önemli birtakım sorunlar taşıdığını da belirtmek gerekir.

İletişimde güçlü etki savının ilk kez Cantril'in araştırmasıyla belirgin biçimde doğrulandığını görüyoruz. Ancak Cantril'in araştırmasının gerçekleştirildiği koşullara bakıldığında şu olumsuzluklar dikkati çekmektedir.

-Etki ölçümünün panik odaklı yapılması etkinin güçlü çıkmasında önemli bir etken olmuştur.

-Araştırma sonuçlarında da belirtildiği gibi koşulsuz etki söz konusu değildir. Eğitimsel ve entelektüel açıdan düşük düzeyde olanlarda etkinin yoğunluğunun daha fazla olduğu görülmüştür.

-Sunumun haber formatında verilmesi, insanların bir bakıma kandırılarak etkiye maruz bırakılması güçlü etki savı açısından araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini zayıflatmaktadır.

Diğer yandan korku ve paniğin ortaya çıkmasında, insanların etkiye açık olmasındaki rolünün önemli olduğu bilinmektedir. Nitekim günümüzde de reklam ve propaganda tekniklerinde korku ve panik ögesine sıkça yer verildiği gözlenir. Örneğin, Türkiye'de trafik kazalarının azalmasını sağlamak amacıyla şehirlerarası otoyol kenarlarına yerleştirilen afişlerde yer verilen yamulmuş, ezilip büzülmüş, korkunç görünüşlü adam resminin, onu tamamlayan "trafik canavarı olmayın" tümcesiyle birlikte ürpertici bir etki yarattığı çoğu kimse tarafından dile getirilir. Bir başka öngörü de son günlerde gerek medyanın gerekse de kamuoyunun gündemini oluşturan kıyamet günü söylentileri üzerinden verilebilir. Tam da bu tür söylentilerin yayıldığı şu günlerde birileri çıkıp da sosyal medyadan kıyamete ilişkin bir felaket haberi verse, bunun toplumsal paniğe yol açmaması mümkün olmazdı herhalde. Sonra da biz iletişimciler yine kolları sıvayıp sosyal medyanın güçlü etkilerini anlatmaya başlardık.

Yale Araştırma Grubunun Çalışmaları ve Koşullu Etki Görüşü

İletişimsel ilişkide Antik Çağlar'dan beri üzerinde belki de en çok durulan konulardan biri etkidir. Alıcının, gönderici tarafından iletilen iletiyi ne oranda aldığı ve kendi yaşamında nasıl ve ne oranda etkin olarak kullandığı sorusu Aristoteles'in *Retorik* adlı çalışmasının temel sorunsalını oluşturmakla kalmamış, o zamanlardan bu yana iletişimle ilgilenenlerin kafalarını en çok meşgul eden temel sorulardan biri olmaya da devam etmiştir. İletişimin bir bilim dalı olarak biçimlenmesinin temelinde de aynı merak etrafında oluşan sorulara yanıt arama çabalarının yattığı yadsınamaz. Öyle ki Aristoteles *Retorik*'inin temel çatısını oluşturan *ethos, pathos ve logos* kavramlarıyla da aynı soruna dikkat çekildiği bilinmektedir. İletişimi bir tarafın diğer tarafı ikna etme çabası olarak ele alan Aristoteles bu çabanın başarıya ulaşması sürecini de geliştirdiği söz konusu üç kavramla analiz etmeye çalışır. Ona göre başarılı bir iletişimsel edimin birinci koşulu iletilerin göndericisi konumundaki kişinin, yani konuşmacının tarz, tavır ve davranış biçimidir. Ki *Retorik*'te bunun kavramsal karşılığının *ethos* olduğunu görüyoruz. Konuşmacının fizik görünümü, tavır ve davranışları, ses tonu, konuşma biçimi, giyim kuşamı vb. izleyicinin, yani hedefin ilgisini çekmesi ve onda güven oluşturması açısından önemlidir. Konuşmacının özelliklerini konuşmanın, yani iletinin özellikleri tamamlar. İleti ne denli açık, doğrudan ve vurgulu hazırlanırsa izleyici tarafından algılanması, kabul edilmesi ve hayata geçirilmesi de o denli kolay olur. *Retorik*'te bunun kavramsal karşılığı *pathos*'tur. Ama konuşmanın anlaşılmasında ya da iletinin algılanmasında iletişimin hedefini oluşturan kişi veya kesimlerin, yani alıcının karakteristiği de önemli bir belirleyicidir. Bunun için de alıcının zihinsel, duygusal ve ruhsal özelliklerinin göz ardı edilmemesi gerekir. Konuşmacı konuşmasını, dinleyicilerinin özelliklerini dikkate alarak hazırlamalıdır. Gönderici, iletisini, alıcısının özelliklerini dikkate alarak oluşturmalıdır. Alı-

cının entelektüel düzeyinin veya zihinsel yetilerinin çok üstünde, oldukça soyut kavramsal örgüyle hazırlanan bir konuşmanın alıcıya ulaşması beklenmemelidir. Aynı şekilde alıcı veya dinleyici konumdaki kişilerin entelektüel düzeylerinin çok altında kalan, oldukça basit bir anlatısal örgüyle hazırlanmış bir konuşmanın da alıcının ilgisini çekmeyeceğini akıldan çıkarmamak gerekir Dolayısıyla da iletilerin hedefe tam olarak ulaşabilmesi ve hedef tarafından beklenilen ölçüde alınabilmesi için logos adı verilen dinamiğin işlevselliği göz ardı edilmemelidir (Demirdöğen, 2010:192). Aristoteles'in, söz konusu üç kavramı temel alarak ortaya koyduğu *Retorik* çalışmasının temel eksenini ise ikna oluşturmaktadır. İletişimin gönderici tarafındaki kişi veya kesim, ki Aristoteles kitabında bunu konuşmacı olarak adlandırır, izleyici üzerinde ne denli ikna edici olursa iletişimsel ilişki de o denli başarıya ulaşmış demektir. Bu da konuşmacının izleyicide güven oluşturmasıyla, izleyici tarafından inandırıcı bulunmasıyla olanaklıdır. Ama bunu, iletinin ve izleyicinin özellikleriyle de ilişkilendirerek ele almak gerekir.

İletişimsel ilişkinin ilk kez Aristoteles tarafından sistematize edilerek ele alınan ikna, inandırıcılık ve güvenilirlik gibi dinamikleri ondan bu yana da iletişim alanıyla şu ya da bu biçimde ilgilenen hemen herkesin üzerine yoğunlaştığı öncelikli konular olmaya devam etmiştir. Ama güvenilirlik, inandırıcılık ve ikna arasındaki ilk somut bulgulara, yaptığı araştırmalarla Yale Üniversitesi'nden Carl Hovland ve arkadaşlarının ulaştığı da bilinmektedir. Yale Üniversitesi tarafından psikolog Carl Hovland'ın başkanlığında *"Yale İletişim ve Tutum Değiştirme Programı"* başlığı ile II. Dünya Savaşı yıllarında başlatılan araştırmalar savaş sonrasında da uzun süre devam ettirilir (Hovland, Janis and Kelley, 1953). Söz konusu program kapsamında başlatılan bu çalışmalarda amaçlanan şey insanların hangi ortamlarda, hangi koşullar altında tutum değişikliğine ikna edilebildiklerine ilişkin birtakım sonuçlara ulaşmaktı. Çalışmalar Aristoteles'in ethos, pathos ve logos kavramlarını anımsatırcasına üç iletişimsel dinamik etrafında biçimlendirilir: Bunlar iletişimin kaynağı, iletinin karakteri ve bağlamı, alıcının özellikleri olarak sınıflandırılır. Bu üçlü sınıflandırma kısaca kim, kime, neyi, hangi etkiyle söylüyor biçiminde de özetlenebilir (Demirdöğen, 2010:194). Ki bu da bir yanıyla Harold Lasswell'in önceki bölümde üzerinde durulan iletişim modelini çağrıştırmaktadır.

Bir kesiti *"Neden Savaşıyoruz?"* adlandırmasıyla cephede, askerler üzerinde gerçekleştirilen araştırma dizisi sonucunda iletişimsel ilişkide özellikle kaynağın önemi konusunda ilginç bulgulara ulaşıldığı dikkati çekmekte. Araştırma nesnesi olarak Amerikan ve Rus gazetelerinin kullanıldığı, yanı sıra da propaganda içerikli filmlerin gösterildiği araştırmalarda elde edilen sonuçlara göre insanların güven duydukları kişi ve kurumlardan gelen bilginin doğruluğuna daha kolay inandıkları, dolayısıyla da tutum değiştirmeye daha kolay ikna oldukları saptanır (Jowett and O'Donnell, 1992: 133). Buna göre insanlar genellikle iletinin kendisinden önce kaynağına bakarlar. Eğer ileti ya da haber güvenilir bir kaynaktan geliyorsa güvenilirlik düzeyi de daha yüksek olur (Hovland,1953:36). Buna göre ABD Başkanı kay-

naklı verilen bir haberin hem sivil halk hem de cephedeki asker için yaratacağı güven ve moral diğer kaynaklardan verilen haberlere göre oldukça yüksektir.

Bunun bir örneğinin de 2009 yılının sonbaharından itibaren dünyayı sardığı iddia edilen domuz gribine ilişkin tartışmalar sırasında Türkiye'de yaşandığını anımsayalım. Sağlık Bakanı televizyon kanallarından, gazete manşetlerinden halka, aşılanmaları yönünde sürekli olarak çağrılar yaparken, en küçük bir hapşırıkta insanlar kendilerini hastane kapılarında bulurken, hastanelerde izdihamlar yaşanırken, Başbakan'ın, "ben grip aşısı olmayacağım" biçimindeki açıklamasıyla kafaların karışmaya başladığı, halkın biraz daha sakinleşmesinin yanında uzmanların da daha önce tereddütsüzce verdikleri tehlikeyi işaret eden demeçlerin yerini tereddütlü açıklamaların aldığı gözlendi. Bu örnek de göstermektedir ki kitle iletişim araçlarından gelen iletilerin ikna ediciliği üzerinde dururken iletilerin hangi kaynaktan, kimler tarafından verildiğine bakmayı da göz ardı etmemek gerekir.

Diğer yandan Carl Hovland ve arkadaşları söz konusu araştırma dizisini savaşın ardından da çeşitli ortamlarda ve laboratuvar koşullarında gerçekleştirmeyi sürdürürler. Araştırmalardan elde ettikleri ilginç bir bulgu da ikna ve entelektüel düzey arasındaki ilişkidir. Savaş sonrasında sivil ortamda gerçekleştirdikleri çalışmalarda, cephede yaptıkları araştırmalarda gözlemlenemeyen bir bulguya göre entelektüel düzeyi yüksek izleyiciler veya alıcılar için ileti, kaynağın önüne geçmekteydi. İletiyi anlamlı bulan, dolayısıyla da iletinin içeriğini inandırıcı bulan alıcılar için iletinin hangi kaynaktan geldiği çok önemli olmayabiliyordu. Buna karşılık entelektüel düzeyin düşmesine koşut olarak alıcının kaynağa ilgisi iletiye ilgisinin önüne geçiyor (Hovland vd, 1957). Cephede yapılan araştırmalarda askerin iletiden çok kaynakla ilgilenmesinin de altında aslında yine aynı gerçegin yattığını tahmin etmek zor olmasa gerek. Bununla ilgili olarak söz konusu araştırmalarda dikkati çeken önemli bir saptama da alıcının, ikna amaçlı iletinin sunum biçimiyle ilgilenmesiydi. Buna göre entelektüel düzeyi yüksek izleyici için tek yanlı propaganda içeren ikna amaçlı iletiyi yeterince kayda değer bulmamalarıydı. Karşı tarafa ilişkin bilgi içeriğine de sahip iletiler bu kişiler için tek yanlı bilgi içeren iletilere oranla çok daha inandırıcı ve ikna edici olabilmekteydi. Entelektüel düzey düştükçe alıcının tek yanlı bilgi içeriğine sahip iletileri inandırıcı ve ikna edici bulması ise kolaylaşıyordu (Hovland vd, 1949:225,akt:Demirdöğen,2010). Buna göre ikna sürecinde iletinin karakteristiği önemli olmakla birlikte tek başına yeterli bir ölçüt olmamakta. Alıcının iletiyle kurduğu ilişki, onu kendi zihin süzgecinden geçirmedeki entelektüel becerisi de önemli olmakta. Diğer yandan iki yanlı sunumun zaman içerisindeki etkisinin tek yanlı sunuma göre çok daha kalıcı olduğu da gözlenmiştir. Özellikle de entelektüel düzeyi yüksek alıcıların, iki yanlı sunumla verilen iletileri kendi zihinsel ortamlarında tartışarak, dolayısıyla da iletiyi kendi zihinsel katkılarıyla da meşrulaştırarak alımlamaları, iletinin etkisinin uzun süreli olmasına yol açmakta. Bu da etkinin kalıcılığı anlamına gelmektedir. Entelektüel düzeyi düşük alıcılar ise tek yanlı sunumla verilen iletileri tartışmasız kabul etmekte. Ancak bu etki genellikle

en fazla tek yanlı sunum özelliğine sahip bir başka iletinin verilişine dek devam edebilmektedir. Bu durumda alıcının entelektüel düzeyine de bağlı olmak üzere propaganda ve ikna sürecinde tek yanlı sunum her zaman beklenen etkiyi yaratamayabilmekte ya da oluşan etki yeterince kalıcı olmayabilmekte. O halde propaganda ve ikna amaçlı iletilerin sunum biçimleri, alıcının entelektüel düzeyi dikkate alınarak belirlenmelidir. Buna göre denilebilir ki iletişimde etkinin oluşmasında sunum biçimi önemli olmakla birlikte tek başına yeterli olmamakta. Alıcının entelektüel düzeyi de etkinin oluşmasında ve kalıcılığında önemli rol oynamaktadır. Yale Üniversitesi araştırmacılarınca elde edilen bu bulgunun aslında yıllar öncesinde Cantril tarafından yapılan ve kitabın önceki sayfalarında yer verilen Radyo Araştırmasında da bulgulandığını anımsayalım. Radyo oyununun haber formatında sunulan kesitini gerçek haber sanıp da paniğe kapılanların çoğunlukla eğitim düzeyi düşük kişiler oldukları saptanmıştı.

Hovland ve ekibi tarafından, çoğunlukla da laboratuvar ortamında gerçekleştirilen çalışmalar iletişim biliminin gelişim sürecinde önemli bir kilometre taşı olarak değerlendirilmelidir. Çünkü bir yandan iletişim alanına laboratuvar ortamındaki çalışmalarla önemli bir yöntembilimsel katkı yapılmakta, diğer yandan da kitle iletişim araçlarının kitleler üzerindeki etkisinin her durumda değil, belli koşullara bağlı olarak güçlü olduğu yönündeki saptamalarıyla iletişimde güçlü etki tezine yeni bir bakış açısı getirilmekte, daha doğrusu sihirli mermi ya da şırınga benzetmeleriyle betimlenen görüşe daha temkinli yaklaşılması gereğini ortaya koymaktadır.

Masumiyetin Sömürülmesi

Etki-tepki kuramı etkisinde iletişim alanında yapılan etki çalışmalarında önemli bir isim de Alman asıllı Amerikalı psikiyatrist Fredric Wertham'dır. Klinik ortamda yaptığı araştırmalarda Wertham kitle iletişim çalışmalarının etkilerinin güçlü olduğu savını pekiştirici sonuçlara ulaşır ve bu sonuçları *The Seduction of Innocent (Masumiyetin Sömürülmesi)* (1955) adlı kitabında verir.

Wertham'a göre çocukların ve gençlerin aklını çelen, duygularını sömüren, onları baştan çıkaran iki suçlu var: Televizyon ve çizgi roman. Öyle ki Wertham'ın, çizgi romanların yasaklanmasına karşı bir kampanya bile başlattığı bilinmektedir. Amerika'nın çeşitli yerlerinde verdiği konferanslarla, gazetelere verdiği demeçlerle çok az sayıda çizgi romanın eğitici nitelikte olduğunu, çoğunun çocuklar için zararlı olduklarını, dolayısıyla da yetkililerin soruna duyarlı olmaları gerektiği çağrısını yaparken çizgi roman yayıncılarının da büyük tepkisiyle karşılaşır.

Fredric Wertham bir yandan medya metinleri (çizgi romanlar, televizyonda gösterilen filmler vb.) üzerinde içerik çözümlemesi yaparken, diğer yandan da kliniğine gelen çocuklar üzerinde deneysel uygulamalar gerçekleştirir. Çocuklara televizyonda bir şeyler izletir ya da birtakım filmler gösterir. Ardından da göste-

rimlere ilişkin olarak çocuklarla sohbet eder. Bu sohbetlerden hareketle ulaştığı sonuçları şu şekilde özetler:

-Çocuklar televizyon izleme işini edilgin biçimde gerçekleştirmekteler.

-Çizgi roman ve televizyon çocuklara gerçeklikle ilişkisi olmayan bilgiler vererek onları düş dünyalarına sürüklemektedir.

-Çocuklar televizyondan veya sinemadan izlediklerini, gördüklerini taklit etmektedirler.

-Çocuklar çizgi film veya televizyon film karakterleriyle özdeşlik kurmaktalar. Onları kendilerine model almaktadırlar.

-Çizgi romanlar, filmler ve televizyon gösterimleri çocukların gerçekle bağını koparırken, aynı zamanda da onların, kendi çevrelerine duyarsızlaşmalarında etkili olmaktadırlar (Laughey,2007:15).

Wilbur Schramm ise Wertham'ın bu çalışmasından ve benzerlerinden hareketle çocukların, televizyonu değil, televizyonun çocukları kullanmakta olduğu görüşünü ortaya koyar (Schramm vd,1961;akt.Laughey, 2007:15).

Wertham'ın klinik deneyleri güçlü etki kuramının önemli çalışmalarından biri olarak iletişim yazınına geçmiş, ancak kafalarda birtakım soru işaretleri de yaratmıştır. Şöyle ki Wertham bir psikiyatırdır ve çalışmalarını, kliniğe gelen çocuklar üzerinde yapar. Psikiyatri kliniğine giden çocuğun ruhsal açıdan sorunlu olduğu gerçeğini göz ardı etmemek gerekir. Ruhsal açıdan sorunlu çocukların etkiye açıklık derecelerinin diğerlerine göre daha fazla olması olasıdır. Ya da tam tersi sorunlu çocuklar, normal çocuklara göre etkiye daha kapalı olabilirler. Her durumda etkinin derecesi normal çocuklara oranla farklılık gösterir. Sırf bu nokta bile Wertham'ın araştırmasının bulgularının genel düzeyde güvenilirliği ve geçerliliği konusunda kuşku yaratmaktadır.

Diğer bir nokta ise insanların klinik ortamda etkiye tepkileriyle doğal ortamdaki tepki biçimleri arasındaki olası farklılıktır. Karanlık bir odada, ruhsal açıdan da sorunlu bir grup çocuğa gösterilen bir filmin hemen sonrasında yapılan görüşmeler elbette etkinin güçlü olduğunu ortaya koyacaktır.

Burada bir başka etken ise çocuklardan oluşan denek grubunun aynı odada izleme edimini gerçekleştirme sırasındaki paylaşımlarıdır. Bir grup oluşmaktadır. İzleme edimi grup halinde gerçekleştirilmektedir. Ki burada grup dinamiği etkisini göz ardı etmemek gerekiyor. Gösterimi paylaşan aynı yaştaki ve benzer ruhsal yapıdaki çocukların benzer algılamayı gerçekleştirmeleri ve benzer çıkarımlara ulaşmaları olasıdır.

Dikkat çekilmesi gereken bir başka nokta ise 1950'lerin ortalarında Amerika'da bile televizyonun toplum için henüz çok yeni bir aygıt olduğu, toplumun çok az bir kesiminin televizyonla tanış olduğu, dolayısıyla da Wertham'ın kliniğine gelen çocukların çoğunun belki de televizyon izleme edimini ilk kez orada gerçekleştirdikleridir. Çocuklar karşılarında ilk kez ilginç bir aygıt görmekteler ve ondan kendilerine oldukça da etkileyici görüntüler sunulduğunu düşünüyor olabilirler. Bu koşullarda etkinin güçlü olması beklenebilir bir durumdur.

Wertham'ın laboratuvar ortamında yaptığı deneylerle Payne Vakfının araştırmaları arasında, elde edilen bulgular açısından önemli bir benzerlik olduğu da dikkati çekmekte. Her ikisinde de ulaşılan genel saptama çocukların, izledikleri filmlerden (televizyon ekranında veya beyaz perdede) koşulsuz etkilendikleri yönündedir. Ancak her iki araştırma dizisinde de etkinin kısa vadeli ölçümü yapılmış. Yani her ikisinde de çocuklarla görüşmeler izleme ediminin hemen sonrasında gerçekleştirilmiştir. Sinemadan çıkan ya da klinik ortamda film izletilen çocukla, filmin etkisi henüz çok tazeyken görüşme yapılması etkinin yüksek çıkması açısından önemlidir. Ayrıca her iki çalışmada da etkinin sürekliliği konusunda herhangi bir çalışma yapılmamış olması yöntembilimsel açıdan önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmelidir. Bu da filmin çocuk üzerindeki etkisinin ne kadar sürdüğü, çocuğun filmden aldığı etkiyi gündelik yaşamındaki ilişkilerine ne oranda ve nasıl taşıdığı konusunda herhangi bir bulgu sunamamaktadır. Bir diğer nokta da her iki araştırma dizisinde de filmlerin çocuk üzerindeki etkileri ölçülürken öteki dinamiklerin göz ardı edilmesidir. Oysa ki çocuğun içerisinde yaşadığı sosyal ortam, çevresiyle ilişkileri, ruh ve duygu dünyası, eğitim düzeyi vb. etkenlerin etkinin oluşmasında önemli ölçüde rol oynadıkları gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Kitle ve Grup Ortamında Etkiye Açıklık

İnsanların bir arada bulunduklarında etkiye daha açık oldukları çeşitli araştırmalarla saptanmıştır. Bireyler kitle ya da grup içerisindeyken kendi bireysel sağduyu ve mantık yürütme yetilerini büyük ölçüde bir yana bırakarak kitle veya grubun dinamiği ile hareket ederler. 1930'lu yıllardan itibaren yapılan pek çok kitle ve grup araştırmasında da bu yönde önemli bulgulara ulaşıldığı görülmektedir. XIX. Yüzyıldan itibaren grup yapısı bilim çevrelerinin ilgisini çekmiş, ama bu konudaki deneysel araştırmalar 1936'da Türk asıllı Amerikan sosyal psikolog Muzaffer Sherif tarafından başlatılmış, 40'larda Alman asıllı Kurt Lewin'le devam etmiştir (Kağıtçıbaşı,1988:202). II. Dünya Savaşı yılları ve ardından gelen soğuk savaş yıllarında da grup araştırmaları konusunda çok çeşitli klinik deneylerin yapıldığı gözlenmektedir. Hatta Hovland ve Sherif'in (1957) bu konuda ortak birtakım çalışmalara da imza attıkları dikkati çekiyor. Yale Üniversitesi'nin laboratuvar çalışmaları açısından önemli bir merkez haline geldiği görülmektedir. Klinik psikolojinin de gelişmesine koşut olarak bu konudaki çalışmaların artarak devam ettiği görülmektedir.

Sherif ve Lewin'in çalışmalarından çıkan kavramlardan biri grup dinamiğidir. Gruplar halinde bir araya gelen bireyler, bir süre sonra grup içerisinde ortak bir tavır alış, tutum oluşturma, davranış biçimleri geliştirme gibi bir süreçe girerler. Bu benzeşme grup normlarının belirmesine zemin hazırlar. Böylece grup üyesi olan bireyler, grup içinde bu normlara göre hareket etmek, buna göre karar mekanizmasını işletmek, buna göre birtakım etkilere açık olmak veya kapalı kal-

mak vb. tavır ve davranış biçimleri ortaya koyarlar. Örneğin, Muzaffer Sherif tarafından yapılan otoknetik etki deneyinde grup dinamiğinin açıkça işlediği gözlenmiştir. Bir odada bir araya getirilen ve kontrol amaçlı olarak aralarına tembihli kişilerin (kontrol grubu) de serpiştirildği gruba, gerçekte hareketsiz olan ışığın hareket edip etmediği sorulmuş ve ilk anda gruptan bir iki tereddütlü yanıtın dışında hiç kimsenin ışığın hareket ettiği yönünde herhangi bir yanıt vermediği gözlenmiştir. Aynı soru ikinci kez yinelendiğinde grup içerisindeki tembihli kişilerden bazılarının ışığın hareket halinde olduğunu söyledikleri görülmüştür. Aynı sorunun üçüncü kez sorulmasında ise gruptaki bireylerin çoğunun hiç tereddüt etmeden ışığın hareketli olduğu yanıtını vermeleri araştırmacıları hayli şaşırtmıştır. Sorunun dördüncü ve beşinci kez sorulmasıyla da gruptaki herkesin ışığın hareket ettiği konusunda hemfikir hale geldiklerine tanık olunmuştur. Bu deneyde grup dinamiğinin grubun üyeleri üzerindeki etkisinin ne denli açık olduğu anlaşılmaktadır. Öyle ki grup bireyleri, grup dinamiğinin etkisiyle gerektiğinde gerçeklikle hiç ilgisi olmayan, yanılsamalı durumlara ilişkin olarak bile uzlaşmaya varabilmektedirler.

Kurt Lewin de özellikle etnik ve dini gruplar üzerinde bu tür çalışmalar yapar. Lewin'in Amerika'daki çeşitli etnik gruplar üzerinde yaptığı araştırmalarda bireylerin zaman zaman kendi bireysel kimlikleriyle grubun kimliği arasındaki çatışmalı durumlardan dolayı ikilemde kaldıklarını öne sürer. Ancak Lewin'e göre grubun toplumdaki saygınlığı, kendi iç dayanışması güçlendikçe bireyin kendi kimliğini arka plana atıp grup kimliğine kayması çok daha kolaylaşmaktadır. Lewin özellikle Yahudilerin bunun somut örneği olduğu saptamasında bulunur. Yahudi biri, önce Yahudi, sonra kendisidir. Lewin Amerika'da yaşayan insanların, örneğin, Yahudilerin kendilerini önce Amerikalı olarak hissetmeleri için Amerikalı olmanın, Yahudi olmaya üstün gelen yanlarını görmeleri gerektiğini ileri sürer. Lewin'e göre birey aynı anda birkaç grubun üyesi olabilir. Örneğin, Amerika'da yaşayan bir birey aynı anda Amerikalı, Yahudi ve feminist olabilir. Onun hangi kimliği öne çıkaracağı ve hangisini yaşamının merkezine koyacağı ise istek ve beklentileriyle ilişkilidir. Eğer iş bulmakta, toplumsal çevresinde saygınlık kazanmada vs. istek ve beklentilerinde Yahudi olması Amerikalı olmasından daha avantajlıysa birey Yahudilik kimliğini Amerikalılık kimliğinin önüne koyar (Elkin,1995:129).

Diğer yandan Wertham tarafından 1955 yılında iletişim alanında yapılan ve yukarıda ayrıntılarını verdiğimiz araştırmalarda da grup dinamiğinin etkisinin öneminin ortaya çıkarıldığını anımsayalım.

O halde grup içinde veya kitlesel yapılar üzerine yapılan araştırmalarda etkinin güçlü çıkması oldukça doğal ve beklenebilir bir durumdur. 1930'larda ve 40'larda iletişim alanında yapılan çalışmaların çoğunun klinik ortamlarda, gruplar üzerinde veya savaş durumlarında cephede yapıldığını düşünecek olursak sonucun güçlü etki tezi lehine çıkması da doğal karşılanmalıdır.

Kitle Toplumu ve İzleyicinin Pasifliği Yaklaşımı

Amerikalı araştırmacılar 1920'li ve 30'lu yıllar boyunca yaptıkları araştırmalarla kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkisinin ne denli güçlü olduğunu ortaya koyarken Avrupalı bilim çevreleri de dikkatlerini söz konusu araçlara çevirmişlerdi. Ancak burada tavır farklıydı. Avrupalı düşün ve bilim çevreleri de kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkilerinin oldukça güçlü olduğunu düşünmekteydiler. Ancak onların soruna yaklaşımları Amerikalıların yaklaşımından çok daha farklıydı. Avrupa'nın köklü düşünsel geleneği içerisinde yetişmiş olan düşünürler, gazete ve radyo gibi araçların, siyasal gücü elinde bulunduranlar tarafından kitleleri manipüle etmedeki kullanımları üzerinde odaklanmışlardı.

Frankfurt Üniversitesi bünyesinde 1923 yılında kurulan Frankfurt Sosyal Araştırmalar Merkezi -bilim yazınına Frankfurt Okulu adıyla geçmiştir- bir bütün olarak modernleşmenin insanlığa getirdikleri ve insanlıktan götürdükleri üzerine yoğunlaşmıştı. Bu arada kitle iletişim araçlarını da düşünsel ilgisinin merkezi bir yerine koymuştu. Frankfurt çevresi düşünürleri özellikle de 1930'lu yıllar boyunca Avrupa'yı sarsan dikta rejimlerin yükselmesinde kitle iletişim araçlarının da rolü olduğuna dikkat çekiyorlardı. Hitler Almanya'sında radyonun yoğun kullanımını bu yöndeki savlarına dayanak olarak gösteriyorlardı.

Kitabın giriş kısmında da söz edildiği gibi XIX. Yüzyılın ortalarından XX.Yüzyılın ilk yarısına kadarki zaman diliminde Avrupalı düşünürlerin önemli bir kısmı dünyanın, özellikle de Batı dünyasının geçirmekte olduğu büyük toplumsal dönüşümler karşısında karamsar bir düşünsel havaya bürünmüşlerdi. Yaşanan savaşlar, ekonomik krizler, yoksulluk, işsizlik, kalabalıklar içerisinde yalnızlaşan insanlar, etkin bireyin yok oluşu ve yerini insansal yeti ve değerlerini yitirmiş pasif bireylerden oluşan her tür manipülasyona açık kitlelerin alması vb. yansımalar özellikle de Marksist perspektiften bakan sol entelektüeller arasında, giderek yaygınlaşan eleştirel bir tavrın gelişmesine ortam hazırlamıştı. Frankfurt Okulu düşünürleri de böyle bir tavır içerisindeydiler ve bütün bu olup bitenleri kuramsal bir temele oturtmak çabasındaydılar. Kitle iletişim araçları da Frankfurt Okulu düşünürlerinin (T. Adorno, M. Horkheimer, H. Marcuse, W. Benjamin vd) eleştirel bakışına konu olmuştu. İletişim bilimlerinde eleştirel akım adıyla bilinen bu düşünsel perspektife göre kitle iletişim araçları gücü elinde bulunduranların, kendi ideolojilerini kitlelere aktarmak, hatta dayatmak için kullandıkları araçlardır. Bu anlamda kitle iletişim araçları ve kitle toplumu olguları da tam olarak örtüşmektedir. Kitleler içerisinde edilginleştirilen, bireysel özelliklerini yitiren, dolayısıyla akli yetilerinden yoksun bırakılan, kendi gerçek yaşamlarından soyutlanan insanlar kitle toplumunun atomize birimleri durumuna getirilmiş bulunmaktadırlar. Bu atomize birimler, iktidar kesimlerinden kendilerine gelen her tür dayatmayı dirençsizce kabullenmekte ve farkında olmadan içselleştirmektedirler. İşte böyle bir ortamda kitle iletişim araçları da iktidarların kitleleri manipülasyonunda önemli rol oynamaktadırlar. Kitle iletişim araçları yoluyla kitle toplumu

ortamındaki atomize bireylere gönderilen her bir ileti onlar tarafından alınmakta ve beklenilen etkiyi de yapmaktadır.

Diğer yandan Frankfurt Okulu düşünürleri kitle iletişim araçlarını, yeni dönemin, yani kapitalist sistemin ticari kültür ortamının başat aygıtları olarak da ele alırlar. Buna göre kapitalist sistem yaşamın tüm alanları gibi kültür alanını da ticarileştirmiş bulunmaktadır. Kapitalist ortamda insanlar makineleştirilen veya robotlaştırılan bireyler haline getirilerek kendi günlük yaşamlarını bile planlamaktan yoksun bırakılmışlardır. Gününün her saniyesi sistem tarafından planlanan modern kapitalizmin bireyinin kendi kültürel pratiklerini geliştirmesi de olanaksız hale gelmiştir. Bu durumda kapitalist sistem onlar için kültür üretim ve dağıtım merkezleri de oluşturmuştur. Önemli bir kesitini de kitle iletişim araçlarının oluşturduğu bu kültür üretim ve dağıtım mekanizmasını Frankfurt Okulu, **kültür endüstrisi** kavramıyla tanımlar. Müzik, eğlence, spor, kitlesel sanat, moda, yeme-içme, alışveriş araba yarışları vb. alanlarda yoğunlaşan yeni dönemin ticari kültür üretiminin özellikle de aktarım ve dağıtım boyutunda rol alan kitle iletişim araçları Frankfurt Okulu düşünürleri ve onlar gibi düşünenler için kapitalist sistemin, kültür yoluyla insanların bilinçlerinin biçimlendirilmesinin en etkin araçları haline getirilmişlerdir. Frankfurt Okulu'ndan H. Marcuse (1991) *One Dimensional Man (Tek Boyutlu İnsan)* adlı kitabında kitle iletişim araçları aracılığıyla aktarılan kültürle toplumların homojen yapılara dönüştürüldüğünü, insanların tek boyutlu hale getirildiğini haykırır. Amerikalı Marksist düşünür H. Schiller (1993) iletişim araçlarını **zihin yönlendirenler** olarak niteler. Bu yönde düşünenler kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada insanların kendilerini savunmak, kendi yaşamlarını kendi tercihleriyle planlamak gibi bir şanslarının artık olmadığını ileri sürerler.

Frankfurt Okulu'nun, kitle iletişim araçlarının etkisine kitle toplumu perspektifinden bakışının yanı sıra söz konusu araçların gücünü, onların kapitalist sektördeki mülkiyet ve sahiplik yapısıyla ilişkilendirerek irdeleyenler de var. 1930'larda İngiltere'de bu anlamda araştırmalar yapılmaya ve kitle iletişim araçlarının hızla tekelleşen mülkiyet yapısının, onların toplumda da giderek tek ses haline gelmesine zemin hazırladığını ortaya koymaktadır (Golding,1982).

Bunun yanında kitle iletişim araçlarının ideolojik içeriği üzerine yoğunlaşan Avrupalı düşünürler, söz konusu araçları devletin ideolojik aygıtları olarak değerlendirirler (Althusser,2000,). Buna göre devlet veya toplumda iktidarı elinde bulunduran kesimler kitle iletişim araçları aracılığıyla insanlara egemen ideolojiyi aktararak onların bilinçlerini kendi çıkarları doğrultusunda biçimlendirirler. Bu yaklaşımda insanlar edilgin atomize birimler olarak tanımlanmasa da yaşamlarını kuşatma altına almış olan kitle iletişim araçları kanalıyla örtük biçimde aktarılan ideolojiye direnç gösteremezler.

Diğer yandan Amerika'da birtakım araştırmalarla kitle iletişim araçlarının güçlü etkisine ilişkin birtakım bulgulara ulaşılırken, aynı dönemlerde Avrupalı düşünürler de kitle iletişim araçlarının kitleler üzerindeki etkilerini tartışmakta-

dırlar. Ancak her iki kıtada egemen olan bakış açıları arasında büyük bir farklılık olduğu gözlenmektedir. Öncelikle konuya yaklaşım açısından farklılık göze çarpmaktadır. Amerikalılar sistem yanlısı bir yaklaşımla, kitle iletişim araçlarını da sistemin destekleyicisi olarak ele alırlar. Sistemin öteki kesitleri gibi bu kesitin de insanlar ve toplum yararına bir işlevsellik gösterdikleri düşüncesinden yola çıkarlar. Araştırmalar da bu yaklaşım doğrultusunda yönlendirilir. Buna göre etki ne kadar güçlüyse yarar da o kadar büyüktür. Bu arada Amerikalı araştırmacılara göre edilgin izleyiciler, pasif, bireyliğinden soyutlanmış atomize birimler değil, bilgiye ve öğrenmeye açık bireylerdir. Bu nedenle de kitle iletişim araçlarından gönderilen her tür iletiyi alırlar ve yaşamlarına uygularlar. Bu düşünceye göre kitle iletişim araçları, insanları sisteme uyumlandırarak, onların yaşamını kolaylaştırıcı bir işlev üstlenmiştir.

Yukarıda sözünü ettiğimiz gibi Avrupa'nın, eleştirel düşünüş kesitinde yer alan düşünürleri özünde modernleşme yanlısı olmakla, birlikte modernleşme sürecinin gereği gibi işlememesinden dolayı ortaya çıkan sağlıksız duruma vurgu yaparlar. Bireyi öne çıkaran, daha eşitlikçi bir toplum vaadiyle başlatılan modernleşme sürecinin tam tersi bir niteliğe büründüğü, bireyin yok edildiği, eşitsizliklerin daha da belirgin hale geldiği, demokrasilerin yerine diktatörlüklerin kurulduğu bu süreçte kitle iletişim araçlarının da etkili biçimde kullanıldığına dikkat çekilmekte. Toplumların, edilgin atomize bireylerden oluşan homojen kitlelere dönüşmesiyle birlikte gücü elinde bulunduranların, kitle iletişim araçlarını da kullanarak kitleleri manipüle etmeleri çok daha kolaylaşmıştır. Dolayısıyla bu düşünüşe göre kitle iletişim araçlarının etkisinin bu denli güçlü olmasını sağlayan dinamiklerden biri edilgin, homojen ve bu niteliklerinden dolayı da her tür etkiye savunmasızca açık kitleler, diğer yandan bu araçların etkisinin farkında olan güç sahipleri.

Aynı olguya iki farklı yerden yaklaşılması iletişim çalışmalarının da zamanla iki farklı kulvarda yol almasına zemin oluşturmuştur. Bir yanda kitle iletişim araçlarını sistemin önemli bir kesiti olarak gören ve olumlayan anaakım, diğer yanda ise söz konusu araçları sistemdeki güç ilişkileriyle birlikte ele alarak olumsuzlayan eleştirel iletişim çalışmaları. Her iki bakış açısının yol ayrımında ise egemen sisteme ilişkin tavırdaki farklılık yer almaktadır. Buna göre anaakım çalışmaların temelinde mevcut sisteme (liberal demokrasi) olumlu bakış söz konusuyken, eleştirel iletişim çalışmalarına temel oluşturan yaklaşımların sistemi olumsuzlayan bir tavır sergiledikleri gözlenmektedir.

Güçlü Etki Çalışmalarının Sorunlu Yanları

İletişim biliminin, kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkilerinin saptanmasını amaçlayan çalışmalarla başladığı belirtilmişti. Ancak söz konusu çalışmaların gerek kuramsal gerekse de yöntembilimsel açıdan önemli eksiklikleri olduğunu söylemek yanlış olmaz. Güçlü etki tezinin bir dönemin egemen para-

dığması durumuna gelmesinde yalnızca yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçların değil, aynı zamanda dönemin düşünsel ikliminin etkili olduğunu da belirtmek gerekir. Konuya açıklık kazandırmak için güçlü etki yaklaşımının içerisinde biçimlendiği ortamsal koşullara ve olumsuzluklara ana hatlarıyla göz atmakta yarar var.

a)Finansal destekli araştırmalar: XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren gazetenin toplumda hızla yaygınlaşması, sinema, radyo gibi araçların da kitleler tarafından yoğun ilgiyle karşılanması üzerine sistemin güç alanına egemen kesimler söz konusu araçlardan nasıl en yüksek avantajı sağlayabilecekleri ve bu araçları nasıl kendi çıkarları için kullanacakları sorusunun peşine düşmüşlerdi. Bu nedenle de siyasetin ve paranın efendileri üniversitelerle ve çeşitli araştırma kurumlarıyla da işbirliği içerisine girerek kitle iletişim araçlarının etkilerinin sorgulanması ve eğer tahmin edildiği gibi bu araçlar insanlar üzerinde güçlü bir etkiye sahiplerse de onların bu gücünden en yüksek düzeyde yararlanılması için gereğinin yapılması yönünde harekete geçmişlerdi. Nitekim yüksek finansal desteklerle kitle iletişim araçlarının etkileri konusundaki araştırmalar başlatılmıştı. Bu durum, bölümün başında da belirtildiği gibi yapılan araştırmaların güvenirliği açısından pek çok soru işaretinin oluşmasına da yol açmıştır (Erdoğan, İşler, Durmuş, 2005).. Nitekim çok sonraları Elihu Katz (1987) yazdığı bir makalede etki araştırmalarının çoğunun sipariş üzerine yapıldığını, dolayısıyla da araştırmalardan beklenenlerin dışında elde edilen bulguların yayınlanmadığını, gizli tutulduğunu itiraf eder. Burada da araştırmalara parasal destek veren siyasi otoritelerin veya şirket sahiplerinin beklentisi kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkisinin yüksek olduğu ve bunları kendi avantajları için kullanabilecekleri yönündeki ümitleriydi. Araştırmacılar ise bütün bunları bilerek aldıkları araştırma projelerini, sponsorlarını mutlu edecek biçimde sonuçlandırarak yeni projeler için desteğin sürmesini yeğlemiş olabilirler. Parasal kazanç amacının öne geçmesi ise araştırmacıları ister istemez elde edilen araştırma bulgularını olduğu gibi değil, belli bir süzgeçten geçirerek açıklamaya yöneltmiş olabilir.

b)Aşırı belirlenimci bakış: Özellikle de 1920'li ve 30'lu yıllar içerisinde gerçekleştirilen araştırmalarda, geliştirilen model ve kuramlarda kitle iletişim araçlarının mutlak gücüne, kitlelerin ise tümüyle pasif yapılar olduklarına ilişkin tartışmasız bir inanış söz konusuydu. Bunda döneme egemen olan itki-tepki (stimulus-response) yaklaşımının önemli bir etkisi olduğu bilinmektedir. Kitlelerin tümüyle pasif yapılar olarak ele alınması, kitle iletişim araçlarının da bu pasif yapılar üzerinde sınırsız güce sahip oldukları düşüncesinin egemenliği iletişim alanında gerçekleştirilen araştırmaların, geliştirilen kuram ve yaklaşımların da bu bakış açısı temeli üzerine biçimlendirilmesine yol açmıştır. Bu arada kitleleri bilinçli, fikir sahibi, kanaat oluşturabilen yapılar olarak tanımlayan kamuoyu, kamusal alan gibi kavramların da en azından güçlü etki yaklaşımının etkili olduğu dönemde yeterince dikkate alınmadığı gözlenmektedir. Oysa iletişim alanında henüz çok da kayda değer araştırmalara başlanmamışken Lippmann'ın, *Public*

Opinion (1922) adlı kitapla iletişim alanının kapılarını araladığını belirtmiştik. Lippmann'ın çalışmasında da kitle iletişim araçlarının, daha doğrusu gazetenin kitleler üzerindeki etkisinin ne denli güçlü olduğu vurgusu yapılıyordu. Ancak bunun yanında kitlelerin kanaat sahibi yapılar olarak ele alınmaları ve kamuoyu olarak adlandırılmaları yönündeki tezin sonraki yıllarda iletişim araştırmacıları tarafından uzun süre göz ardı edilmesi bilinçli bir tavrın sonucu olsun ya da olmasın ortaya konulan çalışmaların eksikliği olarak değerlendirilmelidir. Kitleleri tümüyle pasif, kitle iletişim araçlarını da kitleler üzerinde sınırsız etkiye sahip yapılar olarak değerlendirmek aşırı belirlenimci bir yaklaşım olup toplumdaki diğer dinamikleri tümüyle yok saymak anlamına gelir. Bu da ortaya konulan tezlerin, geliştirilen kuram ve yaklaşımların bilimsel açıdan sorunlu olmasına yol açar. Nitekim iletişim alanında XX. Yüzyılın ilk çeyreyinde gerçekleştirilen araştırmaların, ortaya konulan kuram ve yaklaşımların da içlerinde böyle bir sorunu taşıdıkları söylenebilir.

c)Kısa vadeli etki araştırması: İletişimde güçlü etki yaklaşımına temel oluşturan çalışmaların genelde kısa vadeli etki ölçümlerinden oluştuğu gözlenmektedir. Payne Vakfı tarafından sinemanın çocuklar üzerindeki etkisini ölçmeye dönük araştırmalar, Yale Üniversitesi araştırmacılarınca cephedeki askerler üzerinde yapılan etki ölçüm çalışmaları, Cantril'in "Marslıların Dünyayı İşgali" araştırması, Wertham'ın klinik deneyleri vb. gerek laboratuvar ortamında gerekse de doğal ortamda gerçekleştirilen pek çok çalışmanın genellikle kısa vadeli etki ölçümleri üzerine yoğunlaştığı gözlenmektedir. Olayın hemen ardından, ortamın duygusal ve ruhsal havasının etkisinden henüz çıkmamış insanlar üzerinde yapılacak etki ölçümlerinin ise bilimsel açıdan güvenilirlik ve geçerliliklerinden kuşku duyulması gerekir.

d) Nicel değerlendirmenin sınırlılıkları: Etki araştırmalarında çoğunlukla nicel değerlendirmeye gidilmiş olması da ulaşılan bulguların ve yapılan saptamaların sınırlı kalmasına neden olmuştur. Todd Gitlin'in (1978) iddiasına göre de iletişim alanında kitle iletişim araçlarının etkilerini ölçmeye yönelik olarak gerçekleştirilen ampirik araştırmalarda çoğunlukla nicel verilerin değerlendirilmesine gidilmiş. Kitle iletişim araçları bağımsız değişkeni ve toplum bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin toplumda ve insan yaşamında varlığı olası diğer etken ve dinamikleri neredeyse tümüyle görmezden gelen bir tavırla incelenmesi, yapılan incelemenin tarihsel ve ideolojik arka plandan soyutlanması, dolayısıyla da nitel analize başvurulmaması sonuçta ortaya çıkan bulguların bilimsel açıdan geçerliliğine ve güvenilirliğine gölge düşürmektedir.

e)Yöntembilimsel Yetersizlikler: Etki araştırmalarında 1930'lu ve 40'lı yıllarda kullanılan çözümleme teknikleri yalnızca iletişim alanı için değil genelde bütün sosyal bilimler açısından henüz çok yeniydi. Bu nedenle de o dönemlerde yapılan araştırmalardan güvenilirlik ve geçerlilik açısından yüksek verimin beklenmemesi gerekir. Örneğin, alan araştırmalarında kullanılan sormaca tekniğinin iletişim alanında ilk kez 1940 araştırmasında kullanıldığı bilinmektedir. Daha

öncesinde de kuşkusuz çeşitli alan araştırmaları yapılmıştır. Ancak bunlar çoğunlukla gelişigüzel ve sistematikten yoksundu. Dolayısıyla da araştırma teknikleri geliştirildikçe, veri toplama ve analiz tekniklerinde ilerleme sağlandıkça çok daha farklı sonuçlara ulaşma olanağı doğmuştur. Zamanla farklı araştırma tasarımları için uygun çözümleme teknikleri geliştirildiği gözlenmektedir. Lazarsfeld'in sormaca tekniği, Hovland'ın derinlemesine görüşme, Berelson'un içerik çözümlemesi tekniği (Atabek ve Atabek,2007:16) konusundaki öncülükleriyle zaman içerisinde yöntembilimsel açıdan önemli ölçüde yol katedilmiştir. Buna koşut olarak da elde edilen bulgular, geliştirilen kuram ve yaklaşımlar giderek daha sağlıklı duruma gelmeye başlamıştır.

f)Laboratuvar araştırmalarının sınırlılıkları: Laboratuar araştırmalarının da etki ölçmede önemli sınırlılıkları olduğu bilinmektedir. Deneklerin laboratuvar ortamlarında aynı olaya, doğal ortamlarında verdikleri tepkinin aynısını vermeleri genellikle olanaklı değildir. Ayrıca laboratuvar ortamında bireyler kendilerini bir bakıma bir grubun üyesi olarak görürler. Olaylar ve durumlar karşısındaki tepkilerinde zaman zaman deney amaçlı olsa bile içinde yer aldıkları grubun etkisi söz konusu olabilir. Wertham'ın etki ölçümü araştırmalarını bu yönüyle değerlendirmiştik. Bu arada laboratuvar ortamlarında yapılan deneylerin kimlerle, hangi özelliklerdeki deneklerle yapıldığı da önemlidir. Wertham, araştırmalarını çoğunlukla ruhsal sayrılıkları olan çocuklar üzerinde uygulamıştı. Bu tür araştırmalardan elde edilen bulgular da genel geçerlilik açısından yeterince tatmin edici olmayabilir. Aynı şekilde Hovland'ın savaş ortamında yaptığı çalışmalar, Cantril'in bir kitlesel paniğin ardından insanlarla yaptığı görüşmelerden çıkarılan sonuçlardan hareketle birtakım genellemelere gitmek de bilimsel geçerlilik ve güvenilirlik açısından sorun oluşturabilir.

g) Özel durumlar ve olaylar: Cantril'in yaptığı araştırmada olduğu gibi özel birtakım durumlardan, sıra dışı olaylardan hareketle genel çıkarımlarda bulunmak bilimsel geçerlilik ilkesi açısından sorun yaratabilir. İnsanların bir olayı yanlış anlayarak panik olmaları durumunda olduğu gibi. Payne Vakfının araştırmalarında da aynı durum söz konusudur. Sinema olayı ile tanışmalarının ilk yıllarında, üstelik de ergenlik dönemindeki çocuklarla, birkaç dakika öncesinde gerçekleşen izlemenin hemen ardından yapılan araştırmalardan elde edilecek sonuçların da güvenilirlik ve geçerlilik açısından kuşkulu olabileceği göz ardı edilmemelidir. Ayrıca sinema izleme ediminin de aynı yaş düzeyindeki çocuklarca grup halinde gerçekleştirildiğini, dolayısıyla da etki oluşumunda veya verilen tepkide grup dinamiğinin etkili olduğunu dikkate almak gerekir. Hovland'ın cephede yaptığı araştırmalar açısından da aynı durum söz konusu. Aylardır, belki de yıllardır ailelerini, arkadaşlarını görmeyen, savaş koşullarında ve askeri ortamda bir arada yaşayan askerlerin ruhsal, duygusal ve bilişsel durumlarıyla normal koşullar içerisinde bulunan insanların durumları arasında ne denli farklılık olduğunu anlatmaya gerek bile yok. Bu durum, deneklerin uyarılara verecekleri tepki biçimlerinin de önemli oranda farklılık göstermesine neden olur.

h)Dönemin egemen düşünsel iklimi: Bilimsel çalışmalarda egemen düşünüş biçimlerinin önemi büyüktür. Güçlü etkiye ilişkin sonuçların elde edildiği araştırmaların yoğun olduğu dönemin egemen düşünüş biçiminin de davranışçı okul içerisinde gelişen itki-tepki ya da uyaran-tepki (situmulus-response) kuramı olduğu bilinmektedir. Uyaran-tepki kuramı, bir uyarana, yüklü olduğu amaç doğrultusunda beklenen tepkinin verilmesidir (Erdoğan-Alemdar,2010:108). Psikolojide **Pawlow'un köpeği** deneyi ile kuramsallaştırılan uyaran-tepki kuramının iletişim alanındaki kuramsallaştırmaları **sihirli mermi, şırınga** gibi benzetmelerle yapılmıştır. Buna göre kitle iletişim aracından gönderilen iletinin, hedefi mutlaka bulması ve hedeflenen etkiyi de yaratması beklentisi söz konusudur. Ya da kitle iletişim aracından gönderilen ileti tıpkı damardan verilen ilaç gibi izleyiciye anında ulaşır ve beklenen etkiyi yapar. Dönemin egemen yaklaşımı bu olunca bilim adamlarının ya da araştırmacıların, araştırma projelerinin kuramsal temelini bu anlayış doğrultusunda oluşturmaları da olasıdır. Bir başka deyişle 1930'lu ve 40'lı yılların araştırmacısının temel varsayımı etkinin güçlü olacağı yönündedir. Her araştırmacı da öncelikle duygu olarak öngörüsünün veya varsayımının doğrulanması beklentisiyle araştırmasını yönlendirir. Bu öngörülerin araştırma süresince etkili olması, farklı birtakım bulgulara ulaşılsa bile, bunların veri toplama veya analiz tekniklerindeki uygulama hatalarından kaynaklandığı inancı çoğu zaman araştırmacıyı, farklılıkları görmekten alıkoyabilir.

i)Dönemin genel toplumsal ortamı: Etki araştırmalarının XX. Yüzyılın ilk yarısına yoğunlaştığı dikkate alındığında karşılaşılan tablo şöyle. Avrupa'da sanayileşmenin etkisiyle büyük toplumsal dönüşümler olmuş, insanlar geleneksel yaşamdan modern yaşam biçimine geçmiş. Eski değerlerin geride bırakılıp, yeni değerlerin benimsenmesinin sorunsuz olması mümkün değil. İnsanlar kırsal yaşamın yüz yüze ilişki ortamından kent yaşamının dolaylı ilişkilerine taşınmış, kitleler içerisinde her biri kendi yalnızlığına çekilmiş. Kazananın kim olduğunun, kazancın ne olduğunun bilinemediği, ama büyük acıların çekildiği, kapanması on yıllar alacak büyük yaraların açıldığı iki savaş yaşanmış. İki savaş arası Avrupa'yı şiddete boğan, kana bulayan diktatörlükler. Bütün bunlara maruz kalan insanların her tür etkiye açık olmasından daha doğal ne olabilir ki?

Aynı şekilde Amerika'ya bakıldığında dünyanın farklı yerlerinden, farklı kültürlerinden, dillerinden, dinlerinden göçüp gelmiş ve burada tutunmaya çalışan insanlardan oluşan bir toplumsal iklim. Burada da her tür etkiye açıklık doğaldır. İşte kitle iletişim araçlarının etkilerine ilişkin çalışmalar böylesine bir hüzün, güvensizlik ve huzursuzluk ortamında yapılmıştır. Dünyaları yıkılmış ya da kendilerine yeni bir dünya kurmaya çalışan insanlarla dolu bir toplumun ruh, duygu ve bilinç ikliminde yapılan araştırmalardan çıkan sonuçları kendi dönemsel koşulları içerisinde değerlendirmek daha doğru olur o halde.

Nitekim araştırma teknikleri geliştikçe, toplumsal dengeler oturdukça, sistem yerleşiklik kazandıkça yapılan araştırma sonuçlarından da bireyi, insan ögesini öne çıkaran birtakım bulguların elde edilmesinden de görülmektedir ki

1930'lu ve 40'lı yılların, etkinin mutlak gücünü ortaya koyan iletişim araştırmalarının o dönemin toplumsal ve siyasal iklimiyle ilişkilendirilerek ele alınması gerekir. Aynı şekilde etkinin sınırlı olduğunu ileri süren ve bireyin üstünlüğüne alkış tutan sonraki araştırmaların da yine 1950'li yılların soğuk savaş döneminin, liberal çoğulcu geleneğin egemen kılındığı siyasal ve toplumsal iklimiyle bağlantılı olarak ele alınması gerekmektedir.

Sınırlı Etki Çalışmaları

Dünyayı sarsan ilk savaş kitle iletişim araçlarının farkına varılmasını sağlamıştır. İkincisi ise iletişim biliminin gelişmesine zemin hazırlayacak yöntembilimsel, dolayısıyla da kuramsal gelişmelerin sağlanmasına olanak vermiştir. Bu anlamdaki öncü çalışmaların birtakım özel vakıf ve kuruluşların yanı sıra Chicago Üniversitesi ve Yale Üniversitesi'nin akademik öncülüğünde ve de desteğinde başlatıldığına ve sürdürüldüğüne değinilmişti. 1940'lı yıllarda ise sosyolojik bakış açısını temel alan çalışmalar ivme kazanır. Anket (survey) tekniği kullanılarak yapılan alan araştırmalarıyla, ampirik yöntemin veri toplama ve analiz tekniklerinin iletişim alanına taşınmasıyla Columbia Üniversitesi bu süreçte öncü rolü alacaktır. Özellikle de Paul Lazarsfeld'in öncülüğünde üniversite bünyesinde kurulan çeşitli araştırma merkezleriyle alana yön verildiği görülmektedir. Bunlardan Office of Radio Research (Radyo Araştırmaları Merkezi), ki daha sonra Bureau of Applied Social Research (Uygulamalı Sosyal Araştırmalar) adını alacaktır. Adı geçen merkez Paul Lazarsfeld, Herta Herzog ve Robert K. Merton gibi akademisyenlerden oluşan ekiple çalışmalara başlar.

Bu tür akademik oluşumların yanı sıra hükümet tarafından kurulan Office of War Information (OWI) (Savaş Bilgi Ofisi) Office of Strategic Services (Stratejik Hizmetler Bürosu) (OSS), Voice of America (VOA) (Amerika'nın Sesi), the Department of Agriculture's Division of Program Surveys (Tarımsal Yeniliklerin Yayılması Bölümü) gibi kuruluşlar da gerek II. Dünya Savaşı yıllarında gerek sonrasında diğer alanların yanı sıra kitle iletişim araçlarının etkilerine ilişkin de kendi durdukları yerden çeşitli araştırmalar yaptırırlar.

II. Dünya Savaşında, özellikle de Aralık 1941'de Pearh Harbor'ın bombalanmasının ardından Amerikalılarda müthiş bir panik başlar. Bu arada propaganda çalışmaları yoğunlaştırılır. Bununla birlikte hangi propaganda tekniklerinin kullanılacağına ilişkin de çalışmalara başlanır. Önceki sayfalarda üzerinde durduğumuz Yale Üniversitesi tarafından cephede, Amerikan askerleri üzerinde yaptırılan deneysel çalışmaların da aynı kaygılarla bu kapsamda başlatıldığı söylenebilir.

II. Dünya Savaşı, iletişim alanındaki çalışmaların ivme kazanmasına vesile olur. Ama genel olarak da 1940'lı yıllar, özellikle Amerika'da iletişim alanındaki yöntembilimsel ve kuramsal açıdan temeli atacak önemli çalışmaların gerçekleştirildiği bir dönem olur.1920'lerden itibaren iletişime dönük çalışmaların başladığı Chicago Üniversitesi'nde iletişim çalışmaları bu dönemde de ilgi konusu olmaya

devam eder. Örneğin, Chicago'da doktora çalışmalarını sürdüren Helen McGill Hughes 1940 yılında gazetelerde verilen insan öykülerinin okurun ilgisini ne oranda çektiği üzerinde bir çalışma yapar. Diğer yandan Columbia Üniversitesi'nde gazetelerin kadın okurlar üzerindeki etkisine ilişkin odak (focus) grup çalışmaları vb. irili ufaklı çok sayıda araştırmanın yine bu dönemde başladığı gözlenmektedir. 1960'lı yıllarda Michigan Üniversitesi bünyesinde başlatılan ve psikolojik bakış açısını temel alan çalışmalar; ardından her iki geleneğin etkisinde başlatılan gündem koyma çalışmaları vb. pek çok çalışmayla iletişim alanının kendi yöntembilimsel ve kuramsal çatısını hızla oluşturduğu gözlenmektedir. O zamandan bu zamana yapılan bütün araştırmalara burada yer veremezsek de iletişimde kilometre taşı niteliğindekiler üzerinde durmaya özen göstereceğiz. Özellikle de sosyolojik bakış açısını temel alan ve Columbia Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen çalışmaların, çeşitli kesimlerin eleştiri oklarına hedef olsalar da iletişim bilimine hem yöntembilimsel hem de kuramsal anlamda yaptıkları katkıların inkar edilmesi mümkün değildir. Öyle ki iletişim alanında bugün kullanılan pek çok çözümleme tekniğinin, geçerliliğini koruyan pek çok kavram ve kuramın söz konusu araştırma geleneği içerisinde geliştiğini de göz ardı etmemek gerekir. Bunlardan hiç değilse temsil niteliği olanlara burada yer verilecektir.

Halkın Tercihi Araştırması

İletişim bilimlerinde paradigma değişikliğine yol açan bir araştırma olarak bilinen *Halkın Tercihi* Amerika'da, 1940 Başkanlık seçimleri sırasında gerçekleştirilir (Lazarsfeld, Berelson and Gaudet,1948).

Araştırma Ohio'nun Erie bölgesinde, tabakalı örneklemle belirlenen 600 kişiye panel tekniğiyle, yani eşit aralıklarla aynı deneklere aynı anketin uygulanması biçiminde gerçekleştirilir. Bu arada deneklere çok daha kolay ulaşabilirlikleri ve iletişim kurabilirlikleri açısından anketörlerin de çoğunlukla kadın ve yerel halktan olmasına özen gösterilir. Mayıs ayında, yani seçimin altı ay öncesinde başlatılan araştırma, aynı anketin, aynı deneklere ayda bir uygulanması suretiyle Kasım ayına kadar sürdürülür. Böylece seçim öncesinde altı ay boyunca seçmenlerin oy verme davranışlarının nasıl biçimlendiği belli aralıklarla izlenir. Deneklerin, oy verme davranışlarını ve kanaat oluşum süreçlerini çok daha cesaretle ve gönül rahatlığıyla açıklayabilecekleri düşüncesiyle aynı anket bir kez de seçim sonrasında uygulanır. Ankette yer verilen sorularla seçmenlerin, oy verme davranışlarını bir yandan o günün yaygın kitle iletişim araçları olan gazete, dergi ve radyodan, diğer yandan da sosyal çevrelerinden (aile, arkadaş grubu, iş çevresi vb.) nasıl ve ne oranda etkilenerek oluşturduklarına ilişkin saptamalarda bulunma amacı güdülür. Bir başka deyişle bir yandan aracılı iletişimin diğer yandan da kişilerarası iletişim süreçlerinin kişilerin oy verme davranışları ve kanaat oluşturma süreçlerine etkilerinin sorgulanması amaçlanır. Araştırmacılar ayrıca demografik ve sosyolojik dinamiklerle kişilerin oy verme kanaatlerinin biçimlenmesi arasında yakın bir ilişki olduğu var-

sayımından hareketle örneklemi oluşturan deneklerin sınıfsal, dinsel, etnik özellikleri, kentli veya kırsala özgülükleri ile oy verme kanaatlerinin oluşumu arasındaki ilişkiyi sorgulamaya dönük sorulara da yer verirler. Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, ve Hazel Gaudet gibi dönemin üç önemli araştırmacısı tarafından yapılan bu çalışmayla iletişimde bugün de hala geçerliğini koruyan önemli birtakım kavram ve kuramların geliştirilmesi sağlanır.

Yapılan araştırma sonucunda örneklemin neredeyse yarısını oluşturan kararlı seçmenlerin kampanya süresince de kararlarında ısrarlı oldukları gözlenir. Örneklemin diğer yarısını oluşturan seçmenin yaklaşık % 12'si kampanya sürecinde karar değiştirdiklerini söylerler. Örneklem kapsamındaki kişilerin yaklaşık % 8'inin kampanya süresince sürekli karar değiştirdikleri gözlenir. Örneklemi oluşturan kişilerin % 4'ü ise kampanya süresince zaman zaman kafa karışıklığı yaşasalar da sonunda yine her zaman oy verdikleri parti lehine kanaat kullanma kararını verdiklerini belirtirler. Deneklerin % 10'dan fazlası kampanyayı medyadan değil, doğrudan katılımlı olarak izlemeyi tercih ettiklerini söylerler. Dolayısıyla da karar değişikliği gösterenlerin çoğu bunu çevrelerinin etkisiyle yaptıkları açıklamasında bulunurlar. Örneklem kapsamındaki deneklerin % 21'i kampanya süresince gazete, dergi ve radyoyu yakından izlediklerini, kanaat önderlerinin açıklamalarına kulak verdiklerini ve bütün bunların da oy verme davranışlarının biçimlenmesinde etkili olduğunu ileri sürerler. Diğer yandan örneklem kapsamındaki deneklerin önemli bir kısmı da yakın çevrelerinde bulunan ve siyasetle kendilerinden çok daha ilgili olan kimselerin görüş ve yönlendirmeleri etkisinde oy verme davranışlarını biçimlendirdiklerini dile getirirler (Geer, 2004:3).

1940'lara kadar kitle iletişim araçlarının etkisinin çok güçlü olduğuna ilişkin görüşün egemenliği söz konusuyken bu araştırmanın sonuçlarıyla birlikte söz konusu etkinin sınırlı olduğu anlaşılır, dolayısıyla da güçlü etki paradigması yerini sınırlı etki paradigmasına bırakır. *Halkın Tercihi* araştırmasında elde edilen bulgularla farkına varılan bireysel farklılıklar, kanaat önderi, grup ilişkileri gibi birtakım etmenler bu yeni görüşün temel kuramsal ve kavramsal dayanağını oluşturmaktadır. *Halkın Tercihi* araştırmasıyla bunların yanı sıra da iletişimin işleyişinin sanıldığı gibi doğrusal bir süreç olarak değil "iki aşamalı akış" biçiminde gerçekleştiği, insanların kitle iletişim araçlarına sürekli değil "seçmeli açık kaldıkları", kitle iletişim araçlarından her verilen bilgiyi olduğu gibi almak yerine, onları çevrelerindeki bazı kişilerle tartıştıktan ve birtakım değerlendirmelerden geçirdikten sonra alımladıkları ya da yok saydıkları biçiminde birtakım saptamalarda bulunulur. Şimdi bunlar üzerinde sırasıyla duralım.

Bireysel farklılıklar: *Halkın Tercihi* araştırması iletişim alanında etkin bireyin keşfi yönündeki ilk önemli çalışmalardan biri olarak kabul edilebilir. İlk kez bu araştırmada bireylerin birbirlerinden farklı kişilik özelliklerine sahip oldukları bulgulanır. Toplumdaki her bir kişi birbirinden farklı toplumsallaşma süreçleri geçirmiş olup, farklı yaşam deneyimlerine, farklı birikimlere, farklı entelektüel düzeye sahiptir. Bu da onların kitle iletişim araçlarından gelen iletileri farklı bi-

çimde algılamalarına neden olmaktadır. Örneğin, tutucu dünya görüşüne sahip biriyle tutucu olmayan birinin medyadan gelen aynı iletiye aynı tepkiyi vermedikleri gözlenmiştir. Aynı şekilde Cumhuriyetçilere sempati duyan biriyle Demokratlara sempati duyan birinin de aynı iletiye aynı tepkiyi vermediği saptanmıştır. Buna göre siyasal tavır ve oy verme kararları net olanlarla net olmayanlar arasında da medyadan gelen iletilere tepki verme biçimi arasında önemli farklılıklar olduğu anlaşılmıştır.

Diğer yandan cinsiyet, yaş, ait olunan toplumsal sınıf, eğitim düzeyi gibi etmenler de bireylerin birbirlerinden farklı özelliklere sahip olmalarına, dolayısıyla medya iletilerini birbirlerinden farklı biçimde algılamalarına yol açmaktadır. Her birey, yetiştiği toplumsal ortama, geçirdiği toplumsallaşma sürecine, cinsiyet, yaş, toplumsal sınıf, siyasal tavır, eğitim düzeyi, meslek durumu vb. açısından kendine özgüdür. O halde toplum da atomize birimlerden oluşan homojen bir yapı değil, her biri diğerinden farklı pek çok bireyden oluşan heterojen bir yapıdır. Dolayısıyla da kitle iletişim araçlarından iletilen iletilerin de toplumun her kesitinde aynı etkiyi yapması olanaklı değildir.

Bireysel grup ilişkileri: Halkın Tercihi araştırmasında bulgulanan ve iletişim çalışmalarında paradigma değişikliğine yol açan önemli bir bulgu ise insanların toplum içerisinde yalnız olmadıklarıdır. Oysa kitle toplumu tezi toplumları, atomize birimler olarak nitelenen yalnız bireylerden oluşan bir yapı olarak tanımlamaktadır. Ohio'da yapılan araştırmada ise her bir bireyin birtakım grup ilişkileri içerisinde olduğu saptanır. Her bir birey, çeşitli yakınlık dereceleriyle bağlantılı olduğu grup ilişkileri içerisinde yer almaktadır. Birey aynı anda birden fazla grubun üyesi durumunda olabilmektedir. Her bir grup, birey için farklı bir etkileşim ortamı anlamına gelmektedir. Aile, arkadaş grupları, referans gruplar, mesleki gruplar vb. grup ilişkileri bireyin, kitle iletişim araçlarından gelen iletilerden etkilenmesi sürecinde de etkili olabilmektedir. Bireyler, aldıkları iletileri kendi yaşam pratiklerine aktarmadan önce çevrelerindeki diğer bireylerle, ait oldukları grubun diğer üyeleriyle paylaşmakta, hatta tartışmaktadırlar. Grup içi tartışmalar ve etkileşim iletinin birey tarafından algılanma derecesi üzerinde etki yapmakta. Buna göre bireyler aynı iletiye grup dışındayken farklı tepki verirken, grup içinde başka türlü bir tepki verebilmektedirler. Aynı şekilde her birey aynı iletiye farklı tepki vermekte. Bu da etkinin, her zaman için kaynağın beklentileri doğrultusunda gerçekleşememesi anlamına gelmektedir.

Kanaat önderi : *Halkın Tercihi* araştırmasında farkına varılan olgulardan biri de kanaat önderi olmuştur. Toplum içerisinde bireylerin yalnız olmadıkları, toplumdaki diğer bireylerle çeşitli biçimlerde ve düzeylerde ilişki içerisinde oldukları, görüş alışverişinde bulundukları, entelektüel etkileşime girdikleri, dolayısıyla kitle iletişim araçlarından gönderilen iletileri de birbirleriyle paylaştıkları bulgulanmıştır. Bu paylaşımlarda, etkileşimlerde ve entelektüel alışverişlerde ise toplumdaki bazı bireylerin diğerlerine göre daha etkin olmaları nedeniyle onlar üzerinde de etkili oldukları saptanmıştır. Örneklemi oluşturan deneklerden önemli

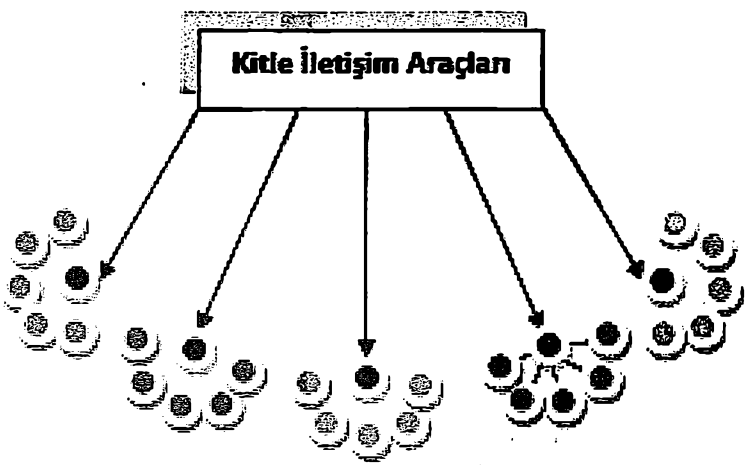
bir kısmı, çevrelerindeki bazı kimseleri diğerlerine göre daha çok önemsediklerini, bilgilerine, görgülerine vb. güvendiklerini, bu nedenle de kendilerine medyadan ya da başka dış kaynaklardan gelen iletileri kendi yaşam pratiklerine dahil etmeden önce o kişilerin görüşlerine başvurduklarını söylemişlerdir. Buna göre toplumda bazı kişiler bilgileriyle, eğitim düzeyleri, ekonomik konumları vb. özellikleriyle diğerlerine göre çevrelerindekilerin saygısını kazanırlar. Bu tür kişiler kendi çevrelerinde genellikle kanaat önderi rolü oynarlar. Örneğin, Anadolu'nun köylerinde öğretmenler ve imamlar mesleki görevlerinin yanı sıra görev yaptıkları yöredeki insanlar için kanaat önderi işlevi görürler. Aynı şekilde politikaya ilgi duyan gençler için, yaşamakta oldukları semtlerdeki eski politikacılar ya da siyasette aktif olarak çalışanlar kanaat önderidirler. Güzel görünmek, bakımlı olmak isteyen bir genç kız için ailedeki, semtteki, okuldaki bakımlı kadın kanaat önderidir. Kanaat önderleri çevreleri için her konuda, yaşamın her alanında kanaat önderliği yapabilecekleri gibi her bir kanaat önderi, yalnızca tek bir konuda da çevresindeki bireyler için kanaat önderliği yapabilir. Toplumun modernleşmişlik derecesi ile kanaat önderinin işlevselliği arasında doğrudan ilişki olduğu düşünülmektedir. Örneğin, insanların birbirlerinden çok daha bağımsız bireyler oldukları, ikincil ilişkilerin egemen olduğu modern Batı toplumlarında kanaat önderliği kurumunun, bizim gibi toplumlara göre daha zayıf olma olasılığı yüksektir. Oysa bizim gibi geleneksel ilişkilerle modern ilişkilerin iç içe olduğu, birincil ilişkilerin hala yoğun yaşandığı toplumlarda kanaat önderliği kurumu çok daha etkin işlemektedir.

Kanaat önderi ille de tek bir kişi olmayabilir. Bazen bir sivil toplum örgütü, bir dernek, bir platform da kanaat önderi rolü oynayabilir. Kanaat önderliği kurumu kendiliğinden işleyen bir mekanizmadır. Toplumda bazı kişiler, sahip oldukları birtakım özelliklerle toplumun diğer bireylerinin biraz daha önüne geçebilirler. Diğer insanlar da birtakım yanlarıyla öne çıkan bu insanları (kanaat önderi) kendilerince daha saygın bir konuma oturturlar ve pek çok şeyi de onlara danışırlar.

O halde kanaat önderleri toplumda yeniliklerin yayılması, insanları olumsuz yönde etkileyen birtakım haberlerin veya iletilerin halka ulaşabilirliğinin engellenmesi gibi konularla da ilgilenirler.

İletişimde iki aşamalı akış: Kitle iletişim araçlarıyla aracılanan iletişimin işleyişinde kanaat önderi bir ara kademe olarak iletişim sürecine dahil olur. Buna göre gönderici tarafından araca kodlanan ileti, alıcı tarafından açımlanır. Ancak tam bu aşamada kanaat önderi devreye girerek iletinin algı sürecine etki yapabilir. Bazı durumlarda kodaçımlama alıcı tarafından, bazı durumlarda da kanaat önderinin de işbirliğinde alıcı tarafından yapılır. Örneğin, okuryazar olmayan birinin kanaat önderinden okuma desteği alması durumunda kodaçımlama kanaat önderi tarafından yapılmış olur. Ya da gazetedeki haberi okuyan kişi, çevresinde, haberin konusuyla da ilgili olduğunu bildiği kanaat önderiyle paylaşır. Kanaat önderinin görüşünü alarak söz konusu iletiyi kendi yaşam pratiklerine

ekleyip eklemeyeceğine karar verir. Burada da kodaçımlama alıcı tarafından yapılmıştır. Kanaat önderi ise kodaçımlamanın hemen ardından sürece dahil olur ve süreci yönlendirir. Kanaat önderinin devreye girerek iletileri kendi zihinsel süzgecinden geçirdikten sonra alıcının kullanımına sunması iletişimde iki aşamalı akış modelinin gelişmesine olanak vermiştir. Böylece 1920'li 30'lu yıllarda iletişim çalışmalarına egemen olan ve iletişimin tek yönlü doğrusal bir süreç olduğunu savunanlara karşı yanıt *Halkın Tercihi* araştırmacılarından gelir. Buna göre iletişim, sanıldığı gibi tek kademeli ve doğrusal bir süreç değil, iki ya da bazen daha çok kademeli bir işleyiş gösteren kademeli veya aşamalı bir süreçtir. Sürecin kademeli işlemesi, etkinin ölçüsünü de belirlemektedir. Tek kademeli ve doğrusal işleyen süreç varsayımında etki güçlüdür, yani göndericinin beklentilerine uygundur. Oysa kademeli iletişimde, gönderici ile alıcı arasına giren ögelerin her biri iletiye bir bakıma müdahale demektir. Başka bir deyişle kademeli iletişim sürecinde iletiler, kanaat önderinin de süzgecinden geçtikten sonra alıcıya ulaşmakta. Etkinin, beklentisine uygun olup olmaması ise iletinin süzgeçlenme derecesine göre değişebilmektedir. Bu da kitle iletişim araçlarının etkisinin güçlü değil, sınırlı olduğu bulgusunu güçlendirmektedir (Katz,1994).



Şekil: İki aşamalı akış modeli

Kitle İletişim Aracına Seçmeli Açık Kalma: *Halkın Tercihi* Araştırmasında farkına varılan ve güçlü etki yaklaşımında tümüyle göz ardı edilen önemli bir nokta da insanların kitle iletişim aracına her durumda açık olmadıklarıdır. Etkinin gerçekleşebilmesinin ilk koşulu kişinin kitle iletişim aracına açık kalma eylemini gerçekleştirmesidir. Bir gazetede yayımlanan bir haberin insanlar üzerinde etkili olabilmesi için öncelikle insanların o gazeteyi ve o haberi okumaları gerekir. Aynı şekilde radyodan yayımlanan bir haberin, verilen bir bilginin insanları etkilemesi için her şeyden önce insanların radyolarının düğmelerini açmaları ve dinleme edi-

mini gerçekleştirmeleri gerekir. Diğer yandan *Halkın Tercihi* araştırmasında bununla ilişkili olarak farkına varılan bir nokta da insanların kitle ileişim aracına açık kalsalar bile, oradan aldıkları bilgiyi yok sayabildikleridir. Nitekim daha önce de üzerinde durulduğu gibi kendisiyle görüşülen seçmenlerin önemli bir kısmı seçim gündemini gazete ve radyodan izlediklerini, ancak onlar içerisinden kendi siyasal görüşlerine uygun haber veya yorumlarla ilgilendiklerini, diğerlerini ise yok saydıklarını belirtmişlerdir. Bu noktada da bireylerin kitle iletişim araçlarından verilen bilgiyi seçmeli olarak algılaması durumu söz konusu olmaktadır.

Halkın Tercihi araştırmasında farkına varılan seçmeli açık kalma, seçmeli ilgi, seçmeli algı gibi kavramlar daha sonra yine aynı ekipten Joseph Klapper tarafından ayrıntılı tanımlarla kavramsallaştırılır.

Kişisel Etki Araştırması

Halkın Tercihi araştırmasının sonuçlarının yayımlanması yalnızca akademik çevrelerde değil, iletişimle profesyonel düzeyde ilgilenenler arasında da büyük ilgi uyandırır. Özellikle kanaat önderi olgusu gerek kitle iletişim araçlarında görev yapanların gerekse siyasilerin büyük ilgisini çeker. Sıradan insanların, kanaat önderleri aracılığıyla kitle iletişim araçlarıyla ilişki kurmaları, kanaat önderlerinin toplumun her kesiminde yer almaları ve işlevsel olmaları, toplumda birtakım kanaatlerin oluşmasında oynadıkları rol söz konusu kesimler için oldukça önemliydi. Dolayısıyla bir yandan siyasiler, bir yandan da kitle iletişime yön verenler toplumda kendiliğinden varlık ve işleyiş gösteren bu mekanizmayı kendi yararları doğrultusunda kullanabilirlerdi. Ama bunun için toplumda bu anlamda biraz daha sondaj yapılmasında yarar vardı. Dolayısıyla Halkın Tercihi tarzı araştırmalara ilginin daha da arttığı görülür.

Diğer yandan toplumun, sanıldığı gibi atomize bireylerden oluşan homojen bir yapı olmadığının anlaşılması da siyasiler ve iletişim profesyonelleri için önemli bir noktaydı. Bu yöndeki bulgu bir yandan da II. Dünya Savaşı sonrası Batı'da yeniden egemen anlayış haline gelecek olan liberal anlayış ve bireyin yeniden keşfi çabalarıyla da örtüşmekteydi. Mademki toplum heterojen bir yapıdır, o halde o yapının dokularına girmek ve o dokular içerisine konuşlanmış olan farklılıkları açıkça ortaya koymak, oluşturulacak ve uygulanacak politikalar açısından da önem taşıyor olmalıdır.

İşte bütün bu amaç ve planlar araştırmaların alana, yani toplumsal ortama kaydırılması gereğine inancı güçlendirmiştir. *Halkın Tercihi* araştırmasının ardından ikinci büyük araştırma *Kişisel Etki (Personal İnfluence)* gerçekleştirilir. Araştırma Lazarsfeld, Merton ve dönemin ünlü sosyologlarından Mills tarafından kurgulanır. Ancak daha sonra Lazarsfeld ve Mills'in arası açılır ve araştırma sonuçları Lazarsfeld ve Katz tarafından kitaplaştırılır (Katz, and Lazarsfeld,1955). *Kişisel Etki* araştırması öncekine göre daha profesyonel bir yöntembilimsel tavırla gerçekleştirilir. Illinois'in Decatur kentinde, 800 kadın denek üzerinde yapılan araştırmanın

anketörleri de kadınlar arasından seçilir. Yerel halk arasından seçilen kadın anketörlere araştırmanın uygulanmasından önce günlerce sürecek eğitim seminerleri verilir. Anketörlerin deneklerle nasıl iletişim kuracakları, soruları nasıl yöneltecekleri vb. tüm ayrıntılar bu eğitim seminerlerinin konusunu oluşturur.

Kişisel Etki araştırmasında da *Halkın Tercihi* araştırmasındaki bütün bulgular yeniden elde edilir. Böylece bu yeni araştırma, önceki araştırma için bir destek güç olur. Halkın, özellikle de kadınların tüketim eğilimleri üzerine eğilen *Kişisel Etki* araştırmasında yüz yüze iletişimin, kişiler arası ilişkilerin önemi *Halkın Tercihi* araştırmasında olduğundan çok daha belirgin biçimde ortaya çıkar. Öyle ki toplumsal etkilerin, dolayısıyla da kitle iletişim araçlarından gelen etkinin yüz yüze iletişimden doğan etkinin çok daha gerisinde kaldığı saptanır. İnsanlar arasındaki yüz yüze iletişimsel ilişkilerin bireylerin tavır, davranış ve kanaatleri üzerinde çok daha etkili olduğu sonucuna ulaşılır. Kitle iletişim araçlarından gönderilen iletilerin de çoğunlukla kanaat önderleri aracılığıyla toplumdaki diğer kişilere ulaştığı saptaması yapılır. Dolayısıyla da kitle iletişim araçları yoluyla aktarılan her iletinin hedef kişi, grup veya kitleler tarafından doğrudan alınması söz konusu değildir. Kanaat önderleri, içerisinde yer aldıkları toplumsal ortamın sosyokültürel ve demografik özelliklerine de bağlı olarak çoğu zaman kitle iletişim araçlarından aktarılan iletileri zihin süzgeçlerinden geçirerek kendi sosyal ağlarındaki kişilere aktarırlar. Kanaat önderleri tarafından filtrelenerek alıcı kesimlere aktarılan iletilerin olası etkisi de böylece dolayımlanmış olur (Katz, 1994). Kitle iletişimin kanaat önderi dolayımlı bu işleyişi bir yandan kitle iletişim aracının hedef kitle üzerindeki doğrudan etkisini engeller, diğer yandan da iletişimin tekil doğrusal bir süreç biçiminde değil, kademeli olarak işlemesine neden olur. *Kişisel Etki* araştırmasında toplumda yaşamın hemen tüm kesitlerinde izleyici kitlelerle kitle iletişim araçları arasında genelde bu dolaylı ve kademeli ilişkinin geçerli olduğu saptamasında bulunulur. Böylece *Halkın Tercihi* araştırmasında insanların yalnızca siyasal tutum ve oy verme kararlarının oluşum sürecinde devreye girdikleri gözlenen kanaat önderlerinin, *Kişisel Etki* araştırmasında yaşamın hemen hemen bütün kesitlerindeki tutum oluşturma ve karar süreçlerinde etkili oldukları bulgulanır. Buna göre kitle iletişim araçlarının bilgi aktarım alanlarının genişlemesine ve çeşitlenmesine koşut olarak kanaat önderlerinin söz konusu aracı rolünde de genişleme ve çeşitlilik gözlenmektedir. Öyle ki çeşitli konularda yapılan pek çok benzer araştırmada da (yeni bir ilacın tanıtılması, yeni bir teknolojinin kullanımı hakkında bilgi verilmesi vb.) kanaat önderlerinin kendi sosyal ağları içerisinde yer alan insanlar üzerinde önemli bir etkiye sahip oldukları gözlenmiştir.

Oy Verme Araştırması

Kitle iletişim araçlarının etkilerine ilişkin alan araştırmaları serisinde yer alan önemli bir çalışma da 1948 yılında Ford Foundation (Ford Vakfı) ve Bureau of Applied Social Research (Uygulamalı Sosyal Araştırmalar Merkezi) işbirliğinde gerçek-

leştirilen *Oy Verme (Voting)* araştırmasıdır. New York'un Elmira kasabasında gerçekleştirilen araştırmada da anket ve panel[1] teknikleri uygulanmıştır. Bernard Berelson, Paul F. Lazarsfeld ve William N. McPhee (1954) tarafından yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlar da önceki araştırmaların bulgularını güçlendirici niteliktedir. Kanaat önderleri, iletişimin kademeli akışı, grup ilişkileri, bireysel farklılıklar vb. dinamikler burada da belirgin biçimde ortaya çıkar. Araştırma süresince araştırmacıların dikkatini çeken nokta, insanların kitle iletişim araçlarından verilen iletileri kendi aralarında söylenti düzeyinde kurdukları iletişim ağıyla değişime ve dönüşüme uğratarak dolaşımını sağladıklarıdır. Böylece medyanın gündeminde olmayan birçok konunun halkın dedikodu gündemini oluşturabildiği gözlenmiştir. Dolayısıyla bireysel etkileşim ve kişisel etki bu araştırmanın da belirgin bulgularından biri olarak yansımıştır (Berelson, Lazarsfeld and McPhee, 1954).

1940'lı ve 50'li yıllarda, kitle iletişim araçlarının toplumsal etkilerini ölçmek amacıyla çeşitli örnekolaylar bağlamında gerçekleştirilen ampirik nitelikteki bu tür araştırmaların Amerika'da yoğunluk kazandığı ve sonraki yıllarda da artarak devam ettiği gözlenmektedir. Özellikle de 1960'ların ortalarından itibaren varlığını gösteren siyasal reklam kampanyalarının vazgeçilmez kesitini oluşturan kamuoyu yoklamalarını buna örnek vermek yanlış olmaz. Benzer araştırmaların, iletişim eğitiminin gelişmesine koşut olarak Türkiye'de de yapılmaya başlandığını görüyoruz. Özellikle de birinci kuşak iletişim bilimcilerin yetişmesiyle birlikte söz konusu araştırmaların bizde de 1970'lerin ortalarından itibaren başladığı gözlenmektedir. Öncü ve temsil edici nitelikteki bu araştırmaların da bazılarından burada söz etmekte yarar var.

Siyasal Katılım ve Kadın

Söz konusu araştırma geleneğini Türkiye'de başlatanlardan biri birinci kuşak iletişim bilimcilerden olan Oya Tökgöz'dür. 1973 yılındaki genel siyasal seçimler sırasında Çankaya ilçesinde uyguladığı araştırmayla Tokgöz'ün bu açıdan öncü rolü üstlendiği söylenebilir. Yaklaşık 500 kadın denek üzerinde, panel tekniği kullanılarak uygulanan anketle televizyonun, kadınların oy verme kanaatleri üzerindeki etkisi ölçülür. Araştırma tasarımı açısından 1940 Ohio Araştırması'ndaki şablonun bir benzerinin kullanıldığı araştırmada ulaşılan bulgulardan biri Türkiye'de erkeklerin, kadınlara oranla kitle iletişim araçlarına daha açık olduklarıdır. Diğer bir bulgu ise kitle iletişim araçlarının (televizyon) izleme oranı ile etkisi arasında doğrudan ilişki olduğu biçimindedir. Genel olarak kitle iletişim araçları, özelde de televizyon insanların siyasal olarak bilgilendirilmesinde önem-

[1] Panel tekniği, belli bir araştırma evrenini temsilen belirlenen örneklem üzerinde, aynı sormacanın birden çok kez uygulanmasıdır. Ya da aynı örneklemle birden çok kez aynı görüşmenin yapılmasıdır. Böylece zaman içerisinde bireyin görüş, düşünce, tutum ve tavır alışlarında herhangi bir değişiklik olup olmadığı, olduysa da bunun, hangi etkiler altında gerçekleştiğinin saptanması olanaklı hale gelmektedir.

li bir etkiye sahiptirler. Buna göre siyasal ilgi ve televizyon arasında yakın ilişki olduğu saptanmıştır. Araştırmanın sonucunda kitle iletişim araçlarının, özellikle de televizyonun insanların tavır ve davranışları üzerinde önemli oranda etkili olduğu, ancak etkinin ortaya çıkabilmesi için insanların kitle iletişim araçlarına açık olmaları gereği biçiminde bir sonuca ulaşılır (Tokgöz,2010:65).

Kitle İletişim Araçları ve Yeniliklerin Yayılması

Buraya kadar söz edilen araştırmalarla kitle iletişim araçlarının daha çok insanların siyasal görüşleri ve tüketim eğilimlerinin oluşumu üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Kitle iletişim araçlarının önemli bir işlevi de modernleşmeye katkılarıdır. Bu işlevin ne oranda işlerlik gösterdiğini açıklığa kavuşturmak için şu ana kadar oluşturulmuş en kullanışlı model Everett M. Rogers'in yeniliklerin yayılmasına ilişkin çalışmasıdır. Rogers kitle iletişim araçlarının yeniliklerin yayılmasına etkisinden önce yeniliklerin toplumda yayılması ve yerleştirilmesi sürecinin farklı aşamalarını ortaya koyar (Rogers,1981). Bunlar:

Bilgilendirme: Yeni bir teknolojinin, buluşun, yöntemin insanların ilgisini çekebilmesi için onların söz konusu yenilik hakkında öncelikle bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Bilgilendirme farklı kanallar tarafından yapılabilir. Uzmanlar, meslek çevreleri, yeniliğe ilişkin araştırma yapmış kimseler, kitle iletişim araçları vb.

İkna: yeniliğe ilişkin gerekli bilgilendirme yapıldıktan sonra, insanlarda söz konusu yeniliğe ilişkin bir tutum oluşturulmaya çalışılır. Bu tutum oluşturma ise bir yandan eskinin unutturulması, buna karşılık yeniye ilişkin birtakım olumlu algıların oluşturulması biçiminde gerçekleştirilmelidir. Burada kitle iletişim araçlarına da büyük iş düşer. Söz konusu yeniliğin kullanımıyla elde edilecek yararlar hakkında gerek didaktik gerekse de drama biçimindeki sunum ve programlarla insanların ilgileri bu yöne çekilmeye çalışılır.

Karar: Bilgilendirme ve ikna işlemlerinin ardından bireyin yeniliğe ilişkin bir karar vermesi beklenir. Bu karar verme sürecinde birey yeniliği kabul eder ya da etmez. Burada da kitle iletişim araçlarının etkisi önem taşır. Özellikle de söz konusu yeniliğe ilişkin kararında henüz belirgin bir kesinlik olmayan insanların kararlarına müdahale etmek çok daha kolay olabilmektedir.

Onaylama: Bu aşamada birey verdiği kararın, çevresi tarafından da onaylanmasını bekler. Bu onaylamada kitle iletişim araçlarından yapılan yayınların da etkisi büyüktür. Eğer birey, çevresinden, verdiği karara ilişkin çok fazla karşıt ileti alırsa, kararından vazgeçmek ve yeniliği kendi yaşam pratiğine dahil etmemek gibi bir davranış biçimi de geliştirebilir.

Rogers'in modeli uygulanarak yapılan araştırmalarda genelde bulgulanan sonuç, yeniliklerin toplumda yayılmasında ve benimsenmesinde kitle iletişim araçlarının önemli rol oynadıklarıdır. Ancak burada kitle iletişim araçlarının güçlü etkisinden söz etmek mümkün değildir. Bireysel etki de bu süreçte önemli

ölçüde işlerlik göstermektedir. Dolayısıyla kitle iletişim araçları yeniliklerin yayılması sürecinde toplumdaki pek çok etkenden biri olarak görülebilir. Ayrıca insanların yenilikleri kabul etmeleri ve yaşam pratiklerine geçirmeleri için toplumda diğer koşulların da varlığı gereklidir. Toplumun, yeniliklere açık dinamik yapısı, din, gelenekler, toplumdaki egemen iletişimsel iklim vb (Rogers,1981).

Rogers'in yeniliklerin yayılması modeli temel alınarak Türkiye'de ilk kapsamlı araştırmanın birinci kuşak iletişim bilimciler arasında yer alan Aysel Aziz tarafından yapıldığı bilinmektedir. 1982 yılında *Toplumsallaşma ve Kitlesel İletişim* adıyla yayımlanan çalışmada Rogers'in savlarını destekleyen önemli bulgular ortaya konulduğu görülmektedir. Ankara'nın Çubuk yöresinde gerçekleştirilen araştırmada kitle iletişim araçlarının kullanımı ile yeniliklerin yayılması arasında açık bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılır.

Buna göre fazlasıyla radikal bazı yeniliklerin dışındaki yeniliklerin benimsenmesinde ve uygulamaya geçirilmesinde kitle iletişim araçlarının etkisi saptanmıştır. Yeniliklerin duyurulmasında, yenilikler hakkında halkın bilgilendirilmesinde, yeniliğin yaşam pratiklerine dahil edilmesinde kitle iletişim araçlarının etkin kullanımı bulgulanmıştır. Ancak kitle iletişim araçlarının yaşamın bu kesitinde etki yapabilmesi için birtakım koşulların da gerçekleşmesi gerekmektedir. Örneğin, insanların kitle iletişim araçlarına açık olmaları zorunlu koşullardan biridir.

Diğer yandan araştırmada, insanların her kitle iletişim aracını eşit düzeyde kullanmadıkları saptaması da dikkati çeker. Araştırmada elde edilen önemli bir bulgu da radyonun, diğer kitle iletişim araçlarına göre daha yoğun kullanıldığına ilişkindir. Buna koşut olarak yeniliklerin yayılmasında da radyonun etkisinin diğer kitle iletişim araçlarına göre daha fazla olduğu bulgulanmıştır. Aysel Aziz bunun nedenini radyonun daha eski bir araç, dolayısıyla da insanların yaşamındaki yerinin daha yerleşik olmasına bağlamaktadır (Aziz,1982).

Bunun başka nedenleri de olabilir. Araştırmanın yapıldığı dönemde, özellikle de köylerde televizyon henüz çok yaygın kullanılan bir araç değildir. Gazete ise Türkiye'de öteden beri kentlilerin daha yoğun ve etkin kullandığı bir araç olarak bilinir. Bu durumda geriye radyo kalmakta. Hem evlerin çoğunda bulunuyor olması, hem de taşınabilirliği açısından kullanım oranının diğer kitle iletişim araçlarına göre daha yüksek olması doğaldır.

Araştırmada ulaşılan önemli bir bulgu da katı geleneksel değerlerin ve dinin egemen olduğu toplum kesimlerinde kitle iletişim araçlarının etkisinin oldukça sınırlı olmasıdır.

Ama bütün bu koşullara ve durumlara karşın araştırmada ulaşılan genel sonuç Türk toplumunun yeniliklere açık olduğu, kitle iletişim araçlarından verilen yeniliklere ilişkin iletilerin de insanlar üzerinde belli bir etki yarattığıdır. İnsanların, özellikle de kendi değerlerine karşılık gelen iletilerden çok daha fazla yararlandıkları saptanmıştır (Aziz,1982).

Yenilikerin yayılması modeli kullanılarak Türkiye'de bir diğer araştırma da Özkaya, Küçükkurt ve Elbek (1991) tarafından gerçekleştirilir. Araştırmada tarımsal yeniliklerin yayılması ve yeni teknolojilerin tarımda kullanılması süreçleri

öncelikle kişilerarası iletişim düzleminde incelenmiştir. Bunun yanı sıra tarımsal yenilikler ve yeni teknolojilerin kullanımını konu alan yayınların ne oranda etkili olduğu sorgulanmıştır.

Yeniliklerin yayılması konusunda bir diğer çalışma ise genç kuşak araştırmacılardan Funda Başaran tarafından gerçekleştirilir. Başaran, çalışmasında enformasyon, iletişim teknolojisi ve yayılma kavramları arasındaki ilişkiyi ayrıntılı biçimde ele alır. Çalışmada üretilen hizmetlerin iletişim teknolojileri üzerinden yayılmasında etkili olan ekonomik, politik ve toplumsal dinamiklere bakılmaktadır. Bu noktadan hareketle gerçekleştirilen çalışmada enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yayılma merkezli ilişkisi gelişmişlik ve az gelişmişlik kavramları açısından da ele alınır. Böylece gelişmiş ve de gelişme süreçlerini henüz tamamlayamamış toplumlarda enformasyon ve teknolojinin yayılma süreçleri irdelenirken cep telefonu ve internet gibi telekomünikasyon teknolojileri örnekolay olarak alınır. Çalışmasında Başaran özet olarak sosyoekonomik gelişme ile teknoloji arasında, dolayısıyla da teknoloji ve toplumsal değişme arasındaki ilişkiyi bir kez daha ortaya koyar (Başaran,2010).

Kültürel Göstergeler ve Ekme-Yetiştirme Kuramı

Buraya kadar üzerinde durulan etkiye ilişkin savlar ve etki ölçüm araştırmalarında genelde kısa dönemde ortaya çıkan etkiler dikkate alınmıştır. Bunlar da çoğunlukla seçim dönemlerinde kitle iletişim araçları aracılığıyla verilen iletilerin oy vermeye nasıl etki ettiği ya da bir yeniliğin benimsenmesi sürecindeki etkiler vb. dir. Amerikalı iletişim bilimci ve Annenberg Okulu temsilcilerinden George Gerbner tarafından ortaya konulan "kültürel göstergeler ve ekme" kuramı ise kitle iletişim araçlarının, ama özellikle televizyonun uzun dönemdeki etkilerini konu alır. Bu kuramın temelinde televizyonun inançları, düşünceleri etkilemede ve davranış biçimleri oluşturmada büyük güce sahip olduğu görüşü yatar (McQuail ve Windahl, 2005:127).

Gerbner'e göre sanayileşmeyle ve yanı sıra gelişen yeni siyasal sistemle birlikte yeni düzenin egemen güçleri kamunun ileti üretim alanını da denetim altına almışlardır. İletilerin kitlesel üretiminin er geç ortak sembolik ortamın da dönüşmesine yol açabileceği düşüncesi bu alanın denetim altına alınmasının nedeni olarak gösterilebilir. Çünkü kitle iletişim araçlarının simge üretim ortamı toplumun gündelik yaşamındaki egemen kodların dönüşümüne ve yeniden biçimlenmesine etki ederken, buna bağlı olarak da kamunun biçimlenmesinde rol oynar. Bir başka deyişle kitle iletişim araçlarının, özellikle de günümüzde yaygın kullanım alanına sahip olan televizyonun toplumdaki genel düşünsel iklimin, dolayısıyla da kamusal alanın dönüştürülmesine etkisi siyasal sistemleri de yakından ilgilendiren bir konudur. Bu nedenle de siyasete yön veren güçler, yanı sıra kitle iletişim araçlarının simge üretim ve dağıtım ortamına da yön vermeyi ihmal etmezler. Gerbner de bu gerçekten hareketle ilgisini televizyonun kültürel göstergeler üretim ve aktarım alanına yöneltir.

Gerbner'e göre televizyonun gösteri ortamında, toplumda zaten var olan kültürel göstergeler kullanılarak birtakım iletiler üretilir ve topluma aktarılır. Buna göre toplum, aslında televizyona girdi sağlayan bir ortamdır. Toplumda var olan, ama çoğu zaman farkında olunmayan, ya da görmezden gelinen veya gündelik yaşamın akışı içerisindeki alışılmışlıklarından dolayı dikkatlerden uzak kalan pek çok kültürel gösterge oradan televizyonun yapay üretim ortamına taşınarak orada yeniden üretilerek topluma geri gönderilir. Ancak televizyon ortamında üretilen ve topluma sunulan iletiler toplumda var olanların yinelenmesi biçiminde değil, dönüştürülerek, amaca göre yeniden biçimlendirilerek topluma gönderilir. Toplum ise bunları, hammaddesi zaten kendisinde olduğu için, çoğu zaman herhangi bir direnç göstermeden, algılama ve benimseme zorluğu çekmeden alır ve yaşama geçirir. Oysa hammaddesi var olan toplumdan alınsa bile televizyonun yeniden üretim ortamında dönüşüme ve değişime tabi tutularak işlenen göstergeler, amaçlar doğrultusunda birtakım yeni anlamlar yüklenerek topluma gönderilirken, bunlar aracılığıyla insanlara gerçekte olandan farklı bir dünya sunumu da yapılmaktadır.

Televizyonu özellikle de günümüz dünyasında günlük enformasyon akışının ve toplumsallaşmanın birincil kaynağı olarak gören Gerbner ve Gross'a (Erdoğan-Alemdar,2010:144) göre insanlar televizyondan aldıkları bilgileri kendi simge alanlarına dahil ederken, aynı zamanda kendileri de bilerek ya da bilmeyerek televizyonun toplumsallaşma sürecine dahil olurlar. Böylece televizyon güdümlü bir toplumsallaşma süreci toplumda giderek egemen hale gelir.

Gerbner'e göre televizyondan sunulan iletiler insanlar üzerinde hemen etki yapmazlar. İzleyicilerin bu iletileri hemen alıp yaşam pratiklerine aktarmaları da beklenmemelidir. Bu süreçte kişisel ilişki ve etkileşimler devreye girer. Buna göre izleyiciler televizyondan aldıkları iletileri çevrelerindeki kişilerle tartışabilirler. Ya da televizyondan sunulan iletiye karşı direnç gösterebilirler. Bu nedenle de televizyonun etkisinin kısa dönemde ortaya çıkmasını beklemek doğru olmaz. İzleyiciye çok çeşitli formatlarda (haber, drama, komedi, müzik, eğlence vs) verilen iletiler zamanla onların inançları, düşünceleri, değerleri içerisine sızarak tutumları, tavır alışları ve davranış biçimleri üzerinde etkisini gösterir. İletilerin, insanların inanç, düşünce ve değerleri içerisine yerleştirilmesiyle, dokularına işlenmesiyle ekme işlemi gerçekleşmiş olur. Gerbner, ekilen iletilerin zaman içerisinde insanların tutum, tavır ve davranışları üzerinde etkili olmaya başlamasını filizlenme benzetmesiyle açıklar. Gerbner'in ekme ve yetiştirme kuramındaki mekanizmanın işleyişi tam da bu şekilde gerçekleşir (Gerbner,1973).

Gerbner'e göre televizyonun etkisi farklı toplumsal sınıflar üzerinde farklı gerçekleşir. Televizyonun kültürel üretim ve sunum alanını oluşturan popüler kültürel kodlar ağırlıklı olarak hangi sınıfı temsil ediyorsa etki de daha çok o sınıf üzerinde gerçekleşir. Buna göre televizyonun kültürel kodları ile orta sınıf arasındaki örtüşme diğerlerine göre çok daha belirgindir. O halde televizyonun toplumun orta sınıfını oluşturan insanlar üzerindeki etkisi daha fazla olmalı. Ancak televizyonun arkasındaki ticari kesimin amacı ortak değerleri, televizyonun popüler

kültürel üretim ve sunum alanı içerisinde topluma aktarmak ve toplumda yerleştirmek olduğuna göre, etkinin bütün kesimler üzerinde aynı ölçüde olması beklenir. Ancak burada da toplumun farklı kesimlerinin, yeniden üretilerek aktarılan göstergelerin hammaddesini oluşturan asıl göstergelerle aynı oranda ilişkili olmamaları gerçeği kendisini gösterir. Buna göre sözgelimi orta sınıftan alınarak televizyon ortamında yeniden üretildikten sonra toplum geneline aktarılan bir iletiyi, orta sınıftan izleyicilerin toplumun üst sınıfındaki izleyicilere göre alımlamaları ve kendi yaşamlarına aktarmaları çok daha kolaydır. Çünkü burada orta sınıf izleyicinin o iletiyi algılama potansiyeli üst sınıf izleyiciye göre çok daha yüksektir.

Bu arada şunu da belirtmekte yarar var. Halkın popüler kültürü ile televizyonun popüler kültürü tam olarak aynı şey değil. Halkın popüler kültürü, kendi yaşam pratikleri içerisinde doğmuş ortak paylaşımlı kültürdür. Televizyonun popüler kültürü ise toplumdaki yaygın kültürel göstergeler kullanılmakla birlikte, televizyonun kitlesel üretim ortamında üretilen ve sunulan ticari kültürdür. İnsanların kendi gerçeklikleriyle ilişkisi olmayan yapay bir kültür. Etki ve yönlendirmenin temelinde de televizyon merkezli bu kültür yer alır. Bu kültür aracılığıyla insanlara, onların gerçek yaşamında var olmayan birtakım değerler, düşünceler aktarılarak, yerleşikleşmelerine çalışılır. Böylece televizyonun popüler kültürü, halkın popüler kültürüne giderek egemen olur ve zamanla onu kendi içerisine alarak yok olmasına yol açar.

Gerbner'in ekme-yetiştirme modeline göre televizyon aracılığıyla insanlarda birtakım gereksinimler yaratılır ve sonra da bunların karşılanması için onlara birtakım formüller sunulur. Bu da insanların giderek kendi gerçek yaşamlarıyla kurdukları ilişkilerin zayıflaması, gerçek dünyadaki ilişkilerinin yerine televizyonla ilişkiyi koymaları sürecini getirmektedir. Giderek televizyonun simgesel ilişki dünyası, insanların da içerisinde yer almaya eğilimli hale geldikleri bir ilişki ve etkileşim ortamı haline gelir. Televizyonun bu sembolik ilişki dünyası giderek insanların gerçek ilişki dünyalarının yerine geçer. Yaratılan bu simgesel dünyayı denetlemek ise insanların gerçek dünyasını denetlemekten çok daha kolaydır. Bu simgesel dünya içerisinde birtakım gereksinimler yaratılması, onlara ilişkin doyum formülleri sunulması, insanların gerçek yaşamdaki belli konulardan, örneğin, çatışma ve uzlaşma ortamlarından uzak tutulmaları özellikle de toplumun egemen güçlerine büyük avantaj sağlar (Gerbner,1995:144).

Ekme-yetiştirme modelinde televizyonun ileti dünyasını oluşturan ileti sistemini tanımlayabilmek için ileti çözümlemesi, bir başka deyişle içerik çözümlemesi tekniğine başvurulur. Ancak etkinin ölçülmesi için izleyiciyle görüşmeler yapılması da gereklidir. Ancak bu anlamda ekme-yetiştirme kuramı yöntembilimsel öneriler yapmaktan öteye gidememiştir. Ama yine de bu yöndeki araştırmalara önayak olması açısından önem taşır.[1]

---

[1] Türkiye'de de ekme yetiştirme konusunda kapsamlı bir çalışma 2003 yılındaAnkara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde, Prof. Dr. Oya Tokgöz'ün danışmanlığında, Ömer Özer tarafından hazırlanan "Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi" başlıklı doktora

Gündem belirleme yaklaşımı da kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yoğunlaşır. Bu yaklaşım kitle iletişim araçlarının toplumun gündemini belirleme etkisi üzerinde durur. Bu etkinin ortaya çıkışı ve topluma nüfuz etme süreci ise gündem konusunun önemine, toplumun söz konusu gündem konusuyla ilişkisine, gündem konusunun toplumdaki mevcut güç alanlarıyla ilişkilendirilmesine vb. çeşitli dinamiklere bağlı olarak işler. Özellikle de siyasal iktidarlar çoğu zaman toplumun ilgisini kendi yapıp ettiklerinden uzak tutmak için kitle iletişim araçları aracılığıyla toplumun birtakım yapay gündemlerle meşgul olmasını isteyebilirler. Böyle durumlarda etkinin en kısa sürede ortaya çıkmasına yönelik ilgi çekici konuların kitlelere aktarılmasına özen gösterilir. Bunun tersi de söz konusu olabilir. Özellikle siyasal seçim dönemlerinde siyasal partiler toplumun kendilerine ilgisinin sürekliliğini ve canlılığını sağlamak için topluma durmaksızın, gündem oluşturacak birtakım bilgiler aktarırlar. Böyle durumlarda da etkinin hemen ortaya çıkmasından çok zamana yayılarak sürekliliğini koruması önemsenir. O halde gündem belirleme yaklaşımında varsayılan etki kimi zaman Gerbner'in kültürel göstergeler kuramının iddia ettiği gibi toplumda çok daha uzun sürede hissedilir ve kalıcılık gösterir. Ama çoğu zaman dönemsel koşullara bağlı olarak kısa sürede ortaya çıkar ve kısa zamanda da yerini başka bir gündem konusuna bırakır.

Gündem belirleme yaklaşımına göre kitle iletişim araçları, toplumun gündemini oluşturması istenilen birtakım konuları izleyici kitlelere aktararak onların ilgisini kısa sürede o konuya çekerler. İzleyici kitleler de eğer konuya yeterince ilgi gösterirlerse toplumda kısa süre içerisinde o konuyla ilgili birtakım kanaatler ortaya çıktığı, o kanaatler doğrultusunda da bir kamuoyu oluştuğu gözlenir. Toplum gündemine sunulan konu önemine ve tartışılabilirlik özelliğine göre de aynı anda taraftar veya muhalif çeşitli kamuoylarının doğmasına yol açabilir. Diğer yandan moral değerlerle ilgili ya da duygu dünyasına seslenen konuların izleyici kitlelerce çok çabuk algılandığını ve kısa sürede de yaşama geçirildiğini söylemek yanlış olmaz. Özellikle de insanlarda korku ve panik yaratacak özellikteki konuların kısa sürede insanların ilgisini çekerek onları belli tavır, davranış ve tutum alışlara yönelttikleri bilinmektedir.

Etki kısa sürede ortaya çıksa da, zamana yayılsa da kitle iletişim araçlarının toplumun gündeminin belirlenmesinde önemli rol oynadıkları bir gerçek. İnsanlar toplumdaki önemli konuları, öncelikleri kitle iletişim araçlarından öğrenirler. Kitle iletişim araçlarından elde ettikleri bilgiyle izleyiciler konunun önemine ilişkin birtakım değerlendirmeler yaparlar ve bu değerlendirmeler doğrultusunda da konuyla ilgilerini biçimlendirmeye çalışırlar (McCombs and Shaw,1995:143).

İnsanlar çevrede ne olup bittiğini öğrenmeye meraklıdırlar. Bunun için de kitle iletişim araçlarına başvurarak bilgi sahibi olmak isterler. Ancak kitle iletişim

tezidir. Özer'in doktora çalışması hem kuramsal çerçevesi hem de analiz kısmıyla bu konuda Türkiye'de şimdiye dek yapılmış en kapsamlı çalışmalardan biri olması açısından, aynı zamanda konuya ilişkin öncü bir çalışma olarak da değerlendirilebilir.

araçları cephesinden bakıldığında durum farklı. Kitle iletişim araçlarını denetleyenler insanların bilgilenme gereksinimlerini dikkate alırlar, ancak onlara toplumun öncelikli konularını sunmak gibi bir kaygıları olmayabilir. Bundan çok kendi avantajları gereği toplumda gündem olması gereken konular hakkında bilgi vermeyi tercih ederler. Bu noktada toplumun öncelikleri değil kitle iletişim aracının kurumsal ilişkileri etkili olur. Bunu da kitle iletişim aracının içerisinde yer aldığı güç ilişkileri belirler. Toplumdaki güç sahipleri (siyasi ve ekonomik) toplumun ne üzerinde düşünmesini istiyorlarsa, medyanın gündeminin de ona göre biçimlenmesini sağlarlar. Böylece halkın istekleri, beklentileri, gereklilikleri dikkate alınmaksızın medya tarafından toplum için birtakım gündemler oluşturulur ve insanların bunlar üzerine konuşması, tartışması sağlanır. Gündem oluşturulduktan sonraki aşamada ise insanlar konuya merak sararlar ve bilgilenmek için bütün bilgi kanallarını zorlarlar. Domuz gribi bu anlamda ilginç bir örnek. Domuz gribi gibi yaşamsal önemdeki bir konu medya tarafından toplum gündemine yerleştirildikten sonra insanların ilgisini ondan uzak tutmak mümkün olamazdı artık. Panik ve korkuya kapılan insanlar bu konuda bütün bilgi kanallarını kullanmaya yöneldikleri gibi gündelik konuşmalarının da baş konusu haline geldi. Bu anlamda Türkiye'de yaşanan bir başka örnek de *Münevver Karabulut Cinayeti* olarak bilinen olaydır. Her gün pek çok cinayet işlendiği halde onlardan biri medya tarafından aylarca toplumun gündeminde tutuldu. Sevgilisi tarafından öldürülen genç kızın öyküsü aylarca televizyon ekranlarında, bir pembe dizi hafifliğinde yer buldu. İnsanlar aylar boyu bu cinayeti konuştular. O arada da toplumda aynı vahşilikte pek çok cinayet işlenmeye devam ediyordu. Ama toplum aylarca bir tek olaya kilitlendi. Diğer yandan çoğu zaman da toplum yapay gündemlerle meşgul edilmekte. Kıyamet haberleri, uzaylıların dünyayı ziyaret ettikleri, ufo savaşları vb. Özellikle de geçen yıl bütün dünya medyasının gündemini meşgul eden, Maya Takvimi referans alınarak 21 Aralık 2012 tarihinde kıyamet kopacağına ilişkin haber ve tartışmalarla medya belki de gündem belirlemedeki işlevinin en somut örneklerinden birini ortaya koydu. Televizyon ekranları, gazete sütunları, sosyal medya aylarca bu konuya yoğunlaştı. Tahmini kıyamet tarihi yaklaştıkça da insanların önemli bir çoğunluğu paniğe kapılıyor, kıyametten etkilenmeyecek tahmini yerlere akın ediyorlardı. Kimin yazdığı bilinmeyen bir kıyamet senaryosunun medya tarafından sahneye konulması, izleyicilerin önemli bir kesitinin de izleme konumunda kalmakla yetinmeyip senaryonun aktif oyuncuları haline gelmeleri medyanın gündem belirleme işlevinin yanı sıra kitleler üzerindeki doğrudan etkisini de bir kez daha kanıtlamış oluyor. Böylece medya insanların ne üzerinde düşünmesi gerektiğini belirlerken, aynı zamanda onların ne yapması gerektiğine ilişkin yönlendirmeler de yapmakta. Dolayısıyla da medyanın gündem belirleme işlevi ve halkın ne üzerinde düşünmesi gerektiğini belirlemedeki etkisi bugün hala iletişim alanında tartışılmakta olan konular arasında yer almaktadır (McCombs and Shaw,1995).

Kitle İletişim Araçları ve Bağımlılık

Kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış günümüz dünyasında insanlar onlarsız bir yaşam düşünememektedirler. Yapılan çeşitli araştırmalarda da bu gerçek saptanmıştır. İnsanlara gazete okumadan, radyo dinlemeden veya televizyon izlemeden yaşayıp yaşayamayacakları sorulduğunda yanıt büyük ölçüde 'hayır' olmuştur (Oskay, 2000). DeFleur ve Ball-Rokeach (McQuail-Windahl,2005:140) de bu konudaki tezlerini bir modelle biçimlendirmişlerdir. Geliştirdikleri modele göre kitle iletişim araçları, toplum ve izleyici arasında sıkı bir bağımlılık söz konusudur. Buna göre kitle iletişim sistemi ve toplumsal sistem arasında karşılıklı bağımlılık vardır. Bu durum toplumdan topluma değişebilir. Bazı toplumlarda kitle iletişim araçları üzerinde sıkı bir denetim vardır. Böyle olunca kitle iletişim araçlarının bağımsız olarak toplum üzerinde etkili olması zorlaşabilir. Daha demokratik toplumlarda ise kitle iletişim araçları bazı güçler tarafından görece daha az denetlenir. Kendi başlarına bir sistem olarak toplum üzerinde etkili olabilirler. Diğer yandan bazı toplumlarda, örneğin dikta rejimlerde toplumlar da güçlerin (siyasi ve askeri) sıkı denetiminde olabilir. Böyle durumlarda toplumun kitle iletişim araçlarıyla karşılıklı bağımlılığı daha zayıftır. Toplumu doğrudan baskıcı güçler tarafından kontrol altında tutuluyordur. Bu da toplumun kitle iletişim araçları gibi birtakım başka etkilere açık kalmasını engelleyebilir.

Ama diğer yandan kriz dönemlerinde, toplumsal gerginlik dönemlerinde insanlar olup bitenlere ilişkin olarak bilgiye çok daha fazla gereksinim duyabilirler. Bu da insanları, dolayısıyla toplumu kitle iletişim araçlarına daha bağımlı hale getirebilir.

DeFleur ve Ball-Rokeach'e göre toplumda alternatif bilgi kanallarına sahip olanların kitle iletişim araçlarına bağımlılığı da daha zayıf olabilmektedir. Ama başka alternatifi olmayanlar için kitle iletişim araçları temel bilgi kaynağı olarak rol oynar. Toplumun özellikle üst kesimlerindeki insanların alternatifleri daha çok olabilir. Bu nedenle kitle iletişim araçlarına bağımlılıklarının daha az olması beklenir. Gezmek görmek olanağı olanlar, doğrudan birtakım haber kaynaklarına ulaşabilenler için kitle iletişim araçları temel bilgilendirme kaynağı olarak işlev görmez. Ancak geniş toplum kesimleri için kitle iletişim araçları olup bitenleri izlemek açısından temel kaynaktır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarıyla toplumun geniş kesimlerini oluşturan izleyiciler arasında oldukça sıkı bir karşılıklı bağımlılık olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Ayrıca eğitimsel ve entelektüel açıdan daha yüksek düzeyde olan izleyiciler kitle iletişim araçlarından ne alacaklarının çok daha bilincindedirler ve seçici olabilmektedirler. Oysa geniş toplum kesimlerini oluşturan ortalama izleyici için kitle iletişim araçlarından verilecek her bilgi alınmaya değerdir. Daha doğrusu ortalama izleyiciden, kitle iletişim aracından alacağı bilginin ne oranda alınmaya ve kullanılmaya değer olduğunu analiz etmesi de beklenmemelidir. Ne verilirse almaya hazırdır genellikle. O halde kitle iletişim araçlarıyla izleyici arasındaki bağımlılıkta eğitsel ve entelektüel düzeyin rolü önemlidir.

Bağımlılık kuramında söylenenlerin dışında da kitle iletişim araçlarıyla izleyici arasındaki bağımlılığın derecesinin, insanların içerisinde yer aldıkları toplumsal ilişki ortamıyla da yakın bağlantısı olduğu söylenebilir. Yüz yüze ilişkilerin yoğun olduğu, dolayısıyla insanların birbirleriyle daha çok ilişkili oldukları toplumsal ortamlarda kitle iletişim araçlarıyla izleyici arasındaki bağımlılık daha düşük düzeyde olabilmektedir. Burada izleyicinin, içerisinde yer aldığı toplumla karşılıklı bağımlılığı çok daha öne çıkabilir. Bunun tersi durumlarda ise, yani ikincil ilişkilerin ağırlıklı olduğu, insanların toplumsal çevreleriyle yakın ilişkiler kuramadığı toplumsal ortamlarda izleyicinin kitle iletişim araçlarına bağımlılığı daha yoğun olabilmekte.

Kitle iletişim araçlarıyla izleyici arasındaki karşılıklı bağımlılığın toplumsal yaşamdaki diğer etmenlerin etkisinde oluşması, her toplumsal ortamda da bu dinamiklerin farklı olması beraberinde söz konusu bağımlılığın da farklı yoğunlukta gelişmesini getirir. Bu da kitle iletişim araçlarının etkisinin her toplumsal ortamda ve her izleyici üzerinde farklı ölçülerde ortaya çıkmasına neden olur.

Etkiyi Yönlendirmede İzleyicinin Rolü

İletişimde Lazarsfeld'le başlayan, Katz'ın ve diğerlerinin katkılarıyla sürdürülen alan araştırmalarından elde edilen, bireyi öne çıkaran, kitle iletişim araçlarının etkisinin sınırlı olduğuna ilişkin bulgular da iletişimin giderek işlevselci anlayışın etkisine girdiğinin somut kanıtlarıdır. Etkinin sınırlı olması, aynı zamanda dağınık olduğu anlamına gelir. Etkinin belli bir yerde, kesimde toplanmaması, belli bir merkezden yönlendirilmemesi, dolayısıyla da toplumun farklı kesimleri arasında (kitle iletişim araçları, birey, bireyin çevresindeki gruplar, aile, din, okul vb.) dağılması, toplumu oluşturan tüm birim, öge ve dinamiklerin toplumsal devinim sürecinde belli bir role sahip olmaları, yani işlevsel olmaları işlevselci anlayışın gerektirdiği bir düşünüş tarzıdır. Dolayısıyla da Lazarsfeld'in öncülüğünde 1940'lı yıllarda iletişim alanında, en azından sonuçları itibarıyla işlevselci anlayışın etkisinde gerçekleştirilen iletişim çalışmalarının, sonraki dönemlerde çok daha güçlü biçimde bu yaklaşımın etkisine girerek sürdürüldüğü görülmektedir. Söz konusu dönemde geliştirilen modellerde kişisel etkiye dikkat çekilirken, kitle iletişim araçlarının etkisinin de sınırlı olduğuna gönderme yapılmaktadır.

Bütün bunları da dikkate alarak kitle iletişim araçlarının etkilerini tartışanlardan biri de Joseph Klapper'dir. Klapper, "kitle iletişimin olağan olarak izleyici topluluğunda görülen etkilerin gerekli ve yeterli nedeni olmayıp, birtakım ara ögeler aracılığıyla işlev gördüğü" yolundaki birtakım araştırmaları değerlendiren vargısı sınırlı etki yaklaşımının da toparlayıcı bir özeti gibi görülebilir. Klapper'e göre araştırmalar elbette farklı iletişim araçlarının etkilerinin hiç olmadığını ortaya koymamıştır. Ancak toplumdaki başka etmenlerin de bu etki ortamında yer aldığını ve belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre kitle iletişim araçları toplumdaki diğer etmenler (din, gelenekler, görenekler, kültür, ekonomi, eğitim vb) arasında yer alan etkenlerden biridir (Alemdar ve Kaya,1983:50). Klapper bu

görüş doğrultusunda geliştirdiği kavramlarla da bireylerin biraz daha öne çekilmesini ve istençli kişiler olarak görülmesini sağlamaya çalışmıştır. Klapper'e göre insanların kitle iletişim araçlarından etkilenmeleri için öncelikle kitle iletişim araçlarına açık olmaları gerekir. Dolayısıyla da Klapper etkinin ortaya çıkmasının birinci koşulunu *kitle iletişim araçlarına açıklık* olarak belirler. Klapper'e göre insanlar kitle iletişim araçlarına açık olmayı seçici olarak gerçekleştirirler. Herkes her kitle iletişim aracına açık olmayabilir. Kimi insanlar gazete okumayı tercih ederken, başka birileri radyo dinlemeyi, kimileri de televizyon izlemeyi yeğleyebilirler. Bu kadarla da kalmaz. İnsanlar aynı anda birden fazla kitle iletişim aracını, farklı oranlarda tercih edebilir. Örneğin, televizyon izlemeyi tercih eden biri bazı programları izler, bazılarını izlemez. Dolayısıyla da insanlar kitle iletişim araçlarına *seçmeli olmak açık* kalır. İkinci aşamada insanlar açık kaldıkları kitle iletişim araçlarından bazı şeyleri seçerek izlerler. *Seçmeli ilgiyle* gerçekleştirdikleri izleme ediminde bazı iletileri seçerek algılarlar. *Seçmeli algılama* yoluyla gerçekleştirdikleri algılama ediminin ardından algıladıkları iletilerin bazılarına belleklerinde yer verirler, diğer bazılarını ise bellek dışı bırakırlar. *Seçmeli bellekte tutma* olarak gerçekleştirdikleri iletiyi tutma ediminin ardından belleklerindeki iletilerin içerisinden işlerine yarayan bazılarını yaşam pratiklerine dahil ederek kullanırlar. İşte bu noktada etki gerçekleşmiş olur. Klapper'in etkilenim sürecine ilişkin betimlemesine bakıldığında etkinin oldukça koşullu biçimde oluştuğu görülmektedir (Klapper,1995).

Diğer yandan Klapper kitle iletişim araçlarının işlevleri konusunda da bazı yeni boyutlar getirir. Lasswell'in üç grupta topladığı işlevlere Klapper rahatlama, düş dünyasını zenginleştirme, başkaları adına etkileşime olanak sağlamak olmak üzere üç işlev daha ekler (McQuail-Windahl,2005:167). Ama bütün bu işlevlerin yukarıda belirtilen koşullara bağlı olarak gerçekleşmesi söz konusudur.

Klapper'in bu modelinde dikkati çeken nokta iletişimde bireye etkin bir rol verilmiş olmasıdır. Yani birey giderek iletişimsel edimin öznesi durumuna geçmektedir. Klapper'in bu tezi aynı zamanda iletişimde bir paradigma değişikliğinin ve yeni bir paradigmanın doğmakta olduğunun da habercisi olarak kabul edilebilir.

Özet

İletişimin bilimsel bir disiplin haline gelmesinde etki araştırmalarının önemi büyüktür. Aslında böyle bir disiplinin doğmasının temelinde de kitle iletişim araçlarının etkisine ilişkin merakın yattığını belirtmiştik. Walter Lippmann'ın, kitabının bir bölümünü, kamuoyunun oluşturulmasında gazetenin rolüne ayırmasıyla birlikte ilgiler kitle iletişim araçlarına yönelmeye başlamıştı. Lasswell'in 1927 yılında çıkan *Propaganda Technique in World War* I adlı kitabı ise iletişim biliminin doğuşunun ilk somut adımlarından biri olarak değerlendirilebilir. Temelin Lippmann ve Lasswell'in çalışmalarıyla atılması, iletişimin de en azından başlangıçta ister istemez siyasal iletişim kulvarında bilimsel kimlik kazanması sürecini doğurmuştur. Bu iki çalışmayla birlikte öncelikle siyasal çevreler, tümüyle de prag-

matik nedenlerle kitle iletişim araçlarının insanlar üzerinde ne oranda etkili oldukları sorusunun yanıtını bulmaya koyulurlar. Bunun en somut yansıması ise iletişimde etki çalışmaları olur. İlk dönem etki çalışmaları, sonuçları gereği hiç kuşkusuz siyasiler ve diğer ilgili çevreler için mutluluk verici olur. Çünkü yapılan araştırmalarda kitle iletişim araçlarının etkisinin güçlü olduğu sonucuna ulaşılır. Toplumdaki güç sahipleri (siyasal, ekonomik, askeri vb) yanıbaşlarında böylesine güçlü araçların olmasından ve gerektiğinde toplum üzerinde birtakım etkiler yaratmak için bu araçlardan yararlanma olanaklarının olduğunu öğrenmiş olmaları onların pragmaları açısından oldukça önemli bir durumdur.

Ancak yöntembilimsel ve kuramsal gelişmelere koşut olarak daha sonraki yıllarda yapılan çalışmalar kitle iletişim araçlarının etkilerinin o kadar da abartılmaması gerektiğini, söz konusu araçların ne sihirli mermi gücüne sahip oldukları ne de şırınga gibi damarlara anında etki ettikleri yönünde birtakım bulgulara ulaşılır. Bu da giderek kitle iletişim araçlarını da toplumsal sistemin diğer parçaları gibi görme eğilimini güçlendirir. Bu süreç, aynı zamanda iletişim araştırmalarını etki-tepki kuramının etkisinden çıkararak işlevselci anlayışın etki alanına çeker. Böylece Lazarsfeld'in liderliğinde devam eden iletişim araştırmaları kitle iletişim araçlarının mutlak gücünü kabul etmek yerine, toplumdaki diğer etmenleri de analiz ederek çok daha sosyolojik bir zemine doğru kayma yönelimi gösterir. İletişim çalışmalarında bireye, giderek daha etkin bir rol yüklenirken, kitle iletişim araçlarının etkisi yok sayılmamış, ancak birey yönlendirmeli olduğu yönündeki görüşler güçlenerek sürmüştür. Nitekim Joseph Klapper tarafından geliştirilen seçmeli açık kalma, seçmeli algı, seçmeli ilgi ve seçmeli akılda tutma gibi kavramlar iletişimde bireyin edilgin konumdan etkin konuma geçmesine ilişkin kabullerin ilk somut adımı olarak görülebilir (Hardt,1992:17). Klapper'in bu görüşleri iletişim alanında bundan sonraki bölümde tartışma konusu yapılacak yeni bir paradigmanın doğuşunun da temelini atmıştır.

Diğer yandan iletişim alanının yeni yönelimlere gebe olduğunu Lazarsfeld'in, Klapper'in kitabına (*The Effects of Mass Communication* 1960) yazdığı önsözdeki değinilerinden de anlıyoruz. Lazarsfeld ampirik çalışmalarda bundan böyle tarihsel bağlamın ihmal edilmemesi gereğine dikkat çekmiş, çalışmalarda kuramsal temelin öneminin altını çizmiştir (Hardt,1992:17). Lazarsfeld'in bu vurgusu bir yanıyla da kendi döneminde iletişim çalışmalarına egemen olan işlevselci yaklaşımın da yerini artık daha çok tarihsel analizlere de olanak veren başka bir yaklaşıma bırakması gereğini dile getiriyor gibi.

Bölüm IV

İzleyici Merkezli İletişim Çalışmaları

Giriş

Gerek kitle toplumu gerekse uyaran-tepki kuramı etkisinde iletişim alanını yönlendiren kuramlar da kitle iletişim araçlarının izleyici üzerinde sınırsız etkiye sahip olduğu görüşü çevresinde biçimlenmiştir. 1930'lar Avrupa'sının kitlesel yönlendirmelere dayalı dikta rejimlerinin bu tezin, özellikle de kitle toplumu yaklaşımıyla ilişkili yanı üzerindeki etkisinden söz edilmişti. Dikta rejimlerin güçlerini yitirmeleri, II. Dünya Savaşı'yla birlikte toplumların değişmeye başlayan düşünsel ikliminin iletişim alanındaki kuram ve araştırmalar üzerinde de etkisini gösterdiği gözlenmektedir. Yeni farkındalıklarla birlikte yeni yöntembilimsel yönelimlere gidilmiş, yeni çözümleme teknikleri geliştirilmiştir. Bunların sonucunda da yeni birtakım bulgulara ulaşılmıştır. Örneğin, 1940'lı yıllarda yapılan ve kitle iletişim araçlarının etkilerini ölçmeye dönük araştırmalarda izleyici analizlerine ağırlık verilmesi bu yöndeki önemli gelişmelerden biridir. Bu araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular, bireyi toplumun atomize birimi olarak ele alan anlayışın giderek zayıflamasına, yerine insan yanıyla, aklıyla, ruhsal ve duygusal özellikleriyle kendine özgü bir kişiliği olan birey olgusunu öne çıkaran anlayışa doğru bir evriliş gözlenmekte. 1940'lı yıllarda yapılan her bir araştırma öncekine göre bireyi biraz daha öne çıkarmıştır. Bu demektir ki yapılan her bir araştırmada elde edilen bulgular bireyin özne konumunu biraz daha açığa kavuştururken buna karşılık kitle iletişim aracının nesne konumunu da giderek daha görünür ve anlaşılır kılıyordu. II. Dünya Savaşının sona ermesiyle birlikte dünyanın siyasal ve ekonomik olarak yeni bir döneme girmesi, dünya güç dengelerinin yeniden biçimlenmeye başlaması, güç merkezinin giderek liberal Batı dünya-

sına, özellikle de Amerika'ya kayması, çoğulcu liberalizmin bütün dünyaya egemen olması sürecini de doğurdu. İşte bütün bu gelişmeler bilim ve düşün alanında da yeni bir paradigmanın egemenliğini getirmiştir.

Diğer yandan kitle iletişim araçları güçlendikçe, toplumda iktidarı elinde bulunduranların etki, yetki ve mülkiyet alanlarına dahil oldukça; bu durumun da başta ekonomi politikçiler olmak üzere, çeşitli entelektüel ve akademik kesimlerin saldırısına maruz kalması sonucunda, sorumluluğun araçlardan izleyiciye kaydırılması söz konusu olmuştur. Böylece birtakım güçlerin medyayı kullanarak kitleleri kendi istedikleri doğrultuda yönlendirdikleri biçimindeki görüşler, yerini bireylerin kendi özgür istençleriyle kitle iletişim araçlarına yöneldikleri ve bu araçları kendi gereksinimlerine göre kullanmakta oldukları görüşü almıştır. Dolayısıyla da sorumluluk iktidarlardan, medyanın arkasındaki güçlerden topluma, toplumdaki bireylere yönlendirilmiştir. Düşünsel eksendeki bu kayma, liberal çoğulcu yaklaşımın egemen düşünsel iklimi içerisinde asıl niyetini gizleyerek meşruluk kazanmıştır.

Bütün bu gelişmelerin veya eksen kaymalarının sonucunda araç merkezli yaklaşımların yerini izleyici merkezli yaklaşımlar almaya başlamıştır. İlk yıllarda birey hiç dikkate alınmadan, kitle iletişimin güçlü etkileri irdelenmiş, 1940'lı yıllarda ikili bir tavır gözlenmiş, 1950'lerin ortalarından itibaren ise izleyici merkezli çalışmalara yönelme başlamıştır. Liberal çoğulcu anlayışın egemenliğinde gelişen izleyici merkezli araştırmalar iletişimin hiç değilse bir boyutunda yeni bir paradigmanın da doğması anlamına gelmektedir. Bu yeni anlayışa göre araştırmacı, kitle iletişim aracından değil, izleyiciden hareketle araştırmasına başlamalıdır. Kitle iletişim aracının izleyiciye ne yaptığı değil izleyicinin kitle iletişim aracıyla ne yapmak istediği ya da ne yaptığı sorusunun peşine düşülmelidir.

Aktif İzleyici Tezi

İletişimi süreç olarak gören ve doğrusal işleyiş gösterdiğini savunan yaklaşımların izleyiciyi edilgin konumda ele almaları doğaldı. Çünkü klasik pozitivizmin etkisinde ortaya çıkan bu anlayış insan da dahil olmak üzere doğadaki her şeyi, üzerinde gözlem ve deney yapılabilir nesneler olarak görmekteydi. Bunun bir sonraki aşaması ise nesne olarak görülen insana istenilen biçimin verilebileceği yönündeki anlayıştır. Klasik pozitivizmi toplum bilimlerine uyarladığımızda ise toplumu yönlendiren güçlerin, toplumdaki her birey üzerinde yaptırım gücünün olabileceği, toplumun tüm kesitlerinin bu güç tarafından kontrol altında tutulabileceği, biçimlendirilebileceğidir. Bu anlayış doğrultusunda geliştirilen doğrusal işleyişi öngören iletişim kuram ve modelleri ise buna göre toplumun güçleri arasında yer alan kitle iletişim araçları yoluyla da insanlar üzerinde istenilen denetimin sağlanabileceği yönündeydi. Liberal çoğulcu anlayış ise toplumda denetimin sağlanması için bireylerin katılımını da önemser. Buna göre birey, istençli kişidir ve toplum içinde etkin rol oynar. Toplumda genel konsensüsün sağlanması için de hareket noktası birey olmalıdır.

1940'lı ve 50'li yıllarda iletişim alanında gerçekleştirilen araştırmalar ve geliştirilen kuram ve yaklaşımlarda da bu etki gözlenmekte. Aslında Lazarsfeld'in bu anlamda kapıyı ilk aralayan araştırmacı olduğu söylenebilir. 1940'ta gerçekleştirilen *Halkın Tercihi* araştırması ile toplumdaki insanların birbirlerinden farklı kişilik özelliklerinin ayırdına varılması bireyi öne çıkarma sürecindeki ilk somut adımlardan biri olarak değerlendirilebilir. Ardından Katz ve Lazarzfeld tarafından 1948 yılında gerçekleştirilen *Kişisel Etki* araştırması ise bireylerin kişilik farklılıklarını, buna bağlı olarak bireyler arası iletişim süreçlerine ilişkin bulguları çok daha belirgin biçimde ortaya koymuştur. Klapper'in bir önceki bölümde üzerinde durulan görüşleri ise bireyin iletişimsel edimdeki etkin konumunu biraz daha açıklığa kavuşturmak açısından önemlidir. Klapper'in görüşleri ve geliştirdiği kavramlar izleyicinin kitle iletişim araçlarının etkileri karşısında iddia edildiği gibi pasif olmadığını, hiç değilse etkiye açık olmak veya olmamak konusunda kendi bireysel istencini ortaya koyabildiğini göstermeye dönük olmuştur. Ancak Lazarsfeld'in, Katz'ın, Klapper'in, izleyicinin etkin olduğuna dair bu tezleri büyük ölçüde etki paradigması içerisinde ortaya konulmuştur. İzleyicinin aktifliği savının etki paradigmasının dışına çıkması, hatta 1920'leden itibaren iletişim alanına egemen olan etki paradigmasını da çökertircesine yeni bir paradigma biçiminde doğması 1960'lı yıllara rastlar.

1950'li ve 60'lı yıllarda yapılan çalışmalarla izleyicinin pasif atomize bireylerden değil, aktif, izleme kararını bilinçli bir biçimde veren istençli bireylerden oluştuğu ortaya konulmaya başlanmıştı. Örneğin, Schramm, Lyle ve Parker (1961) çocukların televizyon izleme edimleri üzerine yaptıkları bir araştırmada çocukların televizyonu kendi bilinçli seçimleri, anne babalarının ve arkadaş çevrelerinin yönlendirme desteğini de alarak izledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Dolayısıyla da televizyon çocukları esir almamakta, çocuklar televizyonu kendi istekleriyle izlemekteler. Katz ve Foulkes (1962) ise yaptıkları araştırmada insanların medyayı çoğu zaman bilinçli olarak kaçış amacıyla kullandıkları saptamasında bulunurlar. Gündelik yaşamın kaygılarıyla, sorunlarıyla, koşturmacasıyla yorgun düşen bireyler kaçışı kitle iletişim araçlarının fantazyalarla donatılmış dünyasında bulmaktalar. Klapper (1963) da 50'li ve 60'lı yıllarda yapılan çeşitli araştırmalarda elde edilen sonuçların medyanın izleyiciyi değil, izleyicinin medyayı kullandığı gerçeğini ortaya koyduğuna dikkat çeker. Dolayısıyla da 50'li yılların ortalarından itibaren yapılan araştırmalarda elde edilen bulgularla, ortaya konular model ve kuramlarla pasif izleyici yaklaşımından aktif izleyici yaklaşımına doğru bir evriliş söz konusudur. Aslında bu evriliş iletişim alanında bir bakıma paradigma değişikliği olarak da nitelendirilebilir.

Aktif izleyici görüşünün iletişim alanında bir paradigma değişikliği olarak algılanmasının iki önemli nedeni vardır. Bunlardan birincisi izleyicinin edilgin atomize birim konumundan etkin birey konumuna taşınmasıdır. Bu değişiklik iletişimde kuramsal çerçevenin de değişmesine yol açmıştır. Araç ya da teknoloji ögesi üzerine kurulan kuram ve yaklaşımların yerini izleyici, dolayısıyla insanı ön planda gören kuram ve yaklaşımlar almaya başlar. Ki iletişimde kullanımlar

ve doyumlar yaklaşımı bu yöndeki değişimin ürünü olarak gelişir. İkincisi ise yöntembilimsel anlamda gerçekleştirilen paradigma değişikliğidir. İletişim alanındaki araştırmalar araç merkezli konumdan izleyici merkezli konuma taşınır. Bu değişiklik yeni birtakım yöntembilimsel tekniklerin de geliştirilmesi gereğini ortaya koyar. Ki alımlama çözümlemesi tekniği, focus grup çalışmaları, derinlemesine görüşmeler, katılımlı gözlem teknikleri vb. bu paradigmatik değişikliğin sonucu olarak geliştirilmiştir. Markedly, Geiger ve Newhagen (1993) bu anlayış değişikliğini iletişim alanında tam anlamıyla bir "bilişsel devrim" olarak nitelerler.

Kullanımlar ve Doyumlar

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı izleyicinin aktifliği tezi içerisinde biçimlenir. Kitle iletişim araçlarıyla ilişkide etkin role sahip olduğu savunulan izleyicinin söz konusu araçları nasıl ve hangi gereksinimler doğrultusunda kullanacağı yönündeki kararı verebilme yetisine de sahip olduğu düşünülür. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı kapsamında geliştirilen yöntembilimsel tekniklerle, yapılan araştırmalarla kitle iletişim araçlarının kullanımının insanların gereksinimlerinin karşılanmasında ne oranda etkili olduğunun sorgulanması amaçlanmıştır. Buna göre insanlar belli gereksinimlerini karşılamak amacıyla kitle iletişim araçlarına, yani medyaya açık kalırlar. Medyadan aldıkları bilgiler arasından, kendi gereksinimlerini karşılamaya yarayanları seçer, alır ve kullanırlar. Oysa etki kuramlarına göre medya ne verirse izleyici onu alır ve kullanır. Bu görüşe göre medya insanların gereksinimlerini bilir ve ona göre de onlara ileti aktarımı yapar. İzleyici de medyadan iletilen bilgileri güven içerisinde alır ve sorgulamaya gerek duymadan kullanır. Oysa kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bu görüşün tersine izleyicinin medyayla ilişkisinde etkin rol alarak medya aracılığıyla aktarılan bilgiyi kendi gereksinimleri doğrultusunda seçerek aldığını ve kullandığını ileri sürer. Örneğin, Katz, Gurevitch, ve Haas (1973) medyaya açık olan izleyicilerin ondan geniş bir psikolojik ve sosyolojik gereksinim doyumu aldıklarını savunurlar. Rosengren (1974) de bireylerin içerisinde yaşadıkları toplumsal ortamdaki etkileşimleri ve ilişkileri sürecinde karşılaştıkları birtakım sorunların çözümünü çoğu zaman medya ortamında aradıklarını belirtir. Palmgreen ve Rayburn (1979) da televizyon izleyicileri üzerinde yaptıkları araştırmada izleyicilerin, gereksinimlerini doyuma ulaştırmada diğer pek çok araca ek olarak medyayı da kullandıkları saptamasında bulunurlar.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre insanlar medyayı kendi gereksinimleri doğrultusunda kullanırlar. Buna göre medyanın izleyici tarafından nasıl ve ne ölçüde kullanıldığının anlaşılması için izleyicinin gereksinimlerinden hareket etmek gerekir. Kullanımlar ve doyumlar üzerine çalışan iletişim bilimciler ayrıca izleyici bireylerin gereksinimlerinin sosyolojik ve psikolojik kökenleri üzerinde de inceleme yaparak onların, hangi gereksinimleri hangi kitle iletişim araçlarından karşılamaya yöneldiklerini saptamaya çalışmışlardır. Gereksinimler üzerinde çö-

zümleme yapmak, söz konusu gereksinimlerin karşılanma biçimlerine ilişkin bulgulara ulaşmayı da gerektirir. Bunun en sağlıklı yolu ise izleyicinin psikolojik, sosyo psikolojik, sosyolojik, kültürel, hatta ekonomik, siyasal vb. yönleri üzerinde ayrıntılı inceleme yapmaktır. Karl Erik Rosengren (2000:21) de izleyicinin medyayı hangi gereksinimlerle izlediğine ve ondan ne gibi doyumlar sağladığına ilişkin verilere çok çeşitli yollardan ulaşılabileceğini savunur. İzleyicilerle küçük gruplar düzeyinde görüşmeler yapmak, onlara anketler uygulamak, klinik ortamlarda gerçekleştirilecek araştırmalarla vs. istenilen verilere büyük ölçüde ulaşılabilir. Ayrıca gereksinimleri Maslow'un gereksinimler hiyerarşisini dikkate alarak gruplandırmak, buna göre de medya izleme yoluyla hangi gereksinimlerin, nasıl ve ne oranda doyuma ulaştırıldıklarını sorgulamak da araştırmacının işini oldukça kolaylaştırır. Çözümleme tavrındaki bu değişikliği etki sorgulamasından gereksinim sorgulamasına geçiş olarak da adlandırabiliriz.

Kullanımlar ve doyumlar kuramının, farklı bilimsel yaklaşımlar tarafından farklı değerlendirildiği görülmektedir. Gerek işlevselci yaklaşım gerekse davranışçı okul çevresinde oluşan yaklaşımlar kitle iletişim araçlarının, insanların gereksinimlerini karşılamalarına katkı sağladıklarını ileri sürerler. Buna göre kitle iletişim araçları yoluyla insanlara, günlük yaşamlarını kolaylaştırıcı bilgiler verilerek, birtakım gereksinimlerini nasıl karşılayacaklarına ilişkin bilgilendirmeler yapılarak ya da doğrudan gereksinim karşılama işi gerçekleştirilerek –eğlence, müzik, entelektüel tartışmalar, haberler vs.- insanların günlük yaşamlarını örgütlemelerine yardımcı olunmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı medya aracılı gereksinimi söylem olarak belirler. Bu yönüyle ele alındığında ise aktif izleyici tezinin, iletişim biliminde daha önceleri egemen olan etki söyleminden gereksinim söylemine doğru bir kayma gösterdiği değerlendirmesi yapılabilir (Laughey,2007:26).

Aktif izleyici tezinin geliştirilmesinde, ona bağlı olarak da kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının biçimlendirilmesinde Blumler ve Katz merkezi bir rol oynarlar. Her iki araştırmacı da yaptıkları çeşitli araştırmalar ve yayımladıkları bir dizi makaleyle insanların gereksinimlerine ve medyayı aktif kullanımlarına dikkat çekerler (McQuail ve Windahl, 2005:167). Katz ve Blumler'e göre insanlar günlük yaşamdaki gereksinimlerini çeşitli yollardan karşılarlar. Kitle iletişim araçları da bu yollardan biridir. İnsanlar birtakım gereksinim karşılama arayışları içerisinde kitle iletişim araçlarına da yönelirler ve bu araçlardan kendi istençleriyle yararlanırlar.

Farklı Gereksinimlere Farklı Doyum Arayışları

Her bir izleyicinin farklı gereksinimleri vardır ve bunları karşılamak için medyada farklı programları izlemeye yönelir. McQuail, Blumler ve Brown tarafından yapılan bir çalışmaya göre izleyiciler genellikle dört tür gereksinim karşılamak için medyayı izlemektedirler: Bunlardan biri insanın kendi kendisini takdir etme

gereksinimidir. Bir diğeri, toplumsal etkileşim sağlamaktır. Diğer ikisi ise heyecan duymak ve eğlenmektir (Fiske,1996:195).

Buna göre kendisini takdir etme ya da takdir edilme gereksinimi içerisinde olanların çoğunlukla yarışma programlarını izledikleri saptanmıştır. Bunların da çoğunlukla toplumun alt kesimlerinden gelen ve kısıtlı ekonomik koşullarda yaşayan insanlar oldukları gözlenmiştir. Kendi gerçek yaşamlarında olanaksızlıklar ve sınırlılıklar içerisinde bulunan bu insanlar medyadan verilen yarışma programlarını izleyerek, o yarışma programlarındaki insanlarla ve olaylarla özdeşleşerek, parasosyal ilişki kurarak bu tür gereksinimlerini tatmin etmeye çalışırlar (Rosengren, 2000:21).

Aynı şekilde heyecan arayışı içerisinde olan insanlar da gerçek yaşamda daha anlamlı olanakları yoksa medyadan buna yönelik programları izleyerek bu gereksinimlerini gidermeye çalışırlar. Polisiye diziler, korku filmleri bu anlamda en çok ilgi gören programlar içerisinde yer alır. Heyecan gereksinimini karşılamak için izlenen programlar cinsiyete göre farklılık gösterebilir. Erkekler daha çok suç, şiddet içeren polisiyeler ve korku filmleri izlerken, kadınlar aşk ve sevgiyi konu alan filmlere yönelebilmektedirler.

Medya aynı zamanda toplumun her kesimi için önemli bir eğlence aracı olarak da işlev görür. Toplumun özellikle de alt ve orta kesimlerinin bu anlamda medyanın en yaygın izleyici kesimlerini oluşturdukları düşünülebilir. İnsanların medya dolayımlı eğlenceyi tercih etmelerinde sosyoekonomik koşullarının yanında içerisinde yer aldıkları ilişki ağının da önemli bir rolü olduğunu tahmin etmek zor değil. Sözgelimi büyük kentte yaşayan, bütün yaşamı iş ve evden ibaret olan, ekonomik kısıtlılıkları nedeniyle kentin eğlence olanaklarından yeterince yararlanamayan insanların bu yöndeki gereksinimlerini kitle iletişim araçlarının müzik ve eğlence programlarını izleyerek karşılamaları beklenebilir bir durumdur.

Yine McQuail ve arkadaşlarının dikkat çektikleri bir başka gereksinim de toplumsal ilişkidir. Bu yöndeki gereksinimin kitle iletişim aracından karşılanmasında da izleyicinin içerisinde bulunduğu sosyoekonomik ve sosyokültürel koşulların etkisi büyüktür. Aynı şekilde cinsiyet ölçütü de burada belirleyici rol oynayabilmektedir. Buna göre kent ortamında, çekirdek aile yapısı içerisinde yaşayan, sosyal çevrelere katılmakta çeşitli nedenlerle (sosyal, ekonomik, cinsiyet, vb.) güçlük çeken insanların medyanın sosyal ilişki dünyasına yönelmeleri de beklenebilir bir durumdur. Bu anlamda örneğin, yaşamlarının büyük bir kısmını çeşitli nedenlerle evin içerisinde geçirmek zorunda kalan kadınlar için de medyanın toplumsal ilişki ortamı önemlidir. Medya üzerinden başka yerlerdeki yaşamlardan, insanlardan, ilişkilerden haberdar olmak, dünyada olup bitenleri öğrenmek olanağı bulmaktadırlar. Haber ve tartışma programları, düşünsel etkinliklere yönelik programlar bu anlamda önemlidir. Buna karşılık geleneksel toplumsal ortamlarda, yüz yüze ilişki ağı içerisinde yaşayan, toplumsal çevresiyle sıkı ilişkileri bulunan insanların sosyal ilişki gereksinimlerini medyadan karşılamaları çok daha uzak bir olasılık olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan toplumun daha üst

kesimlerinde yaşayan, entelektüel düzeyi yüksek, sosyal alanda kendisine kolaylıkla yer bulabilen insanların medyanın sosyal ilişki ortamına gereksinimleri çok daha azdır.

Bir genelleme yapmak gerekirse denebilir ki insanların gereksinimlerini karşılamak için medyaya yönelmeleri ile sosyoekonomik ve sosyokültürel özellikleri arasında oldukça yakın bir ilişki vardır. Gereksinimlerini kendi gerçek yaşamlarında sahip oldukları olanaklar ölçüsünde doğrudan karşılayabilen insanların medyanın dolayımlı gereksinim karşılama ortamına başvurma eğilimleri çok daha düşük olabilmektedir. Buna karşılık gerçek yaşamlarında çeşitli olanaksızlıklar ve kısıtlarla karşı karşıya bulunan insanlar birtakım gereksinimlerini, dolaylı yoldan da olsa medya aracılığıyla doyuma ulaştırmaya yönelebilmektedirler. Bunun kurmaca, yapay bir tatmin olduğunun farkında olsalar bile bilinçli biçimde buna yönelmek zorunda kalırlar.

Yeni Medya Yönelimli Kullanımlar ve Doyumlar

Kullanım ve doyum kuramına ilişkin analizlerin ağırlıklı olarak 60'larda ve 70'lerde yapıldığı, dolayısıyla da bugünkü durumu pek de kapsamadığı görülmektedir. Oysa yukarıda üzerinde durduğumuz medya dolayımlı olarak doyuma ulaştırılan gereksinimlerin bugün sosyal medya olarak da adlandırılan yeni medya olanaklarıyla çok daha etkin biçimde karşılanmakta olduğu gözlenmektedir. İnternet ortamının sunduğu görüntülü ve sesli iletişim olanakları ile bugün insanlar medya aracılı gereksinimlerini çok daha etkin biçimde karşılayabilmektedirler. Hatta birtakım gereksinimler medya dolayımlı olmakla birlikte kurmacayla gerçekliğin bir aradalığına da olanak vermektedir. Örneğin, insanların önemli bir kesiti toplumsal ilişki gereksinimlerini internetin görüntülü ve sesli ortamında başka insanlarla kurdukları ilişkilerle gerçekleştirmektedirler. Bu ilişkiler yalnızca sanal ortamda devam etse bile hiç değilse karşılıklılık ilişkisi içerisinde gerçekleşmekte. İnsanlar televizyonu edilgin biçimde izlerler. Televizyon ekranının karşısına geçerler ve bir programı tercih etmiş olarak ya da var olan seçenekler içinden en uygun bulduklarını edilgin biçimde izlerler. Oysa internet ortamında insanlar karşılıklı yazışmakta, konuşmakta, sohbet grupları kurarak sosyal bir ortama aktif biçimde katılım gerçekleştirebilmektedirler. Görünen odur ki günümüz yeni medya ortamında insanlar artık birtakım sosyal ortamlara katılmak için evlerinden kalkıp bir yerlere gitmek yerine oturdukları yerden birtakım sanal ilişki ve iletişim ortamlarına dahil olarak da toplumsal ilişki gereksinimlerini karşılayabilmektedirler.

Yeni medya ortamı insanlara heyecanlarını tatmin etme olanağı da tanımaktadır. İnternet ortamında ulaşılan çeşitli oyunlara etkin katılım, video oyunları, atarilerle insanlar bugün artık sanal ortamda etkin katılımlı olmak üzere kendileri için oldukça heyecan verici kurmaca ortamlar oluşturabilmektedirler. Atari salonlarının dolup taştığı günümüzde özellikle genç insanların bu yönde ne denli yo-

ğun eğilimler sergiledikleri gözlenmektedir. Diğer yandan günün önemli bir kesitini, çoğu zaman uykudan, yemekten, çalışmaktan da feragat ederek internetle hasır neşir geçiren insanların ondan nasıl bir doyum aldıklarının da kapsamlı araştırmalara konu olması gerekmektedir.

Diğer yandan günümüzde insanların, sosyal medya olarak da adlandırılan yeni medyayla hem interaktif bir ilişki kurdukları, hem de kendi istekleriyle ona bağımlı hale geldiklerini görüyoruz. İstençli esaret olarak da adlandırılabilecek bu durumun insanların hangi gereksinimlerini karşıladığı, onlarda nasıl bir doyum oluşturduğu sorularının kafaları giderek daha çok meşgul etmeye başladığı günümüzde bu konuda da kapsamlı araştırma ve analizlere gereksinim olduğu anlaşılıyor.

Ancak yeni medya olanaklarının toplumun henüz tüm kesimleri tarafından erişilebilir olmadığı gerçeğini de gözden kaçırmamak gerekiyor. Her şeyden önce yeni medya teknolojisi hala oldukça yüksek fiyatlarla satılmaktadır. Bu da toplumun alt gelir grupları açısından onların erişilebilirlik olanaklarının hayli kısıtlı olması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla toplumun alt gelir grupları için-geleneksel kitle iletişim araçlarından (radyo, televizyon) doyum sağlamaya yönelimin hala oldukça yaygın olduğu düşünülebilir. Bu durum da toplumda ilginç bir ikiliğin oluşmasına yol açmaktadır. Bir yandan yeni medyanın tüm olanaklarından yararlanan kesim, diğer yandan da ondan hala yoksun olan bir başka kesim. Bu da izleyicinin yeni medya merkezli kullanımlar gerçekleştirmesi ve doyumlar sağlaması noktasında toplumda önemli bir uçurumun oluşması anlamına gelmektedir. Bu durumun da hiç kuşkusuz toplumda özellikle de sosyokültürel ve sosyopsikolojik birtakım dengesizliklere yol açması olasıdır.

Alımlama Analizi

İzleyici araştırmaları içerisinde geliştirilen bir teknik olan alımlama analizi izleyicinin aktifliği ve kullanımlar doyumlar yaklaşımıyla örtüştürülen bir çözümleme tekniği olarak betimlenebilir. Buna göre alımlama çözümlemesi bir bakıma izleyici araştırmalarının yeni aracıdır. İzleyicinin medyanın içeriğini nasıl ve hangi biçimlerde algıladığı, bu anlamda izleyiciler arasında ne gibi farklılıklar olduğu sorularını yanıtlamaya dönük bir çözümleme biçimidir. Sosyal bilimler içerisinde gelişen alımlama analizi özellikle de dilbilim, göstergebilim, kültürel çalışmalar vb bilimsel disiplin ve çalışma alanlarından beslenir ve onlara önemli bir yöntembilimsel destek sağlar. Bu çözümleme tekniğinde izleyiciye ilişkin her veri önemlidir. Bu yönüyle klasik yöntembilimdeki ölçme, değerlendirme tekniklerini büyük ölçüde geride bırakmıştır. 1970'lerin başlarından itibren kullanılmaya başlanan alımlama analizi bugün özellikle de iletişim bilimleri alanında en gözde yöntemlerden biri olarak ilgi görmektedir. Bu analiz tekniğinde izleyiciyle görüşmelerden elde edilen her veriye önem verilir, her veri değerlendirme kapsamına alınır. İzleyici görüşmelerinden çıkan veriler metinlerdeki ileti çözümlemeleriyle birlikte de ele alınabilir. Ayrıca görüşme yapılan izleyicinin içerisinde yer

aldığı sosyokültürel durum, kişilik özellikleri, psikolojik yapısı vb. de bu çözümleme tekniğinin veri toplama alanı içerisinde yer alır (Rosengren,2000:22). Alımlama analizinde araştırmacı yalnızca izleyici analizi yapmakla yetinmez, aynı zamanda metin analizi de yapar. Böylece izleyicinin metinden çıkardığı anlamla metnin içeriği arasında da karşılaştırma yapma olanağı bulur. Bu çözümleme tekniğiyle izleyicinin metinle ilişkisine ilişkin çok daha ayrıntılı verilere ulaşmak olanaklıdır.

Alımlama Analizine Hall'in Katkısı

Alımlama analizi tekniğinin geliştirilmesinde İngiliz düşünür Stuart Hall'ın da önemli bir etkisi ve katkısı olduğu bilinmektedir. Hall (2001) okuma biçimlerini egemen okuma, tartışmalı okuma ve muhalif okuma olmak üzere üçe ayırır. Bu ayrıma göre bazı izleyiciler metni, yazar tarafından verilmek istenilen anlamıyla okuyup anlamlandırırlar. Hall'ın tahminine göre düşük eğitim düzeyine sahip, toplumun genelde alt kesimlerinden gelen izleyiciler televizyonda izledikleri programları çoğunlukla verilmek istenilen anlamsal çıkarımla algılarlar. Eğitim ve entelektüel düzeyi yüksek, toplumun üst orta ya da üst tabakalarından gelen izleyiciler ise daha sorgulayıcı yaklaşarak kendilerine sunulan metinleri, örneğin, televizyon programlarını sorgulayarak alımlamaya eğilimlidirler. Bazı izleyici kesimleri ise karşılaştıkları her metne karşı durmayı alışkanlık haline getirmişlerdir. Bunlar, ya entelektüel açıdan çok ileri düzeyde olanlardır ya da toplumun marjinal kesimini oluşturan, görece anarşist bir tavra sahip olan kimselerdir.

Diğer yandan McQuail'in, insanların metinler üzerinden toplumsal ilişki kurma gereksinimlerini karşıladıkları biçimindeki görüşüne Türkiye'den örnek verebiliriz. Bu açıdan Türkiye'deki anayasa değişikliği sürecini, özellikle de 12 Eylül 2010 Referandumu öncesindeki medya dolayımlı tartışmaları anımsayalım. Aylarca ilgili, ilgisiz pek çok insan, özellikle de toplumda belli bir tanınmışlığı bulunan sanatçılar, yazarlar, akademisyenler vb. televizyon ekranlarından yeni anayasa tartışmalarına katıldılar. Çoğu, değişiklik metninden habersiz olsalar da büyük bir heyecanla yeni anayasanın ısrarlı savunucuları ya da inatçı karşıtları olarak görüş belirttiler. Aralarından bazıları görece samimi bir tavır ortaya koysalar da söz konusu metne savunmacı yaklaşanların da karşı duranların da çoğunun televizyon ekranından, anayasa süreci üzerinden birtakım güç sahipleriyle ilişki kurmaya çalıştıkları söylenebilir. Bunun yanında medyadan sunulan bu tartışmaları izleyen çoğu medya izleyicisinin de anayasa metninin kendisiyle değil, bundan çok medyada tartışmalara katılan insanların anayasa metni üzerinden ne oranda bir güç alanı oluşturdukları ya da ne oranda başarılı savunu yaptıklarıyla ilgilendiklerini söylemek çok da yanlış bir tahmin olmasa gerek. Bu tahminlerin sağlıklı bulgulara ulaşabilmesi için elbette ki araştırmalarla desteklenmeleri gerekmektedir.

Diğer yandan iletişim yazınında bilinen ve popülarite kazanmış az sayıda alımlama analizi örneği olduğunu da belirtmekte yarar var. Bunlar üzerinde de kısaca duralım.

David Morley'in Nationwide Araştırması

İngiliz iletişimbilimci David Morley doğal ortamda doğrudan gözlem yoluyla yaptığı izleyici araştırmalarıyla tanınır. *The Nationwide Project (Nationwide Projesi)* ise Morley'in en ilginç ve temsil değeri olan araştırmalarından biridir. Alımlama analizi açısından da en bilindik çalışmalar arasında yer alır. Morley, İngiltere'de uzun süre gösterimde kalan güncel konulara yer veren Nationwide adlı televizyon programının izleyici tarafından nasıl algılandığını bulgulamak amacıyla 1980 yılında gerçekleştirir söz konusu araştırmayı.

Nationwide'in en önemli özelliklerinden biri güncel konulara yer vermesidir. İnsanlar çevrelerinde olup bitenleri merak ederler. İşte insanların bu yöndeki bilgilenme isteğinden de yararlanılarak Nationwide bir güncel konular programı olarak BBC televizyonunun sabah yayını olarak verilmekteydi. İnsanlar sabah kahvaltısını yaparken, bir yandan da bu programı izliyorlardı. İzleme oranları da diğer programlara göre oldukça yüksektir. Programın diğer özelliği ise izleyiciyi özne konumuna taşımasıdır. Sunum biçimleri, izleyiciyle kurulan gözel ve sözel etkileşimle programı izleyen herkesin kendisini özel hissetmesi sağlanmaktaydı. Morley izleyicinin, bu özne konumunu ne denli benimsediğini de merak ediyordu.

Morley'in, yanıtlanmasını istediği bir başka soru ise Hall'ı anımsatarak söylemek gerekirse programın yapımcıları ve sunucuları tarafından tercih edilen kodaçımlamanın izleyici tarafından ne oranda gerçekleştirildiğidir. İzleyici kendisine her verileni alıyor mu, yoksa metne beklenenin ve tercih edilenin dışında başka anlamlar mı yüklüyordu acaba?

Nationwide'in seçilen belli bölümleri farklı izleyici gruplarına gösterilir. Farklı ırktan, etnik kökenden, meslekten gelen, yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi açısından da farklılıklar gösteren izleyicilerin aynı programın aynı bölümünü izlerken ne gibi tepkiler verdikeri, izleme ediminin tamamlanmasının ardından da değerlendirmelerinin ne olduğunu öğrenmek istiyordu Morley. Bunun için de araştırmacı, izleyicileri hem programı izleme edimini gerçekleştirdikleri sırada gözlemleyerek, hem de programın bitimininden sonra onlarla derinlemesine görüşmeler yaparak program hakkındaki görüşlerini alır. Araştırma sonucunda elde edilen öneml bir bulgu, farklı grupların, aynı metne farklı anlamlar yükleyebildikleri biçimindedir. Bu noktada Morley, Stuart Hall'ın okuma kategorilerine gönderme yaparak toplumun farklı kesimleirnden gelen izleyicilerin farklı alımlamalar gerçekleştirdiğinin altını çizer. Burada dikkati çeken ilginç nokta ise beklenilenin aksine toplumun herhangi bir kesiminden beklenenin dışında herhangi bir okuma veya alımlama biçiminin gelebildiğidir. Örneğin, sağda yer alan tutucu kesimlerden karşıt okumalar gelirken, daha eleştirel ve sorgulayıcı yaklaşması beklenen solda yer alan bazı izleyicilerden de egemen alımlama biçiminin

geldiği gözlenmiştir. Bu da Morley'i, toplumsal konumların her zaman ve koşulda sabit özne konumları üretemeyeceği yönünde bir değerlendirme yapmaya yöneltmiştir. Buna karşılık bazı izleyicilerin ise herhangi bir okuma ve alımlama biçimini tercih etmek yerine gösterime büyük ölçüde ilgisiz kaldıkları saptanmıştır. O halde toplumsal konumlanışlarla okuma ve alımlama biçimlerinin her zaman birebir örtüşmesini beklememek gerekir (Morley and Brunsdon, 1999).

Dallas'ı Alımlamak

Dallas 1980'lerin en gözde televizyon dizilerinden biridir. Türkiye'de de TRT Televizyonunda yayınlandığında kitleleri ekrana kilitlemişti. Dizideki tiplerin giyim kuşamları, saç modelleri, tavır ve davranışları halk arasında belirgin biçimde taklit edilmişti. Dizinin, gösterimde olduğu pek çok ülkede aynı ilgiyle karşılandığı da bilinmektedir. Bunca ilgi gören, Amerikan yaşam biçiminin dünya çapında yayılmasında etkili olduğu düşünülen *Dallas*'ın izleyici tarafından nasıl alımlandığını bulgulamak üzere Liebes ve Katz (1990) bir araştırma yaparlar.

Liebes ve Katz'a göre izleyicilerin eleştirelliği üç ayrı kategoride ele alınmalıdır. Bunlar semantik (tema, ileti), Sentaks (tür, formül) ve pragmatik (sosyal değişim boyutu) olarak sıralanabilir. Eleştirelliğin ya da metin değerlendirmenin bu üç boyutunu *Dallas* üzerinde yaptıkları araştırmada görmeye çalışırlar Liebes ve Katz. Bunun için diziden bazı bölümleri farklı etnik kesimler içerisinden seçtikleri dört ayrı izleyici grubuna izletirler. Yahudilik ortak paydasında buluşan dörtlü denek grubu Arap, Rus, Amerika ve Japon Yahudilerinden oluşturulur. Dizinin izletilmesi sırasında izleyicilerin birbirleriyle kurdukları çapraz ilişkiler de gözlemlenir. İzleme edimi tamamlandıktan sonra da izleyicilerin dizi hakkında tartışma yapmaları sağlanır.

Yapılan bu araştırmada şu ilginç sonuçlara ulaşılır. Farklı etnik kökenlerden gelen her izleyici grubu kendi etnik referanslarından hareketle farklı bir alımlama gerçekleştirmiştir. Buna göre Araplar ve Ruslar semantiğe (ileti), yani dizinin vermeyi amaçladığı ideolojik içeriğe odaklanmışlardır. Amerikan Yahudileri biçim üzerinde yoğunlaşmışlardır. Oyundaki kişilerin oyunculukları, çekimler, renkler vb. onlar için asıl üzerinde durulması gereken noktalar olmuştur. En eleştirel bakışı ise Japon kökenli Yahudiler ortaya koymuşlar ve diziyi pek de hoşnutlukla izlemediklerini, fazla da önemsemediklerini dile getirmişlerdir (Liebes and Katz, 1990). Sonuç olarak izleme edimi ile izleyicilerin etnik, sosyokültürel, dilsel, dinsel vb. özellikleri arasında çoğu zaman bir ilişki söz konusu olabilmektedir.

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Sorunlu Yanları

Aktif izleyici tezi temel alınarak geliştirilen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının liberal çoğulcu yaklaşımın bireyi öne çıkaran tavrını oldukça abartılı biçimde yansıttığı görülmektedir. Daha önce üzerinde durduğumuz araç merkezli güçlü

etki yaklaşımında birey sürecin edilgin bir kesiti olarak ele alınmaktaydı. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında ise pusula tümüyle ters çevrilerek bu kez de birey bilinçli, istençli nitelemelerle donatılırken kitle iletişim aracı da nesne konumuna taşınır. Oysa kitle iletişim aracını yalnızca verici veya aktarıcı aygıttan ibaret olarak görmemeli. Çalışanlarıyla, sermaye yapısıyla, sistemdeki diğer yapı, örgüt ve kurumlarla ilişkisiyle kitle iletişim araçları ya da medya herşeyden önce sistemin bir parçasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla da onu tümüyle nesneleştirerek çözümlemeyi basitleştirmek yanıltıcı sonuçlara götürebilir.

Diğer yandan birey ne denli istençli bir kişilik olursa olsun belli koşullar içerisine doğar ve kendi dışındaki birtakım dinamikler tarafından belirlenen bir süreç içerisinde toplumsallaşır. Kitle iletişim araçları da bireyin içerisinde yaşadığı dış dünyanın bir kesiti olarak onun yaşamını kuşatmaktadır. Dolayısıyla da izleyicinin her zaman, yaşamının tüm kesitlerinde, tüm edimlerinde bütünüyle istençli ve bilinçli hareket ettiğini söylemek gerçekle pek de bağdaşmaz. Üstelik de araç merkezli indirgemeci bir anlayıştan birey merkezli indirgemeci bir anlayışa bu denli keskin geçiş yapılabiliyorsa, bunun arkasında önemli bilimsel zaaflar ve de ciddi yöntembilimsel sorunların olduğunu varsaymak gerekir. Bir yandan elbette ki topluma egemen olan düşünsel iklim ya da dönemin egemen paradigması belli dönemlerde birtakım anlayışların egemen olmasına ortam oluşturabilir. Ancak bilimsel kulvarda yapılan araştırmaların, ortaya konulan kuram ve tezlerin bu denli mutlak kabullerle sunulmasının arkasında hangi niyetlerin olduğunun çok iyi değerlendirilmesi gerekir.

Söz konusu yaklaşımın zayıf yanlarından biri de izleyicinin sosyokültürel ve sosyoekonomik yapısı üzerinde yeterince durulmamasıdır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı kapsamında yapılan araştırmaların çoğunda alımlama çözümlemesi uygulanmakta. Söz konusu çözümleme kapsamında izleyicinin metinle ilişkisi yalnızca ortaya koyduğu okuma tavrına bakılarak irdelenmekte. Ona göre de izleyicinin aldığı doyuma ilişkin saptamalarda bulunulmaktadır. İzleyicinin alımlama ediminin biçimlenmesinde rol oynaması olası sosyokültürel, sosyopsikolojik ve sosyoekonimik vb. etmenlerin göz ardı edilmesi ise araştırmacıyı çoğu zaman eksik ya da yanlış saptamalara götürebilir.

Aktif izleyici tezi ve ona bağlı olarak geliştirilen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının zayıf yanlarından biri ise izleyicinin medyadan seçme özgürlüğünün ne oranda olduğunun üzerinde durulmamasıdır. Medya aracılığıyla birtakım bilgiler aktarılmakta ve onlar arasından da izleyicinin tercih yapması istenmektedir. Bu da aslında izleyicinin medya karşısında tam özgür bir seçme ve izleme konumunda olmadığını göstermektedir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının zayıf yanlarından biri de yapılan araştırmalarda izleyicinin demografik özelliklerine ayrıntılı olarak inilmemiş olmasıdır. Oysa medya izleme edimini aktif biçimde gerçekleştirdiği ileri sürülen izleyicinin hangi sosyoekonomik ve sosyokültürel koşullar içerisinde yaşadığı, nasıl bir toplumsallaşma süreci geçirdiği, içerisinde yer aldığı toplumda ne tür

ilişkiler içerisinde bulunduğu vb. pek çok ayrıntının incelenmesi ve izleyici bireyin buna göre betimlenmesi çok daha sağlıklı sonuçlara gidilmesini sağlar. Bireyi edilgin izleyici olarak tanımlayan güçlü etki yaklaşımını ileri süren çalışmalarda da buna benzer bir eksiklik olduğunu anımsayalım. İzleyici bireyi içerisinde yer aldığı toplumsal ilişki ağından soyutlayarak ele alan güçlü etki yaklaşımının, bireyin toplumsal ilişki ağını ayrıntılı olarak irdeleyen araştırmalarda elde edilen bulgular üzerine nasıl iflas ettiği kitabın bundan önceki bölümünde ele alınmıştı. Aynı çıkmaz aktif izleyici tezi ve onun içerisinde geliştirilen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı için de geçerlidir ve bu (Wimmer & Dominick, 1994) da söz konusu yaklaşım açısından önemli bir zayıflık olarak kabul edilebilir.

Öte yandan iletişimde eleştirel yaklaşımlar olarak bilinen ve kaynağını ağırlıklı olarak Frankfurt Okulu düşünürlerinden alan eleştirel yaklaşıma göre de kitle iletişim araçları yoluyla insanlarda önce birtakım gereksinimler yaratılır, sonra da onların karşılanmasına çalışılır. Özellikle de Herbert Marcuse'nin görüşleri içerisinde belirginlik kazanan bu yaklaşıma göre kitle iletişim araçları tarafından insanlarda birtakım yapay gereksinimler yaratılmakta ve bunları tatmin etmek için de formüller sunulmaktadır. Bütün bu çabaların temelinde ise tüketimin özendirilmesi amacının yattığı bilinmektedir. Bu, bir yandan günümüz tüketim toplumunu teşvik ederken, diğer yandan da insanları aynı gereksinimler, aynı gereksinim karşılama öneri formülleri, aynı doyum biçimleri derken bir tektipleşmeye doğru götürmektedir. Herbert Marcuse (1991) bu yöndeki tezlerini *One-Dimensional Man (Tek Boyutlu İnsan)* kitabında ayrıntılı olarak ele alır. Ancak şunu da belirtmekte yarar var ki Marcuse gibi salt eleştirel bakış açısıyla konuya yaklaşanların görüşleri, özde liberal çoğulcu paradigma içerisinde gelişen aktif izleyici tezi ve kullanımlar doyumlar yaklaşımıyla gerçekte bağdaşmaz. Dolayısıyla da söz konusu yaklaşımı savunanlar hiçbir zaman eleştiri oklarını özel olarak kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yöneltmezler Ancak genel olarak pozitivizme ve onun içerisinde geliştirilen kuram ve yaklaşımlara eleştirel yaklaşırlar. Bundan, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı da payını alır.

Özet

İletişimde aktif izleyici savı 1960'larda ve 70'lerde iletişim çalışmalarının liberal çoğulcu kanadında etkili olmuş. Bu alanda izleyiciyi öne çıkaran ve özne konumunda gören çok çeşitli araştırmalar yapılmış. Bu yönelim özellikle de iletişimde alımlama analizi olarak bilinen yeni bir çözümleme tekniğinin geliştirilmesine katkı sağlamıştır. Gerek bireysel düzeyde gerekse odak (focus) grup araştırmaları olarak bilinen çalışmalarla iletişimin liberal çoğulcu kanadında önemli bir zenginlik sağlandığı söylenebilir. Özellikle John Fiske'in kuramlaştırmaya dönük çalışmalarıyla söz konusu yaklaşım belli bir çevrede büyük destek görmüştür. Türkiye'de de aktif izleyici çalışmalarına kuramsal düzeyde de olsa, özellikle 1980'lerin

ortalarından itibaren ilgi gösterilmiştir. Ancak 60'lardan itibaren iletişim alanındaki çalışmalara Marksist düşünür ve araştırmacıların da ilgi göstermeye başlamasıyla birlikte liberal çoğulcu yaklaşım egemenlik alanını fazla genişletememiş, belli bir kesimde sıkışıp kalmıştır. 1930'lardan itibaren Frankfurt Okulu geleneği içerisinde süregelen düşünsel perspektifin, 1960'larda Althusser, Gramsci gibi yeni Marksist düşünürlerle iletişim alanına somut yönelimleri iletişim bilimlerini kültürel ve ideolojik incelemelere, bunlarla ilişkili olarak da yapısalcı ve postyapısalcı anlayışlara doğru çekerken, Peter Golding, H. Schiller, Smythe, Chomsky, Herman gibi Marksist düşünürler de iletişim alanındaki çalışmalara Marksist bir açılım sağlarlar. Bunların yanında İngiliz kültürel çalışmalarıyla açılan kulvar ise iletişim alanı için oldukça zengin ve bir o kadar da tartışmalı bir alan açmıştır. Bütün bu yönelimler giderek izleyicinin etkin olduğu, kişisel istenciyle hareket ettiği yönündeki anlayışın katı liberal çoğulcu görüşün sığ ve dar sınırları içerisine hapsolmasına zemin hazırlamıştır. Ancak daha sonraki bölümlerde üzerinde durulacak olan yöntembilimsel ve kuramsal çabaların belirmesinde aktif izleyici savını merkeze koyan liberal çoğulcu yaklaşımın payının önemi de inkar edilemez. Nitekim gerek ekonomi politik, gerek kültürel, gerekse de postyapısalcı kulvarda gelişen pek çok çalışmanın genelde liberal çoğulcu yaklaşıma karşı gelişen muhalif alanlarda oluştuğunu da unutmamak gerekir.

Bölüm V

İletişim ve Ekonomi Politik

Giriş

Bilgi ve bilginin üretim süreçleri üzerindeki denetimin, mülkiyetin paylaşım tarihi ile koşut bir seyir izlediği söylenebilir. Toplumda gücü elinde bulunduran kesimler insanlık tarihinin her döneminde bilginin üretici aktörlerini, üretim ve dağıtım alanlarını kendi etki ve yetki alanları içerisinde tutmaya önem vermişlerdir. Bilgi ve düşünce işiyle uğraşan insanlar yönetimlerin yakın denetiminde ve gözetiminde olmuştur. Aydınlanma dönemi ise aydınlar ve bilim insanları için görece daha özgürlükçü bir ortamın doğmasına zemin hazırlamıştır. Aydın, yazar ve düşünürler Batı dünyasının karanlıktan aydınlığa doğru başlattığı yolculukta öncü rol almışlardır. Yayımlanan gazete, dergi ve kitaplarla insanların, özgürlük ve demokrasi hakkında bilgilendirilmesinde, ikna edilmesinde, harekete geçirilmesinde gösterilen çabalar oldukça önemlidir. Fransız Devrimi sürecinde Fransa'da çıkan gazeteler, örneğin, *Le Gasette* (1631), yayımlanan kitaplar, aydınların, siyasal yetkenin baskılarına karşın yılmadan halkı bilinçlendirmeye çalışmaları bunun önemil göstergeleridir. Aynı çabaların Avrupa'nın diğer ülkelerinde de gösterildiği bilinmektedir. Aydın, yazar ve gazeteciler siyasal iktidarlardan gördükleri yoğun baskılara karşın yenileşmenin savunuculuğunu yapmaktan geri durmamışlardır. Aynı süreç Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde de gözlenmektedir. Özgürlük ve demokrasi yanlısı gazeteciler Sarayın tüm baskılarına karşın savaşımlarını sürdürmüş, pek çok gazeteci de yazıp çizdikleriyle, yayımladıkları gazete, dergi ve kitaplarla Türkiye'nin Bağımsızlık Savaşı sürecine ve ulus devlet yapılanmasına büyük destek vermişlerdir. Gerek Batı'da gerekse bizde yaşanan bu süreçler belki de basının, dolayısıyla da kitle iletişim araçlarının

gücünü açıkça gözler önüne sermiştir. Kaldı ki basın, siyasal sistemlerin değişim sürecinde böylesine etkin rol alırken kendisi de gelişim sürecinin henüz çok başlarındadır. Oldukça basit baskı teknikleri, kağıt ve mürekkep sıkıntısı, dağıtım olanaklarının sınırlılığı vb. sorunlarla boğuşmasına karşın aydınlar çıkardıkları gazete ve dergilerle toplumsal değişmede öncü rol almış, bu yöndeki güçlerini ortaya koymuşlardır.

Ama diğer yandan da matbaanın kullanıma girmesi, kitap, gazete gibi basılı materyal üretimine geçilmesiyle birlikte toplumdaki bazı kesimlerin bu süreci ticari kazanç sağlamak amacına dönük olarak yönlendirmeye başladıkları bilinmektedir. McLuhan, *Gutemberg Galaksisi* (2001)'nde XVI. Yüzyıldan itibaren okuryazarlığın gelişiminin desteklenmesinin, kitap ve gazete basımının teşvikinin altında bir yanıyla da ticari kazanç kaygısının yattığına dikkat çeker. Basılabilir alfabetik karakterlerin geliştirilmesi, kitlesel basım olanaklarının gelişmesiyle birlikte kitap ve gazete basımı XVII. yüzyılın başlarından itibaren ticari bir sektörel yapıya bürünerek gelişmeye başlar. Avrupa'da okuma salonlarının açılması, halka okuma yazma öğretmeye dönük okullaşma sürecinin başlamasının altında siyasal birtakım süreçlerden de önce ekonomik ve ticari kaygıların olduğu inkar edilemez bir gerçektir. Avrupa'da ulusalcılık, özgürlük, eşitlik, kardeşlik gibi düşünce akım ve gelenekleri henüz doğmamışken insanların İngilizcede okuma yazma öğrenmeye, kitap ve gazete okumaya başladıkları bilinmektedir. McLuhan'a (2001) göre basım işinde kağıdın kullanımı, sabit ve yinelenebilir alfabetik karakterler ve cepte taşınabilir kitapların basımıyla okuryazarlık süreci hızlandırılmıştır. Daha sonraki siyasal hareketler ise bu sürecin içerisinde doğup gelişmiştir.

XIX. Yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise süregelen karmaşa ve gerginliklere, savaşlara karşın hedeflenen değişimler büyük ölçüde gerçekleştirilmiş, imparatorluk yapılarından ulus devlet yapılarına geçilmiş, parlamenter sistemler biçimlenmeye başlamış, toplum sivilleşme sürecine girmiş, en önemlisi ise yeniliğin başını çeken toplumsal sınıf (burjuvazi) hedeflediği düzeni (kapitalizm) yerleştirmişti. Siyasal buhranlar, savaşlar, çatışmalar devam etse bile yeni düzenin sahipleri gücü ele geçirmiş, kazanç ve birikime olanak veren ortamı oluşturmuşlardı. Bu oluşumda bazı aydın ve gazeteciler hala birtakım idealist tavırlarla daha iyi bir toplumsal düzen, daha eşitlikçi bir dağılım, daha mutlu bir dünya yolundaki savaşımlarını sürdürürken birtakım kesimlerin de kapitalist sektör içerisinde basın üzerinden ticari kazanç sağlamaya dönük bir alan açmaya yöneldikleri gözlenmektedir. Gerek Amerika'da gerekse Avrupa'nın Fransa ve İngiltere başta olmak üzere önde gelen ülkelerinde basın patronları belirmeye başlamıştı bile. Basının kapitalist sektör içerisinde, kapitalizmin kurallarıyla işleyen bir alan olarak biçimlenmesi, yeni dönemin güç ilişkileri içerisindeki yerini alması anlamına gelmektedir. Bu da basın-iktidar ya da medya-iktidar ilişkilerinin siyasal boyutun yanında bir de maddi (ekonomik) boyut kazanması olarak nitelenebilir. Medyanın ekonomik gücün içerisinde yerini alması, güç ve etki alanını giderek de geniş-

letmesi zamanla güçlerin medyası biçimindeki nitelemelerle karşı karşıya kalması durumunu gündeme getirmiştir. Türkiye'de sürecin bu yönde kendisini en belirgin biçimde göstermesi ise 1980'lerde başlamaktadır. Basın dışı sermayenin faaliyet alanını basın sektörüne doğru genişletmeye başlamasıyla birlikte Türk medyası da halk adına güçleri gözetler konumdan vazgeçerek güçler adına halkı gözetleyici rol üstlenmiştir. Dolayısıyla da 1980'li yıllar, Türkiye'de medyanın güçlerin medyası olmasının zamansal tescillenmesi olarak yorumlanabilirken, Bab-ı Ali'den İkitelli'ye, Rüzgarlı Sokak'tan görkemli plazalara taşınması ise sürecin mekansal tescili olarak kabul edilebilir. Bu bölümde de bütün bu süreçleri, medya ve iktidar ilişkilerini sahiplik ve mülkiyet yapıları bağlamında ele almaya çalışacağız. Böylece bir bakıma medyanın ekonomi politik bir çözümlemesini yapmış olacağız.

İletişimin Ekonomi Politiği

İletişimin ya da medyanın ekonomi politiği kitle iletişim kurumlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı, bundan beslenerek gelişen medya-iktidar ilişkileri, bu ilişkilerin medya metinlerinin içeriğine nasıl yansıdığı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Adorno, Golding, Murdock, Mosco, Garnham, Chomsky, Herman gibi akademisyen ve aydınların öncülüğünde geliştirilen iletişimin ekonomi politiği yaklaşımının kaynağı Marksist gelenek içerisinde biçimlenen eleştirel ekonomi politiktir. Özgürlük, serbset rekabet, eşitlik maskesi takarak aslında eşitsizlik ve sömürü ilişkileri üzerine kurulan kapitalizmin eleştirisi biçiminde geliştirilen Marksist ekonomi politik Frankfurt Okulu düşünürlerinin öncülüğünde, kitle iletişim araçlarının işlev ve işleyişine ilişkin çözümlemelere de uyarlanmıştır. Buna göre kapitalizm içerisinde büyük sermayenin sahipliğinde biçimlenen kitle iletişim kurumlarının sistemin siyasal ve ekonomik güçleriyle nasıl işbirliği yaptığı, egemen blokta nasıl yerini aldığı, egemen kesimlerin kitleleri kandırma çabasına nasıl ortak olduğu eleştirel bir bakış açısıyla incelenir. Bu yöndeki çalışmalar iletişim kuram ve araştırmalarının ekonomi politik boyutunu oluşturur.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre toplumsal bilinç bireyler tarafından değil yönetici sınıf tarafından oluşturulmaktadır. Bireylerin kendi istek ve arzularıyla toplum içerisinde birlikte yaşamaya razı olduklarını, toplumsal uzlaşma ortamında yer aldıklarını söyleyen pozitivist sosyal bilimcilerin tersine eleştirel ekonomi politikçiler toplumda güç kimdeyse toplumsal bilincin de onun istek ve arzuları doğrultusunda biçimlendiğini savunurlar. Toplumsal uzlaşma, sistemin dengede olması, bireylerin içerisinde bulundukları durumdan hoşnut olarak düzene uyum sağlamaları her şeyden önce güç sahiplerinin rahatı açısından önemlidir. Bu nedenle de yönetici sınıf elindeki tüm olanakları kullanarak toplumu ve sistemi dengede tutmaya çalışır. Kitle iletişim araçları da bu anlamda güç için oldukça elverişli aygıtlardır. İletişimin ya da medyanın ekonomi politiği yaklaşımını temel alarak kitle iletişim araçları üzerinde inceleme yapanlar mülkiyet ve sahiplik yapısı üzerinde dururlar. Kitle iletişim araçlarının kimlerin mülkiyetinde

olduğu, nasıl bir sahiplik yapısının söz konusu olduğu, kurumsal yönetimin hangi kurallar ve ilişkiler çerçevesinde belirlendiği, medya patronlarının toplumdaki diğer güçlerle ilişkisi vs sorularla yönlendirilen ekonomi politik incelemeler, bütün bu süreçlerin kitle iletişim araçlarının ileti örgüsünü nasıl etkilediğini çözümlemeye çalışır.

İletişimin ekonomi politiği yaklaşımını benimseyenlere göre kitle iletişim kurum ve araçları toplumdaki diğer güçlerin yönetiminde ve denetiminde bulunan, kullanımında olan aygıtlardır. Kitle iletişim kurum ve araçlarının güçleri yapısalcıların varsaydığı gibi dil veya söylem içerisinde gelişen bir şey değildir. Aynı şekilde kitle iletişim araçları, teknolojik determinizm tezini benimseyenlerin ileri sürdüğü gibi güçleri kendinden menkul araçlar da değildir. Özellikle de özel sektör temeline dayanan kapitalist sistem içerisinde yapılanan kitle iletişim araçları parasal gücü elinde bulunduran sermayenin mülkiyetindedirler. Tıpkı diğer sektörler gibi kitle iletişim sektörü de sistem içerisinde güçlenerek varlığını sürdürmek kaygısını taşır. Bir gazetenin patronu olmakla bir tekstil fabrikasının patronu olmak elbette ki tam olarak ayrı şeyler değildir, ama amaçsal açıdan aralarında çok önemil farklılıklar da yoktur. Her ikisi de yaptığı işten para kazanmak peşindedir. Her ikisi de üretimini paraya dönüştürmek amacını taşır. Her ikisi de sürekli büyümek, kazancını sürekli artırmak ister ve bu amaçla piyasa rekabetinde önde olmaya çalışır.

Eleştiri konusu edilen ise kazancı temel alsa bile kitle iletişim araçlarının, başka bir deyişle medyanın ürettiğinin diğer sektörlerde üretilenlerden önemli bir farklılık göstermesidir. Kitle iletişim araçlarının işleyiş ortamında bilgi üretimi ve dağıtımı yapılır. Bilgi ise doğrudan doğruya insanların bilincini hedef alır. Bir çorap fabrikasının ürettiği çorabı insanlar satın alır, eskitene dek giyer ve eskiyince de atar, yenisini alır. Eskiyerek kullanım dışı kalan çorap, onu kullanan için giyildiği sürece ayağı soğuktan koruyan bir çoraptan daha fazla anlam taşımaz. Oysa kitle iletişim ortamında üretilen ve insanlara sunulan bilgi onların beyinlerine, zihinsel süreçlerine işlenir, onların bilinçlerini biçimlendirir, düşünsel birikimlerine eklenerek yaşam deneyim alanlarını oluşturur, algılarını yönlendirir, duyuşsal ve ruhsal davranışlarına etki eder. Bireylerin bilinç biçimleri ise içinde yer aldıkları toplumla ilişkilerine yön verir. O halde kitle iletişim araçlarının (medya) kapitalist sistem içerisinde işleyiş gösteren diğer işletmelerden farklı bir konumda değerlendirilmesi gerekir. Kitle iletişim araçlarının her ürettikleri yalnızca, onu satın alan bireyi değil, aynı zamanda bütün bir toplumu ilgilendirir. Dolayısıyla da kitle iletişim araç ve de işletmelerinin diğer işletmelerden farklı olarak kazanç amaçlarının yanında bir de topluma karşı sorumlulukları vardır. Bu ikincisi gerektiğinde kazanç amacının da önüne geçebilmelidir. İşte tam da bu noktada kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı, örgütsel işleyişi, yönetsel durumu, sahip ve patronlarının toplumdaki güç çevreleriyle ilişkileri önemlidir. Çünkü bu tür ilişkiler kitle iletişim kurum ve araçlarının toplumsal sorumluluk yönündeki işleyişleri üzerinde oldukça etkilidir. Kitle iletişim kurum

ve araçları üzerinde ekonomi politik bir bakış açısıyla inceleme yapanlar söz konusu kurum ve araçların ekonomik ve politik konum ve işleyişlerinden hareketle toplumdaki işlev ve etkilerine ilişkin çıkarımlarda bulunmayı amaçlarlar. Medyada tekelleşme ve yoğunlaşmalar üzerine yapılan çalışmalar da bu kapsamda ele alınmaktadır.

İletişimin ekonomi politiği çalışmalarının bir boyutunu medyanın mülkiyet ve sahiplik yapısının medya metinlerine yansıması üzerindeki incelemeler oluştururken, diğer boyutunu medyanın uluslararası düzlemdeki hareketliliğine ilişkin çözümlemeler oluşturmaktadır. Uluslararası iletişimin özellikle çokuluslu medya şirketleri boyutu bu açıdan ilgi çekmektedir. Öyle ki yeni sömürgecilik tartışmalarının da iletişimin ekonomi politiğinin bu boyutu kapsamında alevlendiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Diğer yandan eleştirel kuram tarihsel olarak da konumlandırılmaktadır. Dolayısıyla eleştirel ekonomi politik de kapitalizmin gelişim süreciyle ilgilenir. Marksist geleneğin temelini oluşturan tarihsel materyalist anlayış eleştirel ekonomi politiğin de önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Kitle iletişim kurum ve araçlarının hangi tarihsel süreçlerden geçtiği, günümüzde içerisinde yer aldığı güç ilişkilerinin tarihsel kökeni vb. iletişimin eleştirel ekonomi politiği kapsamında ilgilenilen konular arasında yer almaktadır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, sistemi bütüncü bir bakış açısıyla ele alır. Buna göre iletişimin ekonomi politiği de kitle iletişim kurum ve araçlarını, içerisinde işleyiş gösterdikleri sistemle bütünlük içerisinde ele alarak, genel sistem içerisindeki konumlanışları, sistemin diğer birimleriyle ilişkileri, sistem içindeki işleyişleri, işlevleri vb. açılardan irdeler.

Eleştirel ekonomi politik kapitalist girişim ile değer değişimi ilişkisine bakar. Bu anlamda iletişimin ekonomi politiği kitle iletişim kurum ve araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı, üretim ilişkileri, üretim biçimi, üretilenin ne olduğu, kime, ne oranda kazanç sağladığı, izleyiciye ya da kamuya ne oranda ve nasıl yararlı olduğu vb. konular üzerinde yoğunlaşır. İletişimin ekonomi politiği burada ilginç bir çelişkiyle karşı karşıyadır. Günümüz kapitalist dünyasında özel sermayenin mülkiyet ve sahiplik alanında faaliyet gösteren kitle iletişim kurum ve araçları bir yandan kapitalizmin yarış ortamında sahibine kazanç getirmek durumundadır, diğer yandan ise diğer sektörlerden farklı olarak toplumsal veya kamusal sorumluluk işlevini gerçekleştirmek zorundadır. İletişimin ya da medyanın ekonomi politiği tam da bu noktada kitle iletişim alanında pusulanın hangi tarafı işaret etme eğilimi içerisinde olduğunu saptamaya çalışır. Dolayısıyla medya üzerinde ekonomi politik bir yaklaşımla çözümleme yapanlar, ticari amaç ve kamusal sorumluluk arasındaki uzlaşmazlık durumunun, etik ilkesiyle de ilişkilendirilerek belli bir uzlaşma zeminine taşınması yönünde de birtakım görüş ve öneriler geliştirmeye çalışmışlardır. Buna göre medya serbest piyasada kendi varlığını sürdürmek amacıyla kazanç sağlamaya dönük faaliyetler yapabilir, ancak bunları, kamusal sorumluluğunu göz ardı etmeksizin yapmak zorundadır. Ne denli ka-

zançlı olursa olsun, medya kamu yararıyla çelişen faaliyetlere girişmemelidir. Toplumsal sorumluluk ilkesi olarak adlandırılan bu ilkeye özel sektörün tam rekabet ortamında faaliyet gösteren kitle iletişim kurumlarının beklenilen ölçüde uymadıkları dikkat çekmektedir. Bunun üzerine birçok ülke kitle iletişim araçlarının yayın ilkelerini düzenlemeye dönük yasalar çıkarmak zorunda kalmıştır. Tümüyle engelleme olmasa bile hiç değilse bazı sınırlandırmalar getirmeye dönük birtakım denetim ve gözetim birimleri oluşturulmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nin FCC'si böyle bir örgüttür. İngiltere'nin BBC'si kamu yararını esas alan bir yayın işletmesi olarak işlerlik göstermektedir. Türkiye'de TRT aynı şekilde kamu yararı doğrultusunda yayın yapan, mülkiyeti devlete ait bir kuruluştur. Ancak devletin gözetiminde, denetiminde ve parasal desteğiyle faaliyet göstermesi nedeniyle TRT çoğu zaman kendisini siyasal iktidarlarla, daha doğrusu hükümetlerle bütünleştirmekten alamamaktadır. Bu da devlet tekelini gündeme getirmektedir. Özel sektörde patronun üstlendiği denetim ve yönetim işlevini TRT gibi yapılarda devlet yerine getirmektedir. Bu da özünde kamusal sorumluluk misyonunu zedeleyen bir işleyiştir. Öyle ki her ne kadar devlet toplum için varlık gösteren bir yapı olmakla birlikte diğer yanıyla toplumu yöneten ve denetleyen bir erktir. Dolayısıyla da üstlendiği sorumluluk gereği bir yandan toplum adına devleti, diğer yandan da devlet adına toplumu gözetleyen bir kurum olarak işlev gören TRT gibi kitle iletişim kurumlarının devlet güdümlü olması herşeyden önce bu kurumların misyonlarına temel oluşturan toplumsal ya da kamusal sorumluluk ilkesiyle bağdaşmaz.

Eleştirel ekonomi politikçiler kitle iletişim kurumlarının ürününü satın alanların, yani izleyicilerin tercihlerinin oluşum süreçleri üzerinde de dururlar. Klasik ekonomi politikçiler serbest piyasada herkesin, toplumdaki tüm bireylerin özgür satın alma ve kullanma olanaklarına sahip olduklarını varsayarlar. Eleştirel ekonomi politikçiler ise bu tür bir özgürlüğün aslında söz konusu olmadığını iddia ederler. Buna göre bireylerin tercihleri aslında onların kendi tercihleri değil, başkaları tarafından oluşturulmuş tercihlerdir. İzleyiciler kendilerine sunulan seçenekler arasından tercih yaparlar. Sunulan seçenekler de özünde hepsi birbirinin aynısı olan seçeneklerdir. Frankfurt Okulu düşünürlerinden Herbert Marcuse bunu gereksinimler açısından ele alır. İnsanlarda yapay gereksinimler yaratıldığını, ardından da bu gereksinimlerin karşılanmasına dönük ürünler sunulduğuna dikkat çeker (Marcuse,1991). İnsanlar da kendilerine sunulan ürünleri, gereksinimlerini karşılamak üzere kullanırlar. Günümüz tüketim toplumunda ise insanlara empoze edilen gereksinim, kullanım merkezli olmaktan çok tüketim merkezlidir. İnsanlara, tükettikçe mutlu olacakları, toplumdaki güç ve saygınlık alanlarını genişletecekleri yönünde dayatılan fikirlerin yerleşmesiyle insanlar mutluluğun adresini tüketimde aramaya koyulmuşlardır.

Dolayısıyla da eleştirel ekonomi politiğin ilgilendiği konulardan biri de tüketimdir. Onunla ilişkili olarak da kullandığı önemli bir kavram *meta fetişizmi*'dir. Meta fetişizmi özde şeyleşmeyi ifade eder ve psikanalizin fetişizmi "biçimsel bir

düzeyde maddi bir nesneye değer yansıtma, o yansıtmanın neden olduğu durumu bastırma ve sonuçta da o nesneyi, o değerin özerk kaynağı olarak yorumlama yönündeki insan yeteneği" (Wayne,2006:234) biçimindeki tanımına çok benzer. Fetişizm iki boyutta işletilir. Birincisi öznenin (insan) kendi güçlerini nesneye yönlendirmesidir. Psikanalize göre nesne, öznenin güçlerini ele geçirmiştir, Marksist yaklaşımda ise nesne öznenin gücünü ondan alarak kendisinde toplamıştır. Ancak sonuçta nesne, öznenin karşısına, onun gücünün sömürgeni ve yansıtıcısı olarak değil de o güç kendi özünde varmışçasına çıkar. Özne ise nesnede yansımasını bulan o güç karşısında ezilir. Bir başka deyişle özne, kendi yaratısı olan nesnenin güç ve sömürü alanına girerek ona bağımlı hale gelir. Böylece öznenin, nesneye aktarılmış güçleri, özneye, şey olarak geri dönerken aynı zamanda onun nesneye bağlanmasına, hatta tapınmasına da neden olurlar. Marksist yazında özneden nesneye bu güç aktarımı durumuna içkinlik denilir. Öznenin, nesneye içkin güçleri olarak nitelendirilir. Burada önemli olan ise öznenin güçlerini kendisinde toplayan nesnenin maddi (parasal) ve piyasa değerinin şeyleşmiş bu güçle örtülmesidir (Wayne,ak,235). Burada insanın kendi ürettiği maddi nesneye güç atfederek, kendi özne konumunun yitimine neden olması söz konusudur. Örneğin, bir ayakkabı fabrikasında çalışan bir işçi, içerisinde yer aldığı üretim sürecinde gerçekte ne ortaya koyduğunun farkına pek de varmaz. Ama kendi ürettiği ayakkabıyı bir ayakkabıcı dükkanının vitrininde gördüğünde onun, kendi üretimi olduğunu düşünmeksizin ona sahip olmaya can atar. İşte bu noktada meta fetişizminin yol açtığı yabancılaşma başlar. İnsanın, kendi ürettiği ürüne, nesneye yabancılaşması, onu kendi gücüyle ilişkilendirmek yerine, karşısına bir güç olarak koyması ve yaşamını o gücü elde etmeye adaması. Bu noktada tüketim olgusu devreye girmektedir. İnsan ve meta arasındaki bu ilişkinin sürekli yeniden üretildiği ve pekiştirildiği önemli bir alan ise medyanın simge ortamıdır.

Günümüz tüketim toplumlarında insanlar kendilerini mallarla, ürünlerle, yani metayla özdeşleştirmekte, maldan, mülkten kendilerine güç aktarımı yapmakta, sahip oldukça güç kazanacaklarını, kendilerini çevrelerine kanıtlayacaklarını sanmaktadırlar. Malların kullanım değeri, yerini değişim değerine bırakmıştır. İnsanlar sahip olmak için satın alır, tüketmek için tüketirler. Marx (1980:227) "Üretim aynı zamanda tüketimdir" derken kapitalizmin tüketim üzerine kurulduğuna, insanların nasıl giderek tüketimin tutsağı haline getirildiklerine tüketerek ancak kendi varoluşlarını anlamlı hale getirmeye çalıştıklarına gönderme yapar. Kapitalizmin varlığı da üretim ve tüketimin birbirlerini karşılıklı beslemesi üzerinden anlam kazanan bir sistemdir Buna göre iletişimin eleştirel ekonomi politiği üzerinde çalışanlar mülkiyet ve sahiplik yapısının yanı sıra izleyicinin tercihlerinin altında yatan etmenleri de çözümlemeye çalışırlar.

Klasik ekonomi politikçiler bireyin piyasadaki egemenliğini varsayarken, eleştirel ekonomi politikçiler bireyin egemenliği diye bir şey olmadığını, bireyde birtakım tüketim eğilimlerinin yaratıldığını, bireyin de kendisinde yaratılan bu tüketim eğilimlerinin zorlamasıyla satınalmaya yöneldiğini ileri sürerler. Buna göre kitle

iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada izleyicilerin de toplumdaki iktidar oyunlarının nesnesi olmaktan öteye bir anlam taşımadıklarını, dayatılan birtakım seçeneklerle yönlendirildiklerini iddia ederler. Burada kimlerin ya da hangi güçlerin toplumda ne tür anlamlar oluşturmak, ne tür imgeleri egemen kılmak istedikleri önem taşır. İzleyiciler ise oluşturulmak istenilen anlam ve imgelerin oluşmasında, izleyerek ve benimseyerek etkin rol alan, ancak işleyişin içerisinde edilgin konumda bulunan nesnelerdir. Örneğin, hangi haberin, nasıl bir sunum biçimiyle aktarılacağı kitle iletişim aracının patronu, haber editörü ve muhabir arasındaki ilişki ağı ve işbirliği içerisinde kararlaştırılırken, izleyicinin istek ve beklentilerinden çok, aktarılacak haberi en kolay nasıl alımlayacağı önemsenir.

Ekonomi Politik Bir Yaklaşım Olarak Propaganda Modeli

Amerikalı düşünürler Edward S. Herman ve Noam Chomsky'e göre ekonomik güç alanına egemen olanlar, yani sermaye sahipleri kendi kamusal enformasyon akışlarının kendi çıkarlarıyla uyumluluğunu güvence altına almak kaygısı içindedirler. Siyasetin seçkinleri de aynı şekilde kitle iletişim kurum ve araçlarının kendi çıkarları doğrultusunda işlemesinden emin olmak isterler. Herman ve Chomsky de bu yöndeki işleyişi çözümlemek için bir model geliştirirler. Propaganda modeli olarak adlandırılan modelle Herman ve Chomsky (2006) gücü (siyasal ve ekonomik) elinde bulunduranların söyleminin öncüllerini saptarlar. Buna göre güçlüler halkın neyi göreceğine, duyacağına, düşüneceğine karar vermek ve düzenli propaganda kampanyalarıyla kamuoyunu yönetmek yetisine sahiptirler.

Herman ve Chomsky propaganda modeli olarak bilinen bu modeli toplumdaki güç ve servet eşitsizliği görüşünden hareketle oluştururlar. Modelde söz konusu eşitsizliğin kitle iletişim araçlarının içeriğine nasıl yansıdığı, haber ve bilgi aktarım süreçlerini nasıl etkilediği üzerinde durulur. Modelin dayandığı temel görüş ise güçlülerin söylemin öncüllerini saptama, halkın neyi göreceğine, duyacağına ve düşüneceğine karar verme ve düzenli propaganda kampanyalarıyla kamuoyunu yönetme yetisine sahip olduklarıdır (Herman ve Chomsky, 2006:81).

Edward S. Herman ve Noam Chomsky geliştirdikleri modelle toplumdaki güç ve servet eşitsizliğinin, haberlerin süzgeçten geçirilmesi yoluyla medyada nasıl yansıdığını açıklamaya çalışırlar. Bu haber süzgeçleri toplumdaki muhalefeti marjinalleştirirken hükümetleri ve egemen çıkar gruplarını toplumun temel ögeleri olarak gösterirler. Herman ve Chomsky'nin propaganda modelinin temel bileşenlerini ya da haber süzgeçlerini oluşturan ögeler ise şunlardır. 1) Egemen kitlesel medya firmalarının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyet, patronun servet ve kazanç yönelimi; 2) kitlesel medyanın temel gelir kaynağı olarak reklamcılık; 3) medyanın, bilgi kaynağı olarak hükümet ve çıkar grupları tarafından finanse edilen uzmanlardan yararlanması; 4) medyayı disiplin altına alan bir araç olarak tepki üretimi; 5) ulusal bir din ve denetim mekanizması olarak komünizm karşıt-

lığı. Bu bileşenler birbirleriyle etkileşim içerisinde ve eşgüdüm halinde işlemektedir (Herman ve Chomsky,2006:82).

Kitle iletişim kurumlarının haber üretim süreci, bu bileşenler dikkate alınarak süzgeçlenir. Buna göre haber üretimi yapılırken medyanın mülkiyetini elinde bulunduran patronun çıkar ilişkileri dikkate alınır. Patronun çıkarlarına zarar vermesi olası haberlerin verilmemesi ya da ona göre kurgulanması sağlanır. Haber üretim sürecinde kitle iletişim kurumuna reklam verenlerin istek ve beklentileri de dikkate alınır. Programların veya haberlerin ilgi çekiciliği dolaylı olarak reklamların izlenirliğine de katkı yapar. İzleyicinin ekran karşısında tutulması ve reklamların izletilmesi günümüzün ticari kazanç amaçlı medya ortamında gerçek bir medya başarısı olarak algılanmakta ve algılatılmaktadır. Dolayısıyla temel amaç programların kalitesi değil, izleyiciye izletilebilmesidir. Dallas Smythe'in (1981b) de ileri sürdüğü gibi izleyicinin satın alınmasıdır önemli olan Bir programın izlenme oranları ne kadar yüksekse, başarı tanımı da o kadar güçlüdür. Buna göre bir televizyon kanalı ya da programı ne kadar çok izleyici satın alabilmişse o denli başarılı olmuş demektir. Bu nedenle de medya kuruluşları genelde izleyici merkezli programlar üretirler. Toplumdaki genel izleyicinin de entelektüel açıdan ortalama düzeyde olduğu düşünülürse, izlenirlik oranı yüksek programların da çoğunlukla entelektüel niteliği olmayan, anlaşılması kolay, ilgi çekici programlar olduğu anlaşılır. Yani izlenirlikte ağır, kalitede hafif programlar üretilmesi tercih edilir. Bu programların üretim maliyeti de genelde oldukça düşüktür. Yüksek kalitede, profesyonel bakış ve ekip, entelektüel çaba, ileri düzeyli bilgi birikimi gerektiren belgeseller, kültürel programlar yerine çoğu dışarıdan kopyalanmış basit yarışma programları, evlendirme programları, dizi filmler, "bitaraf olan bertaraf olur" ilkesinden ödün vermeyen tartışma programları, haber veriyormuş gibi yapan, ama aslında haberden bihaber haber programları vb. ile izleyiciyi yormadan, sıkmadan, analitik düşünmesine olanak vermeyerek ekran başında tutmak günümüz medya anlayışının gerçek başarısı olarak görülmektedir.

Haber üretiminde zaman zaman uzman görüşlerine gerek duyulur. Bu uzman görüşlerinin herhangi bir uzmandan ya da işinin ehli bir profesyonelden alınması yerine mevcut siyasal iktidarın ve medya kuruluşunun yakın olduğu çıkar çevrelerinin desteklediği uzmanlardan alınması yoluna gidilir. Örneğin, Türkiye'de birkaç akademisyen ve gazetecinin her kanalda görüntülenmesi, konuşturulması gibi. Oysa Türkiye'de çok sayıda üniversite ve meslek kuruluşu bulunmakta ve buralarda da çok sayıda akademisyen ve uzman görev yapmaktadır. Buna karşın sayıları beşi onu geçmeyen birkaç kişi hemen hemen her televizyon kanalına çağrılmakta, hemen her konuda da görüş belirtebilmektedirler. Çoğu zaman resmi görüşün eleştirisini yapan, kendilerini devletin resmi görüşünün dışında bir yerlerde konumlandıran, özgürlüklerin sözcüsü olarak lanse eden bu kişilerin, ortaya koydukları görüşlerin tersine siyasal iktidarların ve çıkar çevrelerinin kiralık uzmanları olmaları ise ilginç bir paradoks. Fransız düşünür Pierre Bourdieu (2000) kanaldan

kanala dolaşarak her konuda konuşan bu tür kişileri sözde akademisyenler ve sözde entelektüeller olarak niteler ve "fast thinker"deyimiyle adlandırır.

Medya zaman zaman siyasal iktidarlara veya birtakım çıkar gruplarına ters düşebilmektedir. Bu ters düşmelerin altında da genellikle çıkar çatışmaları yatar. Bu gibi durumlarda medya kuruluşuna karşı ilgili çevreler tarafından hemen bir tepki ağı örülür. Medya organının karşıt yayınlarından doğrudan etkilenenler, kendileriyle ilişkili diğer kesimleri ve çoğunlukla da rakip medya organlarını yanlarına alarak bir tepki bloku oluştururlar. Böylece bir yandan doğrudan birtakım yaptırımlarla, diğer yandan da rakip medya kuruluşlarının sunumlarıyla söylem ortamında yaratılan tepki iklimiyle söz konusu medya organı tehdit edilerek çeki düzen verilmeye çalışılır. Doğan Grubu ve AKP iktidarı arasında yaşanan sürtüşme bu anlamda ilginç bir örnektir. Önceleri Adalet ve Kalkınma Partisi'nin iktidar olması sürecine önemli ölçüde destek veren Doğan Medyası, sonraki yıllarda AKP'yle ekonomik çıkarlara ilişkin birtakım konularda ters düşünce bu kez karşı saflara geçmiş ve AKP karşıtı propaganda başlatmıştı. Siyasal iktidar ise Doğan Medya'sının karşı propaganda faaliyetlerini etkisiz duruma getirmek için patron Aydın Doğan'ın mal varlığına ilişkin inceleme başlatmış ve oldukça da önemli miktarlarda vergi borcu çıkarmıştı. Doğan'ın vergi cezası ve iş dünyasındaki uygulamaları siyasal iktidar yanlısı medya organlarında, iktidarın tavrıyla uyuşan bir sunum biçimiyle yer alarak Doğan karşıtı tavrın söylem alanında yaratılan tepki iklimiyle de desteklenmesine çalışılmıştır. Ancak 2011 genel seçiminin gündemde olduğu bir dönemde siyasal iktidarın toplumdaki güçlü kesimleri karşısına almasına hiç de gerek yoktu. Derken uygulamaya konulan vergi affı tasarısından Doğan Grubu'nun da yararlanabilmesi söz konusu olur.

Dolayısıyla da Herman ve Chomsky'nin propaganda modelinin bileşenlerini oluşturan süzgeçleri, Türkiye'deki kartel ve tekel medyasının işleyişine, siyasal iktidarlarla ilişkisine tam olarak uygulamanın hiç de zor olmadığı görülmektedir. Herman ve Chomsky'nin modeli dikkate alınarak yapılan çözümleme ve verilen örneklerden de anlaşılmaktadır ki, günümüzde medya organlarının tarafsız bir yayın politikaları izlemeleri, toplumsal sorumluluk ilkesini dikkate alarak yayın yapmaları olanaklı görünmüyor. Medyada karşıt seslere yer verilmesi bu koşullarda olanaksız gibi görünüyor. Çıkar grupları ve siyasal iktidarlar kuşatma altında bulundurdukları medya aracılığıyla kendi gündemlerini topluma aktarmakta ve toplumu kendi istedikleri gündemle ilgilenmek zorunda bırakmaktadırlar (Herman ve Chomsky,2006). Çıkar çevrelerinin ve iktidarların gündem kuşatması altında bulunan kitlelerin ise ne üzerinde düşünmeleri gerektiğine kafa yormaya ne gereksinimleri ne de güçleri yok gibi görünüyor.

Medya Seçkinleri

Amerikalı düşünür C.W. Mills *İktidar Seçkinleri*'nde (1974) toplumsal sistemin belli güçler tarafından yönetildiğini ileri sürer. Siyasetin, ordunun, ekonominin

başını çeken bu güçleri Mills *iktidar seçkinleri* olarak adlandırır. Kanadalı düşünür Vincent Mosco (2008) ise Mills'in bu seçkinler sınıflandırmasına bir de *medya seçkinleri* eklemesi yapar. İyi eğitim gören, genelde toplumun üst sosyoekonomik kesiminden gelen, dolayısıyla devlet bürokrasisinin ve siyasetin üst düzeyinde bulunanlarla yakın ilişki içerisinde olan medya seçkinleri ve yaptıkları işler de eleştirel ekonomi politiğin inceleme konuları arasında yer alır. Medya kurumlarının sahipliğini yapan ya da günümüzün holding tarzı medya işletmelerinde en üst düzey yöneticilik görevlerinde bulunan bu seçkin medya profesyonelleri medyadaki yöneticilik görevlerini, içerisinde yer aldıkları iktidar ilişkilerini dikkate alarak sürdürürler.

İktidarlara yakın olmak yalnızca iktidarların çıkarları açısından değil, medyanın çıkarları açısından da önemlidir. Maddi desteğin yanı sıra içerik olarak da medyanın devlet bürokrasisinden, dolayısıyla da iktidar çevrelerinden beslenmesi kaçınılmaz bir durumdur. Medyanın haber kaynaklarının çoğu bu çevrelerdir. Neoliberalizmin güçlenmesi ve ona koşut olarak da küreselleşme sürecinin hız kazanmasıyla birlikte kapitalist sistem içerisinde büyük sermayeyle bütünleşik hale gelen medyanın siyasetin güç alanıyla da çok daha yakınlaştığı gözlenmektedir. Aynı sürecin Türkiye'de de özellikle 1980'lerde başladığı görülmektedir. TRT'nin ülkede radyo ve televizyon yayını yapan tek kuruluş olduğu yıllarda gazeteler de asıl ve tek işi gazetecilik olan basın profesyonellerinin sahipliğinde yayımlanırdı. 80'li yılların başından itibaren ise Türkiye basın dışı sermayenin basın alanında faaliyet göstermesine tanıklık etmeye başladı. Özel radyo ve televizyon kanallarının da yayın yaşamına girmeleriyle birlikte Türkiye'de de kitle iletişim kurumlarının Batılı kapitalist ülkelerdeki medya kuruluşlarına benzer bir yapılanma sürecine girdikleri gözlenmektedir. Türkiye'de başlatılan neoliberalizmin de etkisiyle medya bir yandan kapitalist piyasada hareket alanını genişletirken diğer yandan da toplumdaki diğer güç odaklarıyla belirgin biçimde yakınlaşmaya başlar. Medyanın özellikle de ekonominin, siyasetin ve bürokrasinin, yani iktidar seçkinlerinin güç alanına yakınlaşması kendi içerisinde de gerek yapı gerekse işleyiş açısından bir değişim ve dönüşüm süreci başlatmasını gerektirmiştir. Örneğin, basın mesleğinin emekçileri olarak bilinen muhabirlerin işlerini yapamaz hale geldikleri görülmektedir. Kendi mütevazı mekanlarından lüks plazalara taşınan şaşalı gazete bürolarının görkemli makam odalarında, kapalı kapılar ardında bürokrasinin, siyasetin ve ekonominin seçkinleri ağırlanırken muhabirin bilgi kaynaklarına ulaşmak için oradan oraya koşturmasına gerek kalmamıştır artık. Yönetici seçkinlerin villalarında, yatlarında, yalılarında verilen davetlere ise medyanın emekçi kesiminin, yani muhabirin değil üst düzey yöneticisinin, genel yayın yönetmeninin, köşe yazarının vb. katılması ancak olanaklı hale gelmiştir. İktidarın seçkinleriyle medyanın seçkinleri arasındaki bu yakınlaşmalar, mekânsal ve zamansal paylaşımlar medyanın bilgi kaynaklarına ulaşması sürecinin de yeniden biçimlenmesine yol açmıştır. İktidar çevreleriyle yakın ilişkiler içerisinde olmalarından dolayı medyanın üst yönetimlerinde görev alanların ya da toplumda belli bir popülaritesi olan köşe yazarları ve

üst düzey gazetecilerin haber kaynaklarına ulaşmaları çok daha kolaylaşırken muhabirin işi giderek zorlaşır. Nitekim günümüzde gazete köşe yazılarının çoğunlukla haber formatında yazılması da söz konusu değişim ve dönüşümün sonucu olarak görülmelidir. Haber kaynaklarıyla ilişki açısından hareket alanı giderek daralan muhabir giderek, kent haberleri, cadde sokaklarda olup bitenler, polis adliye haberciliği gibi koşturmacaya dayanan alanlara sıkışıp kalır. Klasik gazetecilik anlayışının temel taşı olan muhabirlik kurumunun etkinlik alanı hızla daralırken üst düzey medya yöneticileri yalnızca medya ortamında değil, yaşam biçimleriyle, dolaştıkları mekanlarla, tüketim eğilimleriyle, yaşadıkları semtlerle, lüks konutlarıyla vb. sahip oldukları üst düzey yaşam standartlarıyla toplumun seçkin kesimi içerisindeki yerlerini çoktan almışlardır bile. Bir zamanların çay ve simitle sembolize edilen, dar gelirli, ama idealist, aydın gazetecisinin yerini şimdilerde plazalardaki lüks odalarında, üst düzey görüşmelerle, üst düzey bürokrat ve holding yöneticilerinin makamları arasında koşturmakla, uçaktan uçağa, Londra, Paris, New York uçuşturmakla meşgul yıldızları alır medyanın parıltılı dünyasının.

Bu medya yıldızları, topluma karşı herhangi bir sorumlulukları yokmuşçasına hareket etmekte. Asıl işleri toplumu bilgilendirmek, aydınlatmak, olup bitenlerden haberdar etmek değil de devletin adab bilmeyen üst düzey yöneticilerine, bakanlarına, milletvekillerine adet adab öğretmekmiş gibi davranmakta. Yazılarını bu sorumlulukla kaleme almakta, hangi yemekle hangi şarabın içileceğini, en lezzetli yemeklerin hangi restorantta yeneceğini, içki masasından kalktıktan sonra hangi işkembeciye gidilebileceği, hangi siyasi liderin nereden, nasıl giyineceği, kimin hangi marka gömlek giydiği vb. şeylerle gazete köşelerini tutan yazılar, televizyon ekranlarını gürültüye boğan tartışmalar. Gerçek kalem ustaları, bildiğini ve düşündüğünü yazmaktan çekinmeyen, iktidarların sözcüsü, patronun kuklası olmak yerine kaleminin kölesi olmayı seçen gazeteciler ise o gazeteden bu gazeteye savrulup durmakta ya da işsiz kalmaya mahkum edilmekte.

Medya seçkinlerinin iktidarlarla yakın ilişki içinde olmaları, bilgi kaynaklarına ulaşmalarında önemlidir. Ancak söz konusu bilgi ve haber kaynakları da kendi istedikleri bilgi ve haberleri medyaya verirler. Kaldı ki medya mensupları bilgiyi edinseler bile iktidar çevrelerinin çıkarlarıyla çelişecek haberleri topluma vermekte fazla da istekli olmazlar. Medya ve iktidar arasındaki yakınlık, bir yandan da iktidar çevrelerinin habere ulaşmasını kolaylaştırır. Golding ve Murdock (1997) da hükümet yetkililerinin, hükümetin üst düzey yetkililerinin haberlere ayrıcalıklı erişimlerine dikkat çekerler.

Ekonomik gücü elinde bulunduranlar medya mülkiyetinin denetimini de ellerinde bulundurmaya çalışırlar. Bu durum medya içeriğinin iktidarı elinde bulunduranların istediği yönde üretilmesini kaçınılmaz kılar. "Medya mülkiyetinin el değiştirmesi medya ve iktidar ilişkilerini çok fazla etkilemez, Medyanın mülkiyetini kim alırsa alsın sermayenin, dolayısıyla siyasal iktidar çevrelerinin çıkarlarıyla uyumlu biçimde hareket eder" (Shoemaker ve Reese, 1997:141). Dolayısıyla da kapitalizmin rekabetçi piyasa koşullarında, medya mülkiyetinin sahipliğini yapan-

lar, öncelikle kendi varlıklarını ve güçlerini korumak ve pekiştirmek amacına dönük olarak iktidar çevreleriyle ilişkilerini her durumda iyi tutmaya özen gösterirler.

Yeni Dünya Düzeni ve İletişim

Dünya çapındaki iletişimi, yani bir bakıma küresel iletişimi doğuran iki etmen liberalizm ve aydınlanmadır (Mattelart,2001:13). Bir yandan devrimci ütopyanın büyük demokratik cumhuriyeti, diğer yandan liberalizmin evrensel ticari cumhuriyeti. Toprağı temel egemenlik birimi haline getiren ulusçuluk ilginçtir ama, kendi dayanağı olan anlayışa ters düşecek biçimde uluslararası iletişimin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Ulus devlet yapılarının oluşması, ulusların kendi aralarında da bir iletişim ağı kurmalarını gerekli kılmıştır. Bu da teknoloji, özellikle de iletişim teknolojisi sayesinde mümkün olmuştur. Telgraf ve telefonun kullanıma girmesi bu anlamda önemli ilk adımlardır. Ardından radyonun, televizyonun devreye girmesi uluslararası iletişimin gelişip yaygınlaşmasına akıl almaz ölçüde olanak verirken, denizaltı internet kablolarının döşenmesi, bilişim teknikleri ve internetin kullanıma girmesi uluslararası iletişim açısından tam anlamıyla bir devrim olmuştur. O halde uluslararası iletişim ve teknolojik gelişme arasında birebir ilişki olduğunu söylemek abartı olmayacaktır.

Ancak iletişim teknolojilerindeki gelişme, uluslararası iletişim ortamının doğması dünyanın daha uzlaşmacı bir ortama girmesi sonucunu doğurmuyordu ne yazık ki. Artan iletişim olanakları bir yandan dünya haritasının değişmesi, yeni ulusal sınırların belirlenmesi sürecine etki ederken diğer yandan da yeni savaşların çıkmasında etkin rol oynuyordu (Mattelart, 2001:42). İletişim teknolojisine, gazete, radyo gibi yayın organlarına sahip ülkeler olası bir savaşta olabildiğince etkin propaganda yapabilecekleri düşüncesiyle savaşla mesafeli durmaya gerek duymuyorlardı. Nitekim I. Dünya Savaşı'ndan itibaren tüm savaşlar bir boyutuyla da medya savaşları olarak nitelendirilebilir. Savaşa katılan ülkeler cephe savaşlarını medya ortamında gerçekleştirdikleri propaganda savaşıyla birlikte götürmeye başlamışlardı. I. Dünya Savaşı sürecinde bunu yakından gözlemleyen Amerikalı gazeteci ve araştırmacı Walter Lippmann 1922 yılında yayımladığı *Public Opinion (Kamuoyu)* adlı kitabında gazetenin propaganda faaliyetlerindeki kullanımı üzerinde durarak duruma dikkat çeker. Aynı şekilde Harold Lasswell de 1927 yılında yazdığı *Propaganda Technique In World War I (I. Dünya Savaşında Propaganda Tekniği)* adlı kitapta basının propaganda etkinliğinde kullanılmasına vurgu yapar. I. Dünya Savaşı'nın ardından da ABD'nin dünyanın telekomünikasyon devi haline gelmeye başladığını görüyoruz.

Politikacılar, dolayısıyla da siyasal iktidarlar gelişen iletişim teknolojisinden de yararlanarak ileri düzeyli propaganda stratejileri hazırlarken, işin ticari kazanç boyutuyla ilgilenen iş ve sermaye çevreleri ise bu teknolojiden destek alarak birtakım tanıtım stratejileri geliştirme yoluna gitmeye başlarlar. Bu kapsamda örneğin, alışveriş bir değer yaratıcı olarak yüceltilerek söz konusu proje uygulamaya

konulur (Mattelart,2001:42). Bu yöndeki stratejilerin reklam sektörünün gelişmesine olanak verdiği gözlenmektedir. XX. Yüzyılın henüz çok başlarında Amerika reklamcılıkta bir dünya devi haline gelir (Mattelart,2001:58). Zamanla Amerika'nın iletişim alanında geliştirilen her tür yöntem ve tekniği kullanarak dünya pazarlarına girmeye ve dünyada yeni bir sömürgecilik anlayışı yerleştirmeye başladığı görülecektir.

Özellikle II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte dünya yeni bir döneme girer. Amerika politik boyutun yanı sıra ekonomi alanında da dünyada tek güç olma yolunda önemli sinyaller vermeye başlar. Üçüncü Dünya ülkelerine yapılmaya başlanan yardımlarla ABD, koruyuculuğunu ve dünya refahını destekleyici tavrını ortaya koyarken, Doğu Bloku'nun, İkinci Dünya ülkeleri üzerindeki güç alanını da daraltmayı hedeflemektedir. Yardımların yanında ulusal sermayelerini geliştirme ve kapitalist dünyada bir biçimde yer almak için büyük uğraş içerisinde olan ülkelere Amerika birtakım büyüme ve kalkınma modelleri de sunmaya başlar. Bu kalkınma modellerinin merkezinde ise çoğunlukla teknolojik merkezli kalkınma formüllerinin yer aldığı dikkati çeker. Bu kapsamda örneğin, Daniel Lerner (1964) gibi araştırmacıların, Türkiye de içinde olmak üzere bazı Üçüncü Dünya ülkelerinde yaptıkları araştırmalar sonucunda hazırladıkları raporlarla, gelişme ve kalkınma planlarını Batıya dönük yapmaya çalışan toplumlara teknoloji temelli büyüme ve kalkınma modelleri sundukları gözlenir. Amerika'nın teknoloji merkezli gelişme ve kalkınma önerilerinin temelinde ise Üçüncü Dünya ülkeleri üzerine oluşturmaya çalıştığı pazarlama stratejilerinin yer aldığı bilinmektedir. Teknoloji merkezli bu gelişme ve kalkınma önerilerinin önemli bir kesitini ise iletişim teknolojileri oluşturmaktadır.

Amerika'nın bu stratejileri bir yanıyla da Avrupa ülkeleri arasında paniğin başlamasına neden olur. Ardı ardına iki büyük savaş geçiren, bu nedenle de ekonomik açıdan çöküntü içerisinde olan Avrupa bir yandan Amerika'nın da desteğiyle ayakta kalmaya çalışırken, diğer yandan da dünyanın Amerika merkezli yeni bir sürece girmesi karşısında oldukça kaygılıdır. Avrupa hem Amerika'nın güç alanı içerisinde yer almakla karşı karşıya kalmamak, hem de dünyanın içerisine girmekte olduğu yeni güç ilişkileri içerisinde baş aktör rolünü elden bırakmamak için kendi içerisinde birlik ve bütünlük yolunda 1950'lerin başlarından itibaren önemli adımlar atmaya başlar. Bu çabaların sonucunda nihayet 1992 yılında Maastricht Antlaşması imzalanır ve Avrupa Birliği (AB) resmen kurulmuş olur. Avrupa'nın 27 ülkesinin bir araya gelerek ekonomik temelli bir birlik oluşturmaları, bir yanıyla dünyanın küreselleşmeye doğru ilk önemli adımlarından biri olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan ise AB, en azından ekonomik anlamda ulus devletin sınırlarını aşan bir yapılanma olarak da ele alınabilir. Böyle bir birleşmeyle sermayenin uluslararası hareketliliğine esneklik getirilmekte, ulus devlet yapısının bu anlamdaki kısıtlayıcılığı da bir ölçüde aşılmış olmaktadır.

AB, bölgesel bütünleşmeye bağlı olarak hem ekonomik büyüme ve kalkınma politikalarını hem de sanayileşme politikalarını yeniden oluşturmaya ve yönlen-

dirmeye başlar. Mattelart'a (2001:79) göre AB'nin bölgesel bütünleşme çerçevesinde oluşturduğu ekonomik büyüme ve sanayileşme polilitakaları bir yandan da ulusal sermayeye bağlı olarak büyümeye çalışan Üçüncü Dünya ülkelerine karşı bir meydan okuyuş olarak da değerlendirilebilir. Ekonomik büyüme ve sanayileşmenin uluslararası zeminde sürdürüldüğü durumlarda bu tür çelişkilerin ortaya çıkması ise genellikle olasıdır. Ulusal düzeydeki politikaların uluslararası düzlemde geçerlilik taşıyan politikalarla çatışması da son derece olağandır. Özellikle de gelişmişlik düzeyi bakımından aralarında büyük farklılık bulunan ülkelerin ortak ekonomik büyüme stratejileri geliştirmeleri oldukça zordur. Dolayısıyla Avrupa ve Üçüncü Dünya ülkeleri arasında birtakım çelişki ve çatışmaların yaşanması da bu durumda kaçınılmazdır.

Diğer yandan Üçüncü Dünya ülkelerinin, kendi ulusal sermayelerine bağlı büyümeye çalışan, ancak ulusal sermayelerinin henüz çok kısır olmasından dolayı da büyüme ve kalkınma politikalarını ulusal bağımsızlıklarına dayandırarak oluşturmaları ve uygulamaya koymaları zaten çok zordu. Dolayısıyla da Amerika'nın ve Avrupa Birliği ülkelerinin kendi yağında kavrulmaya çalışan bu ülkeleri piyasa odaklı sömürü emellerinin hedefi olarak belirlemeleri de beklenebilir bir durumdu. Örneğin, Batı kapitalizmi XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren yerleşiklik kazanmış ve büyümeye başlamışken, 1950'li yıllarda Türkiye daha yeni yeni kendi ulusal sermayesini oluşturma çabası içerisindedir. Oysa aynı yıllarda Batı kapitalizmi ulusal sınırları aşmaya ve uluslararası arenada faaliyet göstermeye başlamıştır bile. Bir yandan kendi cılız ulusal sermayesiyle büyüme ve kalkınma stratejileri geliştirmeye çalışan Türkiye gibi bir ülke, diğer yandan ulusal düzeydeki gelişimini tamamlamış, uluslararası düzlemde elverişli piyasa ve yatırım avına çıkmış sermaye. Böyle bir eşitsiz ve de dengesiz gelişme ve büyüme ortamında Üçüncü Dünya ülkelerinin Batı kapitalizminin sömürü alanı olmaktan kendilerini korumaları pek de olanaklı görünmemekte. Mattelart (2001:80) da bu konuda Şili örneğini vermektedir. 1970'lerin başında Şili'de birtakım ulusal şirketler büyüme politikalarını, hükümetin güçlü muhalefetine karşın yabancı şirketlerle, özellikle de Amerikan şirketleriyle işbirliği içerisine girmek üzerine kurarlar. Ancak Amerikan şirketleri için işbirliği yalnızca alım-satım yapmakla sınırlı kalmaz. Amerikan şirketleri Şili'de yatırım ve üretim de yapmaya başlarlar. Ki bu, bir bakıma çokuluslu şirketleşmenin de başlangıcı demektir. Bilindiği gibi çokuluslu şirketler yatırım ve üretim faaliyetlerini genellikle yerel ögeleri de katarak sürdürürler. Bu da bir bakıma küreselleşmenin işletici motorunun yerellik olduğu anlamına gelir.

Çokuluslaşma süreci kapitalizmin diğer sektörlerinin yanında iletişim sektörünü de içine alır. 1970'li yıllara gelindiğinde özellikle de iletişim alanındaki çokuluslu şirketleşme, dünya iletişim düzenini tüm boyutlarıyla etkileyecek düzeye ulaşmıştır. Mattelart (2001:81) 70'li yılları gerek haber üretimini yöneten endüstriyel mekanizmalar, gerekse kitle kültürü ve uluslararası akış ve iletişim dengesizlikleri açısından tarihsel bir dönüm noktası olarak kabul eder.

Amerika Birleşik Devletleri iletişimin serbset işleyişi ve haberin serbest dolaşımı ilkesini ısrarla savunurken dünyanın başka yerlerinde bu yönde isyanlar da çoktan başladı. Dünya iletişiminin işleyişinin aslında Amerika'nın savunduğu gibi serbesti ilkesine dayandığı, ama bunun, eşitsizlik ve dengesizlik durumunu da getirdiği yönündeki yakınmaların 1970'lerin başından itibaren daha somut karşı duruş politikalarının geliştirilmesine dönüştüğü gözlenmektedir. Bu yöndeki ilk örgütlü hareket Bağlantısızların (77 ülkeden oluşan bir ittifak) 1973 yılında Cezayir'de yaptıkları toplantıdır. Toplantıya katılan ülkeler "yeni bir evrensel iletişim düzeni" yönündeki isteklerini ortaya koyarlar. Bu tartışma kısa sürede UNESCO bünyesinde de destek bulur. 77'ler grubu olarak da bilinen ülkeler iletişimin de ötesinde dünya ekonomik düzeninin yeniden biçimlendirilmesi gereğini ileri sürerler. Uluslararası ticari ilişkilerin yeniden düzenlenmesi, eşitsiz kaynak dağılımının ve eşit olmayan koşullardaki rekabet ilişkilerinin daha eşitlikçi bir zemine taşınması yönündeki isteklerinin önemli bir kesitinde ise dünya iletişim düzenindeki eşitsizlik vardır. Temeli XIX. Yüzyılın ortalarında atılan eşitsizlik durumu güçlenerek sürmektedir. Para ve teknoloji kimdeyse, iletişimin işleyişi ve haber akışı da onun tarafından yönlendirilmekte, onun çıkarlarına uygun biçimde gerçekleşmektedir. Bu nedenle çoğu gelişmemiş Üçüncü Dünya ülkelerinden oluşan Bağlantısızların başkaldırısına UNESCO da dahil olur.

Aslında UNESCO'nun 1969 yılında Montreal'de yaptığı bir toplantıda tek yönlü ileitişim akışı gündeme gelmişti. 1972 yılında ise UNESCO, Sovyet Temsil Heyetinin önerisi üzerine ülkelerin, yayın istasyonlarına gerek duymaksızın doğrudan yayın yapmalarına olanak verecek uydu düzenlemesi yapılması için bir öneri taslağı hazırlamış, ancak taslak ABD'nin muhalefetiyle karşılaşmıştı (Mattelart,2001:98). Bağlantısızlar'ın iletişim düzeniyle ilgilenmeleri konunun kısa sürede UNESCO gündemine taşınmasını da sağladı. Bağlantısızlar'ın Cezayir toplantısı, ardından Tunus'ta yapılan "Arap Gazeteciler ve Araştırmacılar Toplantısı" (1975), Nairobi'de gerçekleştirilen UNESCO Genel Konferansı (1976) konuyla ilgili görüşlerin biraz daha somutluk kazanmasına yol açtı. Böylece dünya iletişim düzenine ilişkin tartışmalarda UNESCO da etkin biçimde yer almış oluyordu.

Bu kaygılar uzun tartışmalar sonucu 1978 yılında "Kitle iletişim araçlarının barışın ve uluslararası anlayışın güçlendirilmesine, insan haklarının ilerletilmesine, ırkçılığa, ırk ayrımına ve savaş kışkırtıcılığına karşı çıkılmasına katkısına ilişkin temel ilkeler bildirgesi"nin kabulünü sağladı. Birleşmiş Milletler ve UNESCO gündeminde yer alan yeni ekonomi ve iletişim düzenine göndermeler yapan bu rapor UNESCO tarihinin en dikkat çekici metinlerinden biridir. Gazetecilerin görevlerini yaparken karşılaştıkları sıkıntıların dile getirilmesi, tartışılması da UNESCO gündeminde giderek daha fazla yer almaya başlar.

En çok ses getiren ve belki de UNESCO'da da tam anlamıyla bir kırılma noktası olarak nitelendirilebilecek olan çalışma ise 1978 yılında ortaya çıkar. UNESCO'nun yeni iletişim düzeni tartışmaları için Seán MacBride'ın başkanlığında konuyla ilgili uzmanlardan ve yetkililerden oluşan uluslararası bir komitenin hazırladığı *Birçok Ses Tek Bir Dünya (Many Voices One World)* başlıklı raporun tartışmaların gündeminde yerini almasıyla birlikte Amerika Birleşik Devletleri ve UNESCO arasında da ipler kopma noktasına gelir. UNESCO bir yandan yeni dünya iletişim düzenini tartışırken, bir yandan da gazetecilerin bu yapıda daha güvenli bir biçimde haber üretme ve aktarma yollarını araştırmakta ve tarihin hiçbir döneminde görülmeyen kapsamlı bir raporla yapılması gerekenleri gerekçeleriyle birlikte anlatmaya yönelir.

Bu gelişmeler ilk başlarda ABD ve Avrupalı müttefiklerinin sert tepkisiyle karşılaştı: Dengeli haber akışı kavramından nefret ediyorlardı. Haberin serbest dolaşımından yanaydılar. Hiçbir kurum ya da kişinin habere müdahalesine gerek olmadığını söylüyorlardı. Haber toplayıp satan kuruluşlar meslek ilkelerine göre davranır, piyasa koşullarına göre çalışırlardı. Buralarda çalışan gazetecilere kimsenin herhangi bir isim altında kimlik kartı vermesi kabul edilebilir bir durum değildi. Başta Amerika olmak üzere Batılı kapitalist devletler bu yaklaşımı gazetecilik mesleğinin denetim altına alınmasını yaratacak tehlikeli bir girişim olarak değerlendiriyorlardı ama aslında UNESCO'nun kimseye kimlik kartı vermek ya da mesleğe girişi denetlemek gibi bir niyeti yoktu. Ancak Batılı ülkelerin de bunu anlamaya niyetleri yoktu. Bunun üzerine önce ABD (1984-2002), sonra İngiltere (1985-1997) UNESCO'dan ayrıldılar.

Sovyetler Birliği'nde Gorbaçov'un başlattığı Glasnost ve Perestroyka politikaları ile aynı zamanlara rastlayan bu gelişmeler kaçınılmaz biçimde UNESCO yönetimini de etkilemiş. 1970'li yılların tanınmış Genel Direktörü Senegalli Amadou-Mahtar M'Bow görevini 1987 yılında İspanyol Federico Mayor Zaragoza'ya devretmişti. Zaragoza ile başlayan dönem ve sonrası 70'li yılların düşlerinin bir kenara bırakıldığı yıllardır. UNESCO'da yeni iletişim düzeni tartışmaları sona ermiş. Federico Mayor Zaragoza bu konuların UNESCO gündeminden çıktığını 1980'lerin sonlarında açık bir biçimde dile getirmiş. *MacBride Raporu* rafa kaldırılırken dünyada da kapitalizmin egemenliğinde yeni sömürgecilik dönemi başlatılmıştı (Alemdar, 2010).

Son on yıldır yeniden bir canlanma dönemi yaşayan UNESCO'nun gündeminde şimdilerde yine eşitsiz iletişim düzeni var. Ancak bu kez daha temkinli bir gidiş sergilenmekte. Alt yapısını yeni iletişim teknolojisinin oluşturduğu sanal uzay ve herkes için iletişim konuları üzerinde kafa yorulmasına önayak olmaya çalışan UNESCO çok dillilik, internette erişim eşitsizliği vb. konular üzerinde çalışmalarını sürdürmektedir.

Günümüzün iletişim teknolojileriyle kuşatılmış dünyasını anlamak ve anlatmak için iki kavramın altını çizmek gerekiyor. Bunlardan biri enformasyon toplumu, diğeri ise bilgi toplumu kavramıdır. Her ikisi de teknolojik gelişmelerle ortaya

çıkmış olup Batı iletişim politikalarının anahtar kavramları haline gelmiş bulunuyor. Bunlardan enformasyon toplumu özellikle televizyonun gelişmesi ve dünyada yaygınlık kazanmasıyla ortaya çıkmıştır. Diğeri ise bilgisayar teknolojisinin kullanıma girmesinin bir ürünüdür. Alemdar'a göre de internet bilgi dolaşımını arttırmış, olağanüstü olanaklarla insanlara yepyeni kullanım alanları açmıştır. Ama bunun insanlığı bilgi çağına taşıdığı görüşü abartılıdır (Alemdar, 2010).

Bir zamanlar Batılı akademisyenler televizyonun toplumları kalkındıracağı, dünyayı gönence ve mutluluğa doğru götüreceği yaygarasını koparmışlardı. Şimdi de bilişim tekniklerinin dünyayı bir bilgi cennetine dönüştüreceği aldatmacasıyla kitlelerin zihinleri karıştırılmaktadır. Elbette bir bilgi toplumu dönemine girilmiştir. Ama bunun kimin lehine bir bilgi toplumu olduğu da bugüne kadar yaşanagelenlerden hareketle çıkarsanabilir. Bilgi toplumu, toplumdaki tüm insanlara eşit oranda bilme şansı tanımayan bir ortam. Hatta toplumda bilenlerle bilmeyenler, bilgiye ulaşanlarla ulaşamayanlar arasındaki uçurumu daha da genişleten bir bilgi toplumu. İnsanlara kendi yaşamlarını kolaylaştırmaya yarayacak bilgileri vererek onları bilinçlendirmeyi esas alan değil, onların kafalarını başkalarının yaşamlarına, hatta çoğu zaman da gerçekte olmayan yaşamlara ilişkin fantezik bilgilerle doldurarak onları kendi gerçekliklerinden uzaklaştırmaya, sorgulamaktan, eleştirel bakabilmekten alıkoyan bir bilgi toplumu. UNESCO Türkiye Milli Komisyonu dönem başkanlığını yapan Prof. Dr. Arsın Aydınuraz günümüz bilgi toplumu döneminde insanların bilgi kirliliğine maruz kalmalarının önlenmesi, doğru ve sağlıklı bilgiye ulaşmalarına yardımcı olunması, bu konuda daha duyarlı bireyler olabilmelerine katkı verilmesi amacına dönük olarak UNESCO gündemine bilgi toplumu tartışmalarıyla ilişkili olarak **"bilinçli toplum"** kavramının alınması önerisini yapar. Bilinçli toplum kavramı sorgulayıcı ve eleştirel bakışla çok daha örtüşen bir kavramdır. Ancak Batı kapitalizminin egemenliğini giderek pekiştirdiği günümüz dünyasında bireylerde ve toplumlarda bilinç uyarımı yapmaya dönük bu tür kavramların ne denli önemsenmediği de ortada. Bütün çıkmazlarına ve tıkanmalarına karşın sömürü ilişkilerinin güçlenerek sürdürüldüğü günümüz dünyasında UNESCO gibi örgütlere yine de büyük gereksinim var. Bu tür örgütler sorunları çözmekte yeterli olmasalar bile, en azından sorunların gündeme gelmesine öncülük etmelerinden dolayı önemlidirler.

Bugün ABD ve gelişmiş sanayi ülkelerinin kitle iletişim politikalarını uygulayan kurum hala büyük oranda UNESCO'dur. Bu politikaların temel metinleri arasında Milenyum Bildirgesi, Küresel Bilgi Toplumu Okinawa Şartı ve Monterrey Uzlaşması yer almaktadır (UNESCO Kitle İletişim Bildirgeleri,2010). Bu metinler yeni dünya düzeninin temel ilkelerini, bunların gerçekleştirilme biçimlerini ortaya koymaktadır. Son on yıl içerisinde hazırlanan metinler çeşitli yer ve zamanlarda gerçekleştirilen toplantılarda görüşülmüş, kabul edilmiştir. Bunların en önemlisi 2003'te ve 2005'te Cenevre ve Tunus'ta düzenlenen Enformasyon Toplumu Dünya Zirveleri'dir. Bu iki toplantı çok sayıda ülkenin hükümetlerini, sivil toplum kuruluşlarını ve uluslararası şirketleri bir araya getirerek ilgili çevrelerin

dikkatini çekmeyi amaçlamıştır. Burada altı çizilmesi gereken ilginç nokta ise söz konusu toplantıların iletişimle ilgili olmalarına, iletişimin de UNESCO'nun ilgi alanları arasında yer almasına karşın bu toplantıların Uluslararası Telekomünikasyon Birliği tarafından düzenlenmiş olmasıdır. Korkmaz Alemdar (2010) bunun nedenini kitle iletişim araç ve kurumlarının neyi neden taşıdığından –içeriğinden– çok nasıl taşıdığının –teknolojisinin– önemli sayılması olarak saptamaktadır. UNESCO sahipliğini yapmamış olsa bile toplantıların başarısı için büyük çaba göstermiştir. 2003 yılında Genel Direktör Matsuura önem verdiği iki metnin kabulünü UNESCO Genel Konferansı sırasında İletişim Komisyonundan ve Genel Kurul'dan rica etmiştir. Bunlar *Sanal Uzaya Evrensel Erişim ve Çokdilliliğin Geliştirilmesi Sözleşmesi* ile *Sayısal Mirasın Korunması Şartı*'dır. Bu iki metin yeterince tartışılmadan ve olgunlaştırılmadan, Cenevre Zirvesi'ne UNESCO'nun sadece somut katkısı olsun diye kabul edilmiştir. Birincisi çok çabuk unutulmuş, ikincisi UNESCO Sekretaryası tarafından kısa bir zaman sonra gözden geçirilmeye açılmıştır. Bütün bu uğraşlara karşın günümüzde UNESCO yeni dünya düzeni adı verilen sistem içerisinde ne yazık ki iletişime ilişkin politikalar oluşturan, görüş üreten bir kurum olmaktan çıkmış ve teknolojinin savunuculuğunu yapar duruma gelmiştir (Alemdar, 2010). Teknolojinin kimde olduğu düşünüldüğünde UNESCO'nun da aslında kimlerin yanında yer aldığı, kimler için çalıştığı da daha iyi anlaşılır. Dolayısıyla da dünyadaki eşitsizlik düzenine karşı başkaldıran, *MacBride Raporu*'yla, ezilen, sömürülen kesimlerin sesi olmaya çalışan bir zamanların UNESCO'sunun yerini bugün artık gücün yanında duran ve onun güdümünde faaliyet gösteren bir UNESCO almış durumdadır. Çünkü güç böyle bir şeydir. Muhalif alanları ya yok eder, ya da kendi lehine ehlileştirir. Bu anlamda UNESCO da dünyadaki güç ilişkilerini belirleyen ve yönlendiren güçler tarafından ehlileştirilmiş bir örgüt olarak varlığını sürdürmektedir. Bugün dünya medya tekelleriyle, çokuluslu medya şirketleriyle kuşatılmış durumda. Yerel sesler bu kuşatma altında kaybolmakta, çok sesliliğin yerini giderek müthiş bir tek seslilik almaktadır. UNESCO ise bütün bu olup bitenlere karşı sessizliğini sürdürmekte kararlı görünüyor. Bundan da anlaşılmaktadır ki UNESCO gibi kuruluşlar da artık halkların değil, güçlerin haklarının savunucusu durumuna gelmiş bulunmaktadırlar.

Tek Sesli Bir Dünya

Dünya, UNESCO gibi uluslararası örgütlerin de engelleyemediği bir tekseslilige doğru hızla yol almayı sürdürmekte. 1980'li yıllar ise bu anlamda önemli atakların gerçekleştiği bir dönemdir. ABD'nin Avrupa'ya doğru yola çıktığı, Avrupalıların Amerikanlaşma olarak adlandırdıkları bir dönem. ABD'de Dow Jones Grubu tüm Amerikan kıtasına seslenir hale gelmiş durumda. 1983 yılında The Wall Street Journal Television kurulur. Amerikan haber ajansı AP dünya haberleşmesini sağlamada öncü rolü yüklenmeye başlar. Dünyanın her kesiminde yaşayan insanlar için CNN, öncelikli haber kanalı haline gelir. Amerikan filmleri Avrupa

film piyasasını da kuşatır. Bu süreçteki başrolü bankacılık ve finans sektörünün alması ise durumu çok daha içinden çıkılmaz hale getirir. Nitekim 80'li yılların tanıklık ettiği ilginç bir durum da medya sektörünün daha önce hiç olmadığı kadar başka sektörlerin, özellikle de bankacılık, sigortacılık ve turizm gibi sektörler için cazibe alanı oluşturmaya başlamasıdır. Mattelart küreselleşmenin uzmanlık gerektirdiğini söyleyedursun küresel dünyada herkes her işi yapmaya çoktan başladı bile. Uzmanlaşma, hatta aşırı uzmanlaşma elbette küreselleşmenin vazgeçilmezidir. Bir firmanın küresel pazarda tutunabilmesinin yolu da bundan geçer. Ancak diğer yandan da farklı işler yapan firmaların, örneğin, reklam, halkla ilişkiler, televizyon, sinema vb. bir araya gelerek bütünleşik yapı biçiminde işlerlik göstermeye başlamaları bir tür entegrasyonu da beraberinde getirmiş bulunuyor.

Diğer yandan küresel pazarda iş yapan firmalar yerel firmaların kendilerine eklemlenmesine de olanak vermekte. Türkiye'de CNN Türk, CNBC gibi kanalların açılması bu sürecin bir yansımasıdır. Küresel pazarda iş yapan firmalar yerel ve bölgesel alanları yalnızca pazarlama amaçlı olarak değil, yatırım ve üretim amaçlı da kullanmaya başladılar. Bunu da yerel ve bölgesel firmaların işbirliğinde yapmaktalar. Bu da uluslararası zincirlerin dünyayı kuşatmasına zemin hazırlamaktadır. Bütün bu süreçlerde ise başrolü iletişim ve bilişim tekniklerinin oynadığı ileri sürülmektedir (Mattelart, 2001). Kapitalizmin küresel sermaye üzerinden güçlenerek yoluna devam ettiği, ulus devlete dayalı siyasal sistemleri bile yerinden etmeye başladığı günümüzde bu gidişin durdurulması pek de olanaklı görünmüyor. Birtakım muhalif direnç alanları oluşsa bile, bunların genelde cılız kaldıkları, herhangi bir etkiye sahip olmadıkları da bilinmektedir. Dahası sistem karşı direnç alanlarını, tehdit edici bir düzeye ulaşmaya başladıkları anda yok eder, kendi içerisinde eritir. 1960'ların sonlarında Avrupa'yı tehdit eden öğrenci eylemleri buna örnek gösterilebilir. Aynı şekilde 60'larda sisteme, daha doğrusu kapitalizmin yarattığı eşitsizlik ortamına karşı başkaldıran birtakım gençlik gruplarının da diskolara, barlara, içki ve uyuşturucu alanlarına çekilerek etkisiz hale getirilmeleri belleklerden silinmiş değil henüz.

Dolayısıyla da küreselleşme süreci içerisinde biçimlenmekte olan dünya güç dengesi bugün gelinen noktada eşitsizlikleri daha da pekiştirmektedir. Küreselleşmenin bütün dünya toplumlarını birbirine yakınlaştırdığını savunanlar yoksullar ve zenginler arasında giderek açılan mesafeyi ya görmüyor olmalılar ya da yakınlaşmadan anladıkları şey farklı olmalı. Sermaye ulus devlet sınırlarını aşarak küresel düzlemde sürekli büyürken dünya nüfusunun çoğunluğunu oluşturan yoksul kitleler daha da yoksullaşmaktadır. Küçük esnafa, küçük üreticiye yaşam alanı bırakmayan büyük firmalar güçlerine güç kattıkça küçükler güç yitirmekte, yoksullaşmakta, giderek yok olmaktadırlar. Bu gidişte Immanuel Maurice Wallerstein'in eşitsizliklerin pekişmesi üzerine kurulu (1979) "evrensel kapitalizm" kuramı tüm hızıyla işlerlikteyken, McLuhan'ın (2001) "evrensel köy" kuramının ütopik geçerliliğini bile çoktan yitirdiği gözlenmektedir. Merkez, yarı

merkez ve çevre üçlüsü ise dünyanın evrensel kapitalizme gidişindeki misyonunu tam bir eşgüdümle yerine getirmektedir.

Medya ve Kültür Endüstrisi

İletişim ve kültür ilişkisi kitabın sonraki sayfalarında ayrı bir bölüm olarak ele alınmaktadır. Burada ise kültürün, iletişimin ekonomi politiğini ilgilendiren kesiti Frankfurt Okulu düşünürlerince geliştirilmiş olan kültür endüstrisi kavramı bağlamında kısaca ele alınmaktadır.

Kapitalizmle birlikte biçimlenen üretim ilişkileri ortamında yalnızca insanların günlük kullanımına yönelik ürünler değil, aynı zamanda onların duygularına ve bilincine yönelik ürünler de üretilmeye başlanmıştır. Kapitalizmin ticaret ve kazanç üzerine kurulu işleyişi insan ve toplum yaşamının tüm kesitlerine etki eder, insana dair ne varsa (değerler, gereksinimler, haz duygusu, düşler, hayaller, idealler vs) ticari kazanç ilişkileri içerisine çekilerek kullanır. Kapitalist anlayışta her şeyin ve herkesin bir maddi bedeli vardır, dolayısıyla da kapitalizmin alışveriş ortamında bir biçimde işe yarar.

Düşüncelerini kapitalizmin eleştirisi üzerine yoğunlaştırmış olan Frankfurt Okulu çevresi de aslında bu noktadan hareketle tezlerini oluşturur. Frankfurt Okulu düşünürlerinden Theodor W. Adorno'nun (2007) *kültür endüstrisi* kuramı bu anlamda ekonomi politik ve kültür analizinin bir karması gibidir. Adorno özünde medyanın kültürel ve ideolojik etkisini inceler. Ancak bunu endüstriyel ilişkiler içerisinde, dolayısıyla da kapitalizmin ticari kazancı merkeze alan anlayışına dayandırarak ele alır. Kapitalist ilişkiler içerisinden bakarak ekonomik alt yapının üstyapısal düzeydeki ilişkilerin biçimlenmesine ne oranda etki ettiği üzerinde durur. Daha doğrusu egemen alt yapının, üst yapıdaki ilişkilerde nasıl birebir yansıdığını keşfeder.

Adorno kültür endüstrisi ortamında üretilen ve insanların tüketimine sunulan bilgilerle kitlelerin bilgi ve bilinç biçimlerinin tam örtüşmediğini ileri sürer. Ancak bu kapitalist sistemin yönetici seçkinlerinin, daha doğrusu egemen güçlerinin umrunda bile değildir. Kitlelerin ne istediği, nelerden hoşlanacakları, neye gereksinimleri olduğundan çok neyi daha kolay satın alacakları önemlidir. Kapitalizmin ticari ilişkileri içerisinde geliştirilen pazarlama ve reklam teknikleriyle bu konuda da önemli gelişmeler kaydedilmiştir. İnsanların bir ürünü almaları ve kullanmaları için ona gerçekten gereksinimleri olup olmadığı değil önemli olan, ona gereksinim duymaları, yani ona gereksinimleri varmış gibi hissetmeleridir. Bu da kapitalizmin pazarlama ve reklam teknikleri yoluyla halledilir. Böylece insanlara sürekli olarak satın almaları önerisi yapılır. Satın alacakları şeyin bir işe yarayıp yaramadığı, birtakım gereksinimleri karşılayıp karşılamadığı konusunda bir şey söylenmez. Dahası reklam bombardımanı altında insanların bu konularda düşünmelerine de olanak verilmemeye çalışılır. Asıl önemli olan, ürünün satılmasıdır. Üretimin kitlesel olarak yapıldığı endüstriyel ortamda tüketimin de kit-

lesel olarak gerçekleştirilmesi gerekir. Üretimin aynı oranda tüketimle karşılanması ise kapitalizmi asıl ayakta tutan şeydir.

Adorno ve Horkheimer'e (2010) göre endüstri herkes için uygun ürünler üretmekte ve dolayısıyla da kaçışı olanaksız hale getirmektedir. Marx'ın "meta fetişizmi" kavramından hareketle Adorno ve Horkheimer'e göre günümüzün dünyasında insanlar satın aldıkları ve tükettikleriyle karakterize edilmektedirler. Eğlencenin, müziğin, yeme içmenin, giyinmenin vs. satın alınma ve tüketilme biçimleri insanların kimlik tanımlarıyla özdeşleştirilmekte. Örneğin, endüstriyel ortamdan iki tür müzik dinleyicisi çıkmıştır: Melankolik müzik dinleyenler ve de ritmik müzik dinleyenler. Birincisine arabesk müzik, ikincisine ise pop müzik örnek gösterilebilir. Her iki müzik türünün dinlenilme biçimleri, dinleyici üzerindeki etkileri, dinleyicinin duygularına seslenme biçimleri farklıdır. Ayrıca her iki müziği dinleyenlerin yaşam biçimleri, duygusal ve düşünsel özellikleri de farklıdır. Örneğin, arabesk müzik dinleyenler melankolik, hüzünlü bir dinleme edimi sergilerken pop müzik dinleyenler çok daha dışa dönük, kıvrak beden hareketleriyle tempo tutan, sözleri yineleyen, ama anlamlarına takılmayan bir dinleme tavrı ortaya koyarlar. Aynı şekilde atıştırmalık (fastfood) -Türkçe karşılık bana ait- tarzda bir lokantadaki yeme biçimleriyle tam teşekküllü bir lokantadaki yeme biçimleri birbirinden tümüyle farklıdır. Birinde yemek yeme işi aynı zamanda bir sosyal etkinlik olarak algılanır. Düzenli masa yerleşimleri, lokantanın estetik iç dekorasyonu, garsonların servis sunuş biçimleri, yemekleri yeme sırası, yemeğe eşlik edecek içkinin seçilmesi vs. tümü belli bir düzen içinde ve ritüele uygun olarak organize edilir. Atıştırmalık tarzda bir lokantada ise sandviç ya da burger türü yiyecekler, çoğunlukla da kola eşliğinde, karın doyurmak amacıyla, hızla mideye indirilir. Görüldüğü üzere birinde yemek sosyal etkinlik olarak algılanırken, diğerinde asıl amaç karın doyurmaktır. Lüks lokantaya gidenlerle burgerciye gidenler arasında da önemli farklılıklar vardır. Birincisi toplumun üst düzeyinden, genelde saygın bir meslek sahibi, ekonomik olarak daha iyi koşullara sahip, ikincisi ise çoğu zaman ya işçi ya da öğrencidir. Yemek yemeyi, daha doğrusu karın doyurmayı da günlük yaşamın koşturması içerisinde bir yere sıkıştırıverir.

Kitle iletişim araçları da bu endüstriyel ortamda üretilen ürünlerin kitleler tarafından satınalınması için aracılık yapar. Kitle iletişim araçlarıyla aktarılan imgelerle toplumda belli bir imge iklimi yaratılmakta. Bu iklim içerisinde insanların tüketim eğilimleri daha da teşvik edilmekte, hatta kışkırtılmakta. Bu kışkırtma ve ayartmaların ardından endüstriyel ortamda üretilen kültürel ürünler insanlara sunulur. Kendilerine sunulan kültürel ürünleri satın alma yönünde ayar verilmiş insanların tüketim ortamının dışında kalmaları ise pek olanaklı değildir. Endüstri ortamında kitlesel olarak üretilerek insanlara empoze edilen kültürün de etkisiyle zaman içerisinde toplumlar standardize olmakta, homojen bir yapıya dönüşmektedirler.

Adorno'ya göre modern kapitalist toplum, araçsal aklın bu nihai gerçekleşmesinin ve Aydınlanmanın kendisini yok edişinin zeminini hazırlamıştır. Kapitalizmin bütün üretimi piyasa içindir. Ürünler insan-gereksinimlerini ve arzularını

karşılamak için değil, kazanç elde etmek için, kapitalist pazarda büyümek için üretilir ve tüketime sunulur. Bu da üretimin kullanımdan çok değişim için yapıldığı gerçeğini ortaya koyar. Bu ilke, yani değişim değeri kapitalist ortamdaki tüm ekonomik etkinliklerin temelini oluşturur. Kapitalist piyasada değişim değeri yüksek olan ürünler her zaman iyi iş yapar (Adorno, 2007:14).

Kültür endüstrisi ortamında üretilen ürünler emtia olarak adlandırılır. Yani üretilen her bir ürünün bir değişim değeri vardır. Her bir ürün tüketime yönelik olarak üretilir. Endüstri ortamında kitle iletişim araçlarının kendileri de emtia işlevi görürler. Dolaysıyla kitle iletişim araçları hem emtiadır hem de başka emtiaların satışına katkı yaparlar.

Kapitalizm ve Bilinç Endüstrisi

İletişimin ekonomi politiği üzerine kafa yoran önemli düşünürlerden biri de Kanada asıllı Dallas Smythe'dir. Hatta belki de iletişimin ekonomi politiğine gerçek anlamda ilk eleştirel bakışı yöneltenlerden biridir (Mosco, 2009). Smythe (1960) kapitalist sistemin işleyişinin anlaşılmasında bakılması gereken önemli alanlardan birinin de kitle iletişim araç ve kurumlarının işleyişi olduğunu önemle vurgular. Çünkü ona göre kapitalizmin, kitle iletişim sektöründe paraya dönüştürmediği değer kalmamıştır. Marksist ekonomi politiği iletişim alanına ilk uygulayan düşünürlerden biri olarak bilinen Smythe bu yöndeki görüşlerini şu sekiz noktada toparlar:

- maddecilik,
- tekelci kapitalizm,
- İzleyicinin metalaştırılması ve reklam piyasası
- kapitalizmin alt yapı ögelerinden biri olarak medya ve iletişim,
- emek-gücü,
- teknolojik belirleyiciliğe eleştiri,
- bir yanda hegemonik alanda ideoloji aktarımı ile diğer yanda ise maddi pratiklerle yaratılan bilincin diyalektiği,
- bilim ve sanatın diyalektiği.

Smythe'e göre İtalyan düşünür Antonio Gramsci ve Frankfurt Okulu düşünürleri kitle iletişim araçlarını ideoloji üreten yönleriyle, dolayısıyla da kapitalist sistemin üst yapı ögeleri arasında ele alırken söz konusu araçların maddi değer üreten yanı üzerinde durmayı büyük ölçüde ihmal etmişlerdir. Oysa kitle iletişim araç ve kurumları ideolojik üretimlerinin yanında maddi değer üretimi de yaparlar ve bu yanlarıyla da kapitalzimin alt yapı ögeleri arasında yer alırlar. Smythe, bilinç endüstrisi kavramını da bu görüş bağlamında geliştirir. Kitle iletişim araçlarının maddi değer üretmediğini, yalnızca ideoloji üretimi yaptığını ileri sürmek Smythe'e göre sığ ve idealist burjuva görüşünden öte bir anlam taşımaz. Örneğin, izleyiciler kendi emekleriyle aslında kendilerini reklam sektörüne sömürtme işini yaparlar ve böylece maddi bir değer üretmiş olurlar. Ama ürettikleri bu maddi

değer reklam şirketlerinin işine yarar. O halde kitle iletişim araçlarını yalnızca ideoloji üreten araçlar olarak görmek Smythe'e göre oldukça sınırlı ve sığ bir bakıştır. Dolayısıyla da aslında Enzensberger'den ödünç aldığı *bilinç endüstrisi* kavramına Smythe Enzensberger'in aksine maddi değer anlamını yükler (Fuchs,2012). Kavramın asıl sahibi Enzensberger (1974) ise bilinç olayını zihinsel alanla sınırlandırdığı için bilinç endüstrisi kavramını da zihinsel üretim alanıyla sınırlandırarak daha çok düşünsel ve ideolojik boyutuyla ele alır.

Smythe'e (1981) göre kapitalizm her şeyimetalaştırmış, tüketim değeriyle ölçülür hale getirmiştir. Kitle iletişim araçları da bu anlamda kapitalist sistemin önemli bir buluşudur. Kapitalizm yalnızca kitle iletişim araçlarını ve onların içerik üretimlerini değil, izleyicilerini de alınıp satılır eşyaya dönüştürmüştür. Buna göre izleyiciler de izleme edimini gerçekleştirirken aslında kendi emekleriyle kendilerini sömürten işçiler olarak ele alınmalıdırlar. Şöyle ki kitle iletişim araçları izleyicileri kitle halinde üretir ve reklamcılara satar. Böylece izleyiciler, izleme edimini gerçekleştirirken bir yandan da kapitalist sistemin maddi üretiminden haberdar olurlar ve onları satın almaya yönelirler. Böylece kitle iletişim araçları izleyiciyi reklamcılara satma işini de gerçekleştirmiş olur.

İzleyiciler sadece malların değil siyasi görüşlerin, ideolojilerin pazarlanmasında da aracı rol oynarlar. Söz konusu araçlar topluma sürekli olarak birtakım konular ve sorunlar aktarırlar. İzler kitlelerin bu konu ve sorunlarla ilişkisi çok da önemli değildir. Hatta çoğu zaman aktarılan gündem ve konuların, izler kitlelerin gerçek yaşamlarında yeri yoktur bile. Ama kitle iletişim araçlarının içerik üretimini gerçekleştirenler için bunun bir önemi yoktur. Onlar açısından önemli olan kitlelere çeşitli gündem konularının süreklilik içerisinde aktarımını sağlamaktır. Kitlelerin bu gündem konuları üzerinde durup düşünmesi de tercih edilmez zaten. İzleyip geçmeleri ve dikkatlerini medyadan başka yöne yöneltmemeleri istenilen tek şeydir. Bu arada bölük pörçük ve çeşitlilik içerisinde kitlelere aktarılan konu ve sorunlarla aslında bir yanıyla verili sistemin ideolojisi, inanç ve anlayışının toplumda yerleştirilmesi amaçlanır.

Bu arada Smythe, klasik Marksist anlayıştan farklı olarak ideolojinin yanlış bilinç olduğu düşüncesinde de değildir. Ona göre ideoloji verili sistemin maddi ilişkileri ortamında üretilmiş fikir, inanç ve değerlerden başka bir şey değildir. Kitle iletişim araçları bir yanıyla da sistemin bu egemen ideolojisinin toplumda çok daha güçlü biçimde yerleşiklik kazanmasına hizmet ederler.

Smythe'e göre gerçekçi bir kuram işe kitle iletişim araçlarının teknolojik yanıyla ve içeriği ile değil, halkla başlar. İzleyicinin gücünün nasıl üretildiğine ve kullanıldığına bakılmalıdır. Önemli olan ileti veya ürün değil, izleyicinin takınacağı tavırdır. Eğer belli bir tavır yoksa ürün ve ileti alınmaz. İzleyici üretimi yapıldıktan sonra ona uygun ürün ve iletiler üretilir (Erdoğan ve Alemdar, 2010:234). O halde asıl olan izleyici üretimi ve satışıdır. Şöyle ki kitle iletişim araçları bir yandan kitleleri, belli ürünleri, markaları vs. satınalmaya yönlendirirken, diğer yandan da izleyicinin bizzat kendisi kitle iletişim kurumu için satılmaya

değer ürün haline getirilir. Örneğin, televizyondaki bir programın izleyicisi ne kadar çoksa iş çevrelerinin de o programa ilgisi o denli yoğundur. Yani izlenme oranları en yüksek programlar iş çevreleri için reklam verilmeye en uygun porgramlardır. Yüksek izlenirliği olan dizilerde reklam aralarının da sık oluşu gibi. Böylece iş çevreleri kendi ürünlerini pazarlamak için izleyici satın almış olurlar. Pazar araştırmaları ise reklam aracılığıyla satın alınan izleyici oranını göstermek açısından önemlidir.

Diğer yandan tekelci kapitalist ortamda kitle iletişim araçlarının içeriği de giderek benzeşmektedir. Bunun temel nedeni ise kitle iletişim araçlarından sunulan programların genelde aynı değerleri, kültürel motifleri, yaşam biçimlerini yansıtmasıdır. Çünkü kitle iletişim ortamında üretilen ve sunulan programların kaynağı hep aynıdır. Toplumdan beslenirler, ancak toplumdaki güçlü kesimlerin yönlendirmesiyle üretilirler. Yönlendirmeli üretim ise ister istemez standartlaşmaya yol açar (Erdoğan ve Alemdar,2006:127-172). Bu anlamda Smythe dünyanın hızla Amerikanlaşmakta olduğuna da dikkatleri ilk çekenlerden biridir. Smythe'nin bu tezi ileri sürmesinin üzerinden fazla da zaman geçmeden Avrupa, Amerika'nın özelleştirme ve deregülasyon gerçeğiyle karşı karşıya kalacaktır.

Smythe'e göre kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada, kitle iletişim ortamında üretilen ve tüketime sunulan ürünlerle (iletiler) insanlara birtakım düşünceler açık ya da örtük olarak aktarılır, Belli ideolojiler sunulur, belli yaşam biçimleri benimsetilmeye ve yerleştirilmeye çalışılır. Bütün bunlar insanların bilinçlerine ekilir ve bilinçlerinin biçimlendirilmesine çalışılır. Smythe bilinç biçimlendirme amacına dönük olarak gerçekleştirilen üretimi, o üretimin yapıldığı ortamı, üretimin yapılmasına karar verenleri vs. bir bütün olarak görür ve bütün bu mekanizmaya *bilinç endüstrisi* kavramı odaklı açıklamalar getirmeye çalışır.

Beyin İğfal Şebekeleri

Oliver Boyd-Barrett' (1988) e göre I. Dünya Savaşı öncesi iki emperyal güç, Fransa ve İngiltere Asya'nın ve Afrika'nın pek çok ülkesini, halklarını beyinsel ve bedensel açıdan sömürge altına almışlardı. Savaş sonrasında ise sömürgeci güç el değiştirdi. Güç, Avrupa ülkelerinden Amerika'ya geçti. O yıllardan bu yıllara Amerikanlaşma hızla devam ediyor.

Herbert Schiller de Amerikan emperyalizmine dikkat çeker. Amerikan elektronik medyasının dünyayı nasıl kuşattığını vurgular (Schiller,1992:124). Schiller'e göre kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada insanların zihinleri yönlendirilmekte, bilinçleri oluşturulmaktadır. Günümüzün en korkunç sömürü biçimi ise Schiller'e göre zihinlerin işgal altına alınmış olmasıdır. Schiller (1993) e göre günümüz dünyasında her tür bilgi akışının, yeni sömürgeciliğin önemli araçları olan çokuluslu şirketler tarafından sağlandığına dikkat çeker. I. Dünya Savaşı sırasında gücünü dünyaya hissettirmeye başlayan, ardından da dünya üzerinde egemenliğini kurmaya yönelen Amerika II. Dünya Savaşı'nın ardından da dün-

yanın çeşitli ülkelerine, özellikle de Üçüncü Dünya ülkelerine her alanda olduğu gibi kitle iletişim alanında da önemli yatırımlar yapmaya başlar. Reklamcılık, radyo ve televizyon sektörü, bilişim bunların başta gelenleridir. Kitle iletişim araçları ve reklam sektörü düzeyindeki yatırımlar Amerikan sinemasının da dünya çapında tanınmasını, pazarlanmasını ve güçlenmesi sürecini getirir. Bu anlamda sinema alanında bugün tüm dünyayı kuşatmış olan Hollywood yeni sömürgecilik anlayışının en somut örneklerinden biri olarak gösterilebilir. Aynı durum bilişim teknikleri açısından da geçerlidir. Günümüzde bilgisayar üretimi ve satışının ağırlıklı olarak Amerika tarafından yapıldığı bilinmektedir. Teknik donanımın kurulmasından içeriğin oluşturulmasına dek uzanan bütün bir süreç Amerikan kaynaklı bilişim şirketleri tarafından gerçekleştirilmektedir (Schiller, akt Yaylagül,2006:241-264).

Tezlerini kültür emperyalizmi kuramı merkezli olarak oluşturan Schiller'e (1971) göre Amerika giderek kocaman bir imparatorluk olmaktadır. Bu imparatorluk dünya ekonomisini, kültürünü, ideolojisini tek merkezden yönlendirmektedir. İleri iletişim teknolojisine sahip olması da bu gücünü pekiştirmesine destek olmaktadır. Kitle iletişim araçları yoluyla dünyanın geri kalan kısmını özellikle kültür bombardımanına tutarak varlık ve etki alanını pekiştirmektedir. Bu imparatorluk gücünü, dünyanın neresinde yaşıyor olurlarsa olsunlar tüm insanlara bir biçimde hissettirmekte, benimsetmekte, onların düşüncelerine, düşlerine, hayallerine, bir bakıma beyinlerine ve bilinçlerine etki etmektedir. Schiller'e göre Amerikan tarzı sömürü biçiminin işleyiş süreci şöyledir: Öncelikle toplumlara, gelişmenin adresi olarak kapitalist merkezli bir modern toplumu işaret eder. Dünya sisteminin bu referansa göre biçimlenmesi önerisini yapar. Ardından ülkelerin, özellikle de kalkınabilmek için desteğe muhtaç ülkelerin egemen kesimleriyle, üst toplum tabakalarıyla yakın ilişki kurarak onları kendi cazibe alanına çeker. Bu işlem tamamlandıktan sonra da gerisi kolaydır artık. Bağımlılık için rıza alınmış, süreç başlamıştır. Amerikan hayranı ve bağımlısı haline gelen çevre ülkelerin egemen güçleri kendi ülkelerinde gerekli bağımlılaştırma çalışmalarını gönüllü olarak başlatırlar. Bir bakıma kendi ülkelerini gönüllü olarak sömürüye açmış olurlar. Örneğin, Körfez Savaşı bu emperyal işleyişin bir sonucudur (Erdoğan ve Alemdar, 2010:385). Aynı şekilde Türkiye'de 1950'lerden itibaren başlayan Amerikan hayranlığı ve Amerikanlaştırma politikaları yine böyle bir sürecin somut yansımaları olup bugün de tüm canlılığıyla sürdürülmektedir. Diğer yandan Wallerstein'in bu konudaki saptamaları da önemlidir. Merkez ülkeler, çevre ülkelerle köprü oluşturmaları için bazı ülkeleri yarı merkezi konumda tutar ve onlar üzerinden çevre ülkelere hükmeder. Aslında bugün gelinen noktada Amerika'nın, Türkiye'yi tam da bu amaçla kullandığı açık. Amerika, Orta Doğu politikalarını büyük ölçüde Türkiye merkezli olarak sürdürmeyi tercih etmektedir. Aynı şekilde Amerika Avrupa ülkeleri üzerindeki egemenliğini de İngiltere üzerinden yürütmektedir. Küresel sömürgeciliğin aksamadan sürmesi için merkez ülkeler, yarı merkez ülkelerin gelişmesine ve ekonomik kalkınmasına bir ölçüde

destek olmakta, ama bu destek belli bir düzeyde tutulmaktadır. Böylece yarı merkez ülkenin merkez ülkeye bağımlılığı sürekli kılınmakta. Bu da yarı merkez ülke ile çevre ülke arasındaki köprü görevinin süreklilik göstermesinde etkili olmaktadır (Wallerstein,1979).

Armand Mattelart (1995) dünyayı saran kitle iletişim tekellerini beyin iğfal şebekeleri olarak adlandırır. Enformasyon kontrol şebekesinin iletişim teknolojisini nasıl kullandığı, "kullandığın kadar öde" toplumunun nasıl yaratıldığı, zamanın ve uzamın nasıl emtia haline getirildiğini ise Vincent Mosco (2008) emeğin yeniden dağılımı, iş yaşamında, üretim ilişkilerinde yapılan değişim, bunlara ek olarak da bilişim ve iletişim teknolojisinin etkin kullanımı gibi kavramlarla açıklar.

İşçilerin sendikasızlaştırılması, üretimin felsefesinin tüketim merkezli hale gelmesi, emeğin uluslararası düzeyde bölünmesi, işçinin, üreticinin vasıfsızlaştırılması, böylece Marx'ın "çarkın dişlisi" kavramına çok daha uygun hale getirilmeleri sömürgeleştirme sürecinin oluşturulmasının temel dinamikleri olarak değerlendirilebilir. Teknolojinin de verdiği olanaklarla vasıfsız hale getirilen işçi böylece seçenekli hale getirilmiş olur. Bu da patronun işçi üzerindeki gücünü pekiştirir. İşçi, en küçük bir performans düşüklüğünde işten atılacağını, yerini başka birilerinin alacağını bilir. Sendikasızlaştırmanın nedeni de işçiyi patron karşısında daha güçsüz duruma getirmektir. Teknoloji aracılı üretim biçiminde artık eskisi gibi el becerisi, zihinsel yeti gibi şeyler çok da gerekli değil. Kısa süreli bir eğitimle herkes bir biçimde makinenin kullanımını öğrenmekte ve üretim ortamında yer alabilmektedir. Bu da aslında toplumun işçi kesiminin daha iyi eğitim görmesi, daha vasıflı hale gelmesi gibi gerekliliklerin dışlanması sürecini getirmektedir.

Teknolojiyle dolayımlanmış üretim ortamında zamanın ve uzamın emtialaşması da söz konusudur. İşçi zamana karşı yarıştırılmakta. Az zamanda olabildiğince çok üretim ilkesi geçerli kılınmaktadır. Aynı şekilde tüketici kitleler de zamansal ve mekansal anlamda tüketime odaklı hale getirilmekte. Cadde sokak dolaşırken bile insanların gözlerini ışıltılı reklam panolarından alamamaları, metro ve otobüs duraklarının dev ekranlarla donatılması, insanların her anının, bulundukları her mekanın tüketimi kışkırtıcı biçimde örgütlemesi Mosco'nun dikkat çektiği noktalardır.

Yeni Medyanın Ekonomi Politiği

İçinde bulunduğumuz çağın bilgi toplumu, enformasyon toplumu, bilgi çağı gibi kavramlar çerçevesinde anlaşılmaya çalışılmasının altında yatan etmen elbette bilişim tekniklerinde gelinen noktadır. Bugün bilgisayarın girmediği bir yaşam kesiti hemen hemen yok gibidir. Yeni ekonomi kavramı da internet başta olmak üzere yeni medyanın yer aldığı yeni bir düzene işaret etmekte. Yeni ekonomi kavramsallaştırmasını Atabek (2006) bir yanıyla McLuhan (2001)'ın "Evrensel Köy", Toffler (2008)'in "Üçüncü Dalga" ya da Bell (1999)'in "Endüstri sonrası

toplum" kavramlarıyla olumladıkları düzene benzetir. Atabek'e göre yeni ekonomi kavramı ile kapitalist dönemin klasik emek-sermaye çelişkisi sona ermiş, bunun yerini bilgi sahipliginin belirledigi yeni bir global düzen almaya başlamıştır. Bilgi toplumu ise bu yeni düzende ideolojileri tam olarak dışlamış olmasa da kamufle etmeye dönük bir kavram olarak geliştirilmiş olmalı. Bu bağlamda bilgi toplumundan kastedilen, aslında, Bill Gates'in "sürtünmesiz kapitalizm" kavramsallastırmasından pek de farklı bir sey degildir. Gates, kitabında bilişim teknolojisiyle birlikte yaşamın pek çok alanında pek çok şeyin değiştiğine vurgu yapar. Yeni bir iş anlayışı, iş yaşamında yeni ilişkiler, yeni bir çalışma biçimi, yeni üretim ilişkileri, bürokratik yapıda yeni yönelimler vb. pek çok noktaya dikkat çeker. Aslında Gates bu yeni dönemi "sürtünmesiz kapitalizm" olarak adlandırırken bilişim teknolojisinin devrim niteliğinde bir etki yaptığına da tereddütsüzce işaret eder. Bunun nedeni olarak da Gates dijital teknoloji desteğiyle birlikte insanların şimdilerde artık çok daha hızlı düşünmeleri, hızlı karar vermeleri, anında uygulamaya geçmeleri vb. nin altını çizer. Diğer yandan da bütün iş yaşamında egemen olmaya başlayan sanal ilişki ortamıyla birlikte klasik ast üst ilişkilerinin, hiyerarşik yapıların, bilgiye dayalı egemenlik ve bağımlılık ilişkilerinin de belirgin ölçüde biçim değiştirmekte olduğuna vurgu yapar. Gates, dijital teknolojiyle yönlendirilmeye başlayan yeni iş ortamında başarının ölçütünün de dijital teknolojiyi kullanma yeteneğiyle ölçülmeye başlandığına dikkati çeker (Gates,2000).

Bütün bunlar bilişim teknolojisi temelli yeni bir ekonomi politik düzenleme gerektirmektedir. Özellikle de günümüzün bilişim teknolojileri yönlendirmeli dünyasında iletişimin ekonomi politiğine ilişkin kuram ve yaklaşımların yeniden gözden geçirilmesine, yeni kuramsal ve analitik yönelimlerin geliştirilmesine gereksinim olduğu açıktır.

Ümit Atabek ise bu yeni iş anlayışının, dijital temelli yeni çalışma ortamının, yeni piyasa koşullarının yeni bir etik anlayış gerektirdiğini belirtir. Bu konuda Atabek özellikle iki noktaya dikkat çeker. Bunlardan biri mahremiyet diğeri ise telif haklarıdır (Atabek,2006).

Bilişim teknolojisiyle kuşatılmış günümüz dünyasında etik konusuyla belki de en yakından ilişkilendirilebilecek bir konu da mahremiyettir. Toplumların geleneksel yapılardan çıkmaları, modernleşmeleri, kapitalizmin insan bedeni de dahil her şeye satılabilirlik ve satın alınabilirlik değeri yükleyerek gücünü pekiştirmekte olduğu, ses ve görüntü kayıt tekniklerinin tehdit edici biçimde geliştiği bir dünyada belki de hiç değişmeyen, hep aynı kalan şeylerden biri mahremiyettir. Kişinin özel yaşamının mahremiyeti. Kişinin yaşamının kendine ait mahrem bir alanının olması gerektiği özellikle liberal toplumsal düzen savunucuları tarafından kapitalizmin gelişmeye başladığı XIX. Yüzyılın başlarından bu yana dile getirilir. Mahremiyet kavramının ise mülkiyetle doğrudan ilişkili olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Atabek'e göre ilginç olan ise mahremiyete ilişkin taleplerin ve savunuların liberal düşünüşün özünü oluşturan bireycilik savunularıyla birlik-

te belirmesidir (Atabek,2006:3). Nitekim kapitalizmin özü gereği, izleyen, izlenene göre potansiyel bir güce sahiptir. Bu güç ilişkisinin altında ise genelde ekonomik koşullar vardır. Dolayısıyla da dijital bilişim tekniklerinin de hayli gelişkin olduğu günümüzde iletişim mahremiyetinin de ekonomi politik bir bakış açısıyla analiz edilmesi bir gerekliliktir.

Atabek'e göre mahremiyetin gözleneceği ve izleneceği en etkin alanlardan biri internet ve internet ortamında verilen *e-posta* hizmetidir. *E-posta* adresleri ile iletilen içerik kadar, bizzat bu adreslerin kendileri de bir mahremiyet konusudur.

Ayrıca firmalar açısından çalışanların spam e-postaları okumakla geçirdikleri zaman, iş gücü kaybı olarak ekonomik anlamını bulur. Firmalar kendi gönderileri dışındaki e-posta iletilerini spam olarak degerlendirme eğilimindedirler. Özellikle büyük firmalar, bir yandan kendi aglarında dışarıdan gelen spamlara karşı yüksek duyarlılıkta filtreleme teknikleri uygularken, diger yandan da kendi çalışanlarına yönelik çesitli spam denetim uygulamalarına sıkça başvurabilmektedir. Dolayısıyla spam, gönderenin ve maruz kalanın ekonomi politik konumlarına göre degişen göreceli bir etik sorundur.

Dijital-tekniklerle kuşatılmış dünyamızda beliren ve yeni düzenlemelere gereksinim duyulan etikle ilişkili bir konu da telif haklarıdır (Atabek, 2006). Günümüzün ileri kapitalist dünyasında malların mülkiyeti gibi fikrin de mülkiyeti olduğu görüşü yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle de 1980'lerde belirginleşen küreselleşme süreciyle birilkte bu konunun çok daha belirgin biçimde gündeme getirildiği gözlenmektedir. Ama onun da öncesinde fikri mülkiyet hakları konusu XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren, teknolojik gelişmeler nedeniyle hızla artan buluşların patent hakkının korunmasına yönelik olarak, buluş sahipleri tarafından gündeme getirilmişti. Ancak XX. Yüzyılın başlarında kapitalizmin yerleşiklik kazanması ve büyük firmaların gelişmesine koşut olarak fikri mülkiyet konusu firma sahipleri tarafından da tartışma gündemine taşınmıştır. 1980'li yıllar ise bilişim teknolojisindeki gelişmelerin de etkisiyle dünyanın bilgi çağına girdiği yönündeki tezlerin çok daha güçlü bir zemin bulmalarına koşut olarak fikri mülkiyet konusu da yeniden ve çok daha önemsenerek gündemdeki yerini aldı. Bunda çokuluslu şirketlerin yoğun ve karmaşık ticari ilişkilerinin de payının büyük olduğu söylenebilir. Diğer yandan gelişkin ses ve görüntü kayıt teknikleri karşısında iş, ticaret ve bilim çevrelerinin çok daha duyarlı hale gelmelerinin de fikri mülkiyet hakkına ilişkin tartışmaları kızıştırdığı görülmektedir. Nitekim pek çok iş ve ticaret örgütü fikri mülkiyet hakları kapsamında getirdikleri düzenlemelerle iş ve ticaret çevrelerinin, dijital bilişim tekniği üretim ve pazarlamasıyla uğraşanların, bilgi üretim ve dağıtımı alanında hizmet verenlerin fikri mülkiyet haklarını güvence altına almayı amaçlamaktadırlar.

Diğer yandan bilişim teknolojisinin kullanımı, özellikle de internetin finansmanı ve yönetimi konusunda henüz uygulanabilirliği olan somut düzenlemeler yapılabilmiş değil. Ancak sorunun tartışılmasına dönük olarak yapılan toplantılar uluslararası foruma dönüşmüş bulunmakta. Internet Governance Forum, Atina

(2006), Rio de Janeiro (2007), Hyderabad (2008), Sharm El Sheik (2009), Vilnius (2010) toplantılarında internetin, onu yaratan ve geliştiren ülke olan ABD dışında nasıl bir yönetime kavuşturulabileceği ayrıntılı olarak tartışılmıştır. Bu tartışmaların önümüzdeki yıllara da yayılarak bir süre daha devam edeceği tahmin edilmektedir (Alemdar, 2010).

Medyada Yoğunlaşma ve Tekelleşme

Demokratikleşmenin ve çoğulcu liberalizmin gelişmesine koşut olarak medya da devletin yetki alanından çıkmış, diğer sektörler gibi kapitalizmin serbest rekabet ortamında faaliyet göstermeye başlamıştır. Basını önemli bir kazanç alanı olarak gören sermaye sahipleri bu alana yatırım yapmaya yönelmişlerdir. Böylece medya, Raşit Kaya (2009)'nın da altını çizdiği gibi günümüzde artık kendisi de sermaye haline gelmiştir. Özellikle de 1980'lerden itibaren hız kazanan yeni medya düzeni ve deregülasyon süreciyle birlikte medya devlet tekelinden çıkmış, ancak bu kez de sermaye tekeline dönüşmüştür. Medyanın sermayenin mülkiyet ve sahiplik alanına girmesi, işleyişe ilişkin ilke ve hedeflerin de değişmesi gereğini gündeme getirmiştir. Kazancıençoklaştırmak, maliyeti ise en aza indirmek sermayenin medyasının temel amacı haline gelirken rekabet de işleyişinin öncelikli ilkesi olmuştur. Söz konusu amaç ve ilkelerin de gereği olarak sermaye medyası hızla gruplaşmış, tekel yapılara bürünmüştür. Buna göre bir medya patronunun mülkiyet ve sahiplik alanında gazeteler, dergiler, televizyon, haber ajansları, matbaa, dağıtım şirketi vb. yer almaya başlamıştır. Aynı patronun birden çok basın ve yayın organına sahip olması, kendi gazetelerini kendi matbaasında basması, kendi dağıtım şirketi aracılığıyla dağıtması, haber havuzundan hem gazetelerini hem de televizyonunu beslemesi vb. olanaklar ürün maliyetinin daha düşük olmasını sağlarken kazancın daençoklaşmasına etki eder.

Kaya, tekelleşmenin iki boyutta ilerleme gösterdiğini belirtir. Bir yanda sektörde tek bir alanda faaliyet gösteren firmaların diğer sektörlere de yönelmeleri. Örneğin, finans sektöründe iş yapan patronun basın sektörüne de yönelmesi. İkincisi ise sektörde faaliyet halindeki başka firmalarla birleşmelerdir (Kaya, 2009). Son yıllada tekelin bu biçimine önemli oranda yönelme olduğu gözlenmektedir. Uluslararası zincirler bunun bir yansımasıdır. Öyle ki tekelleşme ve yoğunlaşmanın bugün kapitalist sektördeki hareketliliğine bakıldığında durumun, dikey ve yatay tekelleşme gibi sınıflandırmalarla açıklanamayacak kadar karmaşık olduğu görülmektedir. Örneğin, Doğan Grubu çok sayıda gazetenin, derginin, televizyon kanalının mülkiyetini elinde bulundurmaktadır. Bu anlamda bir tür yatay tekelleşme söz konusudur. Diğer yandan sahip olduğu matbaalar, dağıtım şirketi sayesinde bir gazetenin tüm üretim ve pazarlama süreçlerini tek elden yürüterek dikey tekelleşme durumu yaratmaktadır. Aynı Doğan Grubu kitle iletişim alanındaki faaliyetlerinin yanında bankacılık, sigortacılık, turizm işletmeciliği, kitap yayıncılığı vb. pek çok başka alanda da faaliyet göstermektedir. Böylece

bir tür çapraz tekelleşme gerçekleşmiş olmaktadır. Aynı grup uluslararası düzeyde faaliyet gösteren birtakım firmaların faaliyet alanına eklemlenerek de zincir büyümenin halkası haline gelmektedir. Bu durumda Doğan Grubunu tekelleşmenin belli bir biçimine sıkıştırmak olanaksızdır.

Doğan gibi pek çok medya grubu da farklı sektörlerde iş yaparak kazanç oranlarını hayli yükseltmişlerdir. Bu da medyanın toplumu etkileme özelliğini daha da belirgin hale getirmiştir (Kaya,2009:140). Sermaye sahiplerinin bu çok yönlü iş yapma eğilimleri yönetici güçlerle ilişkilerine de yansımıştır. Sermaye birikimiyle büyüyen ve güçlenen medya siyasal iktidarların karşısına da güçlü medya olarak çıkmaya başlamıştır (Kaya, 2009). Böylece sistemdeki güçlerden biri olarak bilinen ve diğer güçler üzerinde gözetleme işlevi yaptığı düşünülen medya giderek güçlerin medyası haline gelmiştir.

Diğer yandan önceleri medyayı çok daha kolay denetleyen ve gözetleyen siyasal iktidarların, medyanın sermayenin güç alanına girmesiyle birlikte onunla uzlaşma yoluna gitmeye başladıkları gözlenmektedir. Siyasal iktidarlar medyanın gücü karşısında zayıf duruma düşmemenin yolunu ise Türkiye'de olduğu gibi kendi medyalarını oluşturmakta buldular. Böylece medya yalnızca sermayenin değil, siyasetin de medyası haline gelmiş durumda. Bu durumu anlatmak için güçlerin medyası deyimini kullananlar ise oldukça haklı görünmekteler. Yüzyıllar boyu siyasal iktidarlara bağlı olan medya kuruluşları günümüzde siyasal iktidarları kuşatma altına almış durumdadırlar. Örneğin, dünyanın en büyük medya imparatorluklarından olan Time Warner Company *Time, Life, Fortune* gibi dergileri, CNN'i, bunların yanı sıra film stüdyolarını bünyesinde bulundurmaktadır. Aynı şekilde medya imparatoru Rupert Murdoch sahip olduğu televizyon kanalları, gazeteler, dergilerle ve diğer sektörlerdeki firmalarıyla dev bir medya imparatorudur. Columbia Broadcasting System, NBCUNİVERSAL gibi medya kuruluşları da medya devleri olarak bilinmektedirler.

Türkiye'de de basın dışı sermayenin basına girmeye başladığı 1980'lerin başından itibaren yoğunlaşma ve tekelleşme çok daha belirgin biçimde başlamıştır. Doğan Grubu, Çukurova Grubu, Doğuş, Turgay Ciner Grubu, Dinç Bilgin Grubu, Uzan Grubu, Erol Aksoy Grubu, İhlas Holding, Enver Ören Grubu Türk medyasındaki tekelleşmenin somut örnekleridir.

Tekelleşmenin Türk Medyasındaki Yansımaları

Büyük sermaye sahiplerinin basın işine girmeleri gruplaşmayı da beraberinde getirdi. Belli sermaye gruplarının eline geçen gazeteler, dergiler, ardından da kurulan televizyonlarla devleşen medya sektörü XIX. Yüzyıldan bu yana ülkede faaliyet gösteren basın ve yayın organlarından çok farklı, çok başka bir oluşumdu. XIX. Yüzyılın ortalarına doğru modern kimliğini kazanmaya başlayan basın o günlerden bu yana toplumun eli kalem tutan aydınları, yazarları ve düşün insanlarının sahipliğinde ve üretiminde yayımlanmış olup halkı aydınlatmak ve bilgi-

lendirmek misyonu etrafında bir işleyiş göstermişti. Oysa şimdi gazetecilik mesleğinden gelen gazete sahiplerinin yerini başkaları almaya başlamış. Üstelik de basının kamu hizmeti anlayışı doğrultusunda işleyiş göstermesi gereğine aldırmayarak ticari kapitalizmin kazanç amaçlı işleyişini bu alana da aynen aktarmaya başlamışlardı. Dolayısıyla da sermaye piyasasında ticari kapitalizmin kurallarıyla iş yapan patronların basma el atmaları Türk basın tarihi açısından yeni bir dönemin başlaması demektir. Çünkü işin özü değişiyordu. Göreceli de olsa kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde işlerlik gösteren basının yerini, ticari kapitalizmin piyasa kurallarına göre işlerlik gösteren medya alıyordu.

Basının yalnızca hizmet anlayışında değil, örgütlenme biçiminde de önemli bir değişim yaşanmaktaydı. Yayımda olan gazeteleri satın alarak basın sektörüne giren patronlar kısa sürede yeni gazetelerle, dergilerle, ardından da radyo ve televizyonlarla, hatta reklam, tanıtım ve dağıtım şirketleriyle, matbaalarıyla vb. faaliyetlerle söz konusu sektördeki etkinlik alanlarını hızla büyütmeye yönelmişlerdi. Bu da kısa sürede Türkiye'de basının belli ellerde toplanarak tekelleşmesi sürecini getirdi. Belli güçlerin elinde tekelleşerek büyüyen medyanın, toplumdaki güç ilişkileri içerisindeki yeri de hızla yukarılara doğru hareket etmeye başlamıştı. Bu sürecin sonucunda gelinen nokta ise güçler için güçlülerin medyası.

Son yıllarda zaman zaman kızışan, zaman zaman da durulan siyasal iktidar ve medya savaşlarının arkasında da bu süreç var. Medyanın, büyük sermayenin eline geçmesi ister istemez siyasal iktidarlarla iç içe geçmesi sürecini de beraberinde getirmiş. Medya ve siyasal iktidar çevrelerinin çıkar odaklı bu yakınlaşmaları çıkarların çatıştığı noktada kavga, çıkarların çakıştığı noktada da uzlaşma dozunun yükselmesi biçiminde yansımaktadır.

Nitekim günümüzde medya yalnızca bilgi üretimi ve aktarımı yaparak kamu hizmeti veren bir kurum değil, ondan daha çok kapitalist piyasada kazanç merkezli bir işleyiş ortaya koyarak kendi varlığını ve gücünü pekiştirmek amacını gütmektedir. Bu amaç ise ister istemez medyanın sistemin diğer kurumlarıyla, dolayısıyla da güçleriyle yakın ve iyi ilişkiler içerisinde bulunmasını gerektirmektedir. Bunun için de medya, siyasal iktidar çevreleriyle çıkar çatışmalarına girmek yerine çıkar çakışmalı bir işleyiş ortaya koymayı tercih etmektedir. Bu nedenle de zaman zaman iki kesim arasında birtakım gerginlikler yaşansa da bunun bir biçimde giderilmesi ve uzlaşma zemininin sağlanması gerçekleştirilmektedir.

Sermaye piyasasında ticari kapitalizmin kurallarıyla iş yaparken başarıyı sürekli kılmak ise sürekli büyümekle olanaklıdır. Basının medyalaşması sürecine damgasını vuran bu kural ardından da medyanın gruplaşmasını ve tekelleşmesini getirdi. Gazete patronları medya sektöründe büyümek ve rakiplerini geride bırakmak için toplumdaki farklı kesimlerin ilgisini çekebilecek farklı biçim ve içerikte gazeteler ve dergiler çıkarmaya yöneldiler. Çok geçmeden yasal düzenleme falan dinlemeden radyo ve televizyon işine de girdiler.

80'li yıllarda medyanın sahiplik ve mülkiyet yapısında başlayan bu değişimin, medya sektöründeki üretim ilişkileri ve dolayısıyla ürün, hatta izleyici üze-

rinde de etkisini gösterdiği gözlenmektedir. En düşük maliyetle en yüksek verimi almak bu değişim ve dönüşüm sürecinin öncelikli ilkesi haline gelmeye başladı. Bu ilkenin işlerlik kazanması öncelikle medya ortamında çalışanların iş yapma biçimleri üzerinde etkili oldu. Bunu medya sektöründeki üretim biçiminde ve üründe gözlenen değişim izledi.

İzleyici ve Okur Yerine Tüketici

Medya üretim ortamındaki değişim ve dönüşüm süreci izleyici kitleyi de kapsamına almakta gecikmedi. Ürün çeşidinin ve sayısının artması pazarda sıkıntı doğması tehlikesini de beraberinde getirmişti. Medya tarihimize ansiklopedi savaşları, çanak tabak yarışları diye geçen promosyon bunalımı da bu sürecin bir sonucuydu. Toplumda yeterli okur bulamayan gazete patronları gazetelerinin yanında çeşitli ürünler dağıtarak birbirlerinden tüketici kapmaya yönelirken gerçek okurun yerini de okur olmayan tüketici almıştı. Önceleri her bir gazetenin belli bir okur kitlesi vardı. Her bir gazetenin belli bir entelektüel duruşu, biçimsel ve içeriksel açıdan bir tarzı ve belli bir ideolojik tavrı vardı. Buna göre de her bir gazetenin belli bir okur kitlesi vardı. Oysa yeni patronlarının elinde gazetelerin söz konusu ayırt edici özellikleri anlamını büyük ölçüde yitirirken bunların yerini promosyonda fark yaratmak çabası almış bulunuyor. Dolayısıyla da okur için gazetenin kendisi değil, promosyonu daha önemli hale gelirken, okur veya izleyicinin yerini de tüketici almaya başlamıştı.

Okurun ve izleyicinin tüketici haline dönüşmesi aynı zamanda okur ve izleyici olmanın verdiği duyarlılığın da yitirilmesi anlamına gelir. Medyadan izleyici veya okur olarak herhangi bir beklentisi olmayan tüketici onu sıradan bir ürün gibi satın alıp, tüketip atmayı alışkanlık haline getirmeye başladı. Her verilenin alınması, bir başka deyişle televizyonun izlenmese bile açık tutulması, gazetenin okunmasa bile satın alınması gibi tüketici tavırları medya patronları için önemli bir öz savunma olanağı yaratmış bulunuyor. Kalite ve nitelik tartışmasında izlenme oranlarını ve tirajları dayanak göstererek halka, onların istediğini verdiklerini ileri sürmektedirler. Halkın içerisine sürüklendiği cehalet de böylece toplumdaki yozlaşmanın ve kötüye gidişin meşru dayanağı olarak son derece etkin kullanılmaktadır.

Özet

İletişim alanındaki çalışmaların XX. Yüzyılın başından beri genelde belli bir ögeye odaklanma biçiminde sürdürüldüğü gözlenmektedir. Araç merkezli araştırmalardan izleyici merkezli araştırmalara doğru izlenen serüvende belki de en kapsamlı ve çok boyutlu bakış açısı ekonomi politik yaklaşımla gerçekleştirilen çalışmalardır. Ağırlıklı olarak Marksist gelenek içerisinde doğup gelişen eleştirel ekonomi politik yaklaşımın iletişim alanındaki çalışmalara da girmesi sayesinde, iletişimciler daha ayakları yere basan çözümlemelere yöneldiler. Buraya kadar

üzerinde durulan çalışmalardan ve ortaya konulan tezlerden de görüldüğü gibi kitle iletişim araçları, güçleri kendinden menkul aygıtlar değildirler. Kapilazmin gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçları da sistem içerisinde, kapitalizmin kurallarıyla yapılandırılmaya başlanmışlardır. Teknolojik gelişmelere koşut olarak kitle iletişim araçlarının ileti üretim ve aktarım kapasiteleri yükseldikçe, etki alanları güçlendikçe de kapitalist sistemin güç ve çıkar paylaşımcıları bu aygıtları da kendi etkinlik alanları içerisinde yapılandırmaya yönelmişlerdir. Kitle iletişim araçları kapitalizm içerisinde iki boyutlu bir işleyiş göstererek varlıklarını sürdüregelmişlerdir. Bir yandan kitle iletişim araçları ortamında gerçekleştirilen üretimle kazanç elde edilirken, diğer yandan diğer sektörel alanlarda ortaya konulan ürünlerin tanıtımına ve satışına aracılık ederek kapitalist güce kazanç sağlayan araçlar olarak işleyiş göstermektedirler. Buna göre kitle iletişim araçları hem endüstrileşmenin kitlesel üretim ortamıyla hem de kapitalizmin ticari kazancı temel alan yapısıyla tam olarak örtüşen aygıtlar olarak sistem içerisindeki yerlerini aldılar. Diğer yandan kitle iletişim araçları gerek ürettikleri kültür, gerekse o kültür aracılığıyla aktardıkları ideoloji yoluyla da içerisinde yapılandıkları sistemdeki güç ve çıkar ilişkilerinin güçlenmesine katkı sağlamaktadırlar. Dolayısıyla da kitle iletişim araçlarının etkileri ya da toplumdaki işleyişleri üzerinde yapılacak çalışmaların ekonomik temelden ayrı düşünülmesi elde edilecek bulguların eksik kalmasına, hatta yanıltıcı olmasına yol açabilir.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım ise kitle iletişim araçlarını, içerisinde yapılandıkları sistemin ekonomik ve politik karakterini de dikkate alarak incelemekte. Buna göre kitle iletişim kurumlarının kimlerin mülkiyetinde, dolayısıyla da etkinlik alanı içerisinde faaliyet gösterdiklerini, buna göre kimlerin çıkarlarına hizmet ettiklerini, topluma sundukları ürünlerin içeriğinin kimler tarafından ve hangi etkiler altında biçimlendirildiği, toplum üzerindeki etkisinin ne olacağı vb. boyutlar göz önüne alınarak yapılacak çalışmalarla kitle iletişim kurum ve araçlarının işleyişlerine ilişkin çok daha doyurucu bulgulara ulaşılması olanaklı olacaktır.

Bölüm VI

Modernleşme, İletişim ve Teknoloji

Giriş

Kitle iletişim araçları üzerine yapılan araştırmaları, geliştirilen kuram ve yaklaşımları bir yanıyla modernite ye ilişkin tartışmalarla bir arada düşünmek hiç de yanlış olmaz. Sorun kitle iletişim araçlarının insanlara ne yaptığından ya da ne yapabileceğinden de önce teknolojinin toplum üzerindeki etkisidir. Biraz daha genelleştirmek gerekirse asıl sorun, toplum ve teknoloji ilişkisi tartışmalarında önceliğin hangi ögede olduğuna ilişkindir. Bu konuda iki görüş belirmiştir ve hala da varlığını sürdürmektedir. Bir tarafta önceliği topluma veren görüş, diğer tarafta ise önceliği teknolojiye veren görüş. Toplum ögesini öne çıkararak sürece bakanlar analizlerini sosyoloji, sosyal pskoloji, psikoloji, antropoloji, ekonomi vb. bilimsel disiplinler içerisinde sürdürmekteler. Önceliği teknolojiye veren görüştekiler ise modernleşme ve sanayileşme ilişkisi üzerine odaklanmaktadırlar.

Buna göre modernleşme, sanayileşmeye, yani teknolojik gelişmeye bağlı olarak gelişen bir süreçtir. Bu görüşte olanların kendi içlerinde paradoksal bir süreç izledikleri gözlenmektedir. Bir tarafta teknolojik gelişmelerle aracılanan modernleşmenin insanları, geniş insan kitlelerini daha uygar ve mutlu bir dünyaya taşıdığı, diğer tarafta ise teknolojinin ve teknolojiyle dolayımlanan modernitenin insan-yaşamında fazla bir değişiklik yapmadığı, toplumdaki güç ilişkilerinin değişmediği, hatta karmaşıklaşan toplum yaşamında, kapitalizmle daha da pekişen güç ve çıkar ilişkilerinin toplumdaki sıradan insan yığınlarını çok daha karmaşık ve çok daha mutsuz bir yaşama doğru sürüklediğidir. Teknoloji ve onun aracılığıyla gelişen modernitenin toplumda var olan güç ve çıkar çevrelerinin kitleleri denetleme ve yönlendirmelerini çok daha kolaylaştırmış, dolayısıyla toplumdaki

güç ilişkilerinin daha da pekişmesini sağlamıştır. Başta Frankfurt Okulu olmak üzere düşüncelerini modernite ve kitle toplumu eleştirisi üzerine yoğunlaştıranların paylaştığı temel görüş budur. Teknolojiye olumlu yaklaşanların, onun toplumsal gelişme ve ilerlemeye önayak olduğunu savunanların başında ise bireyi önplana alan, toplumun bilinçli bireylerden oluştuğunu düşünen görüşler yer almaktadır. Genel olarak teknoloji üzerine temellenen bu görüşler, özelde de kitle iletişim araçlarına ilişkin olarak geliştirilen kuram ve yaklaşımların biçimlenmesinde etkili olmuştur.

Kitle iletişim alanındaki çalışmalarda belki de baştan beri en belirleyici olan öge araç, yani teknoloji olmuştur. Hatta önceki bölümlerde üzerinde durduğumuz gibi kitle iletişimin işleyişine ilişkin ilk kayda değer modeli geliştiren Shannon ve Weaver'in de teknolojik ögeyi temel aldıklarını anımsamakta yarar var. Bell Telefon şirketinde mühendis olarak çalışan Shannon ve Weaver'in iletişimi öncelikle teknolojiyle aracılanan bir süreç olarak görmeleri ve araç odaklı bir modelle bunu açıklamaya çalışmaları araca ilişkin ilk belirgin vurgu olması açısından önemlidir. Bunun da ötesinde iletişimin bilimsel bir disiplin olarak belirmesi de zaten kitlesel düzeyde kullanılan araçların gelişimine koşut bir süreçtir. Aslında başından beri gerek bilim çevrelerinde gerekse toplumun diğer kesimleri arasında, özellikle de iş ve siyaset çevrelerinde merak edilen şey, kitle iletişim araçlarının etkileri olmuştur. Daha önce üzerinde durulan ve etki araştırmaları olarak bilinen çalışmalarda üzerinde odaklanılan öge kitle iletişim araçları olmuştur. Amerika'da başlatılan ve güçlü etki paradigması olarak bilinen, 1920'li ve 30'lu yılların bilim çevrelerinde oldukça etkili olan çalışmaların odağında da kitle iletişim araçları vardı. Diğer yandan Frankfurt Okulunun, özellikle de 1930'lu ve 40'lı yıllara damgasını vuran düşüncelerinin altında da araç merkezli bir bakış açısının olduğunu belirtelim. Adorno tarafından geliştirilen Horkheimer'dan de destek gören kültür endüstrisi kavramı bu anlamda önemlidir. Kültürün kitlesel üretimi ve kitlelere dayatılması görüşüyle biçimlendirilen kültür endüstrisi kavramının bir yandan kitle iletişim kurum ve araçlarını eleştirel ekonomi politik bakış açısıyla inceleyenler, diğer yandan da söz konusu araçların kültürel ve ideolojik içeriğiyle ilgilenenler açısından çoğu zaman önemli bir hareket noktası olduğu görülmektedir. Aynı kavram diğer yandan da teknolojik dolayımlı modernite eleştirisi yapanların hareket noktasıdır.

Diğer yandan yine 1940'lı ve 50'li yıllarda, *Hayvanlar Çiftliği* ve *Bindokuzyüz Seksendört* adlı romanlarıyla hüznü ve karamsarlığı tüm dünyaya yayılan George Orwell'in kaygısının arkasında da teknoloji, özellikle de kitle iletişim teknolojileri olduğunu görüyoruz. Orwell'in, "kara ütopya" (Lyon,1997) olarak adlandırılan görüşleri teknoloji merkezli kuram ve yaklaşımların çoğu için önemli bir kaynak oluşturur.

Teknolojiyi açıkça merkeze koyarak diğer tüm ögeleri ve etmenleri ona bağımlı kılan en çarpıcı düşünce 1950'li ve 60'lı yıllara damgasını vuran Marshall McLuhan'ın "teknolojik determinizm" ya da "teknolojik belirleyicilik" tezidir.

Toplumu, toplumsal değişmeyi, tarihsel süreçleri teknoloji indirgemeci bir bakış açısıyla ele alan McLuhan tezini geliştirirken büyük ölçüde William Ivins ve Harold Innis'in düşüncelerinden beslenir.

Diğer tarafta ise teknolojiye, dolayısıyla da modernleşmeye karşı daha eleştirel bir duruş sergileyen düşünürler yer almaktadır. Leavis, Hoggart, Riesman, Williams gibi düşünürlerin modernleşme karşıtı bu tavırlarının kaynağında ise daha çok XIX. Yüzyılın sonlarında belirmeye başlayan kitle kültürü kuramının etkisinin olduğu bilinmektedir. Bir de arada kalmış biri var ki, bu bölümde ondan söz etmeden geçmek eksiklik olacaktır. Frankfurt Okulu düşünürlerinden Walter Benjamin. Görüşlerinin merkezine sanatı koyan Benjamin'in teknolojik gelişmeler ve teknolojinin etkileri konusunda ikircikli bir yaklaşıma sahip olduğunu görmekteyiz. Bir yanıyla gelişen teknoloji aracılığıyla yüksek sanat yapıtlarının azınlıkların tekelinden çıkarak kitleler tarafından ulaşılabilir duruma gelmelerine alkış tutmakta, ama diğer yandan da sanatın yitip giden aurası karşısında ağıtlar yakmaktadır. Ama son kertede Benjamin yine de ağırlığını kitlelerden, dolayısıyla da demokratikleşmeden yana koymaktadır. Dolayısıyla da Frankfurt Okulu'nun diğer üyelerinden farklı olarak teknolojik gelişmeler karşısında görece iyimser bir tavır sergiler. Bu yönüyle de Benjamin'e burada da iyimserlerden karamsarlara geçişte yer vermeyi gerekli gördük. Kısacası bu bölüm teknolojiyi kutsayanların yanında teknolojik gelişmeler karşısında dünya ve insanlık hakkında kaygı duyanların görüşlerinden oluşmaktadır. Burada vurgulanması gereken bir nokta gerek iyimserlerin gerekse kötümserlerin ortak yanı teknolojiyi görüşlerinin merkezine koymalarıdır. Dahası her iki kesim de teknolojiye aslında belirlenimci bir rol yüklemektedir. İyimser olanlar teknolojinin, insanlığı götüreceği parlak geleceğe işaret ederken, karamsar olanlar teknolojiyle birlikte insanlığa ve insana ait ne varsa yitip gitmekte olduğunu ileri sürerler. Karamsarlar bir bakıma, teknolojinin insanın egemenliğine son verdiği, dolayısıyla da insana ait ne varsa yitip gitmekte olduğu kanısındadırlar. Bu bölümde her iki görüşün belli başlı temsilcileri üzerinde çok genel hatlarıyla durulacaktır. Önce iyimserler, ardından da karamsarlara bakılacaktır. Ama önce **teknolojik belirleyicilik** kavramının ne ifade ettiği üzerinde kısaca duralım.

McLuhan ve Teknolojik Belirleyicilik

Toplumsal süreçleri değerlendirmede teknolojiyi başlangıç noktası olarak alanların başında Marshall McLuhan gelir. 1960'lı yıllarda dünya, McLuhan'ı konuşuyordu. Kimi göklere çıkarıyor, kimileri ise yerin dibine batırıyordu. McLuhan'ın ünü Toronto Üniversitesi yerleşkesinin sınırlarını aşmış, Hollywood'a kadar ulaşmıştı. Varsa yoksa teknoloji diyordu McLuhan. İletinin ya da içeriğin değil aracın önemli olduğu tezini ısrarla savunuyordu. Aracın insan bedeninin uzantısı, hatta dönüştürücüsü olduğunu ileri sürüyordu. İşte teknolojik belirleyicilik tezi tam da bunu

ifade etmektedir. İnsanlık ve toplum yaşamının merkezinde teknolojinin yer aldığı, toplumsal değişim ve dönüşümün motor gücünü oluşturduğu düşüncesi.

McLuhan teknolojiyi merkeze koyan görüşlerini, bir başka teknolojik determinist Harold Innis'in görüşleri üzerine temellendiriyordu. McLuhan'n görüşlerinden etkilendiği, en azından görüşlerine değer verdiği ve Gutemberg Galaksisi'nde sıkça görüşlerine yer verdiği düşünürlerden biri de William Ivins'tir. Bu nedenle burada McLuhan'dan önce Innis'e ve ardından da Ivins'e bakmakta yarar var.

Uzam ve Zaman Yanlı Araçlar

Teknolojik belirleyicilik tezinin öncü isimlerinden biri Harold Innis'dir. Erdoğan ve Alemdar (2010)'a göre Innis'in temel katkısı teknoloji ile toplumsal değişme arasında bir ilişkilendirme yapmasıdır. Bu bağlamda Innis tezlerini temel olarak iki soru etrafında geliştirir. Birincisi, toplumsal örgütlenmenin altında yatan etmenler, ikincisi ise toplumda istikrarı sağlayan koşullar. Innis, Toronto Okulu'nun kurucusudur. *The Bias of Communcation* (*İletişimin Yanlılığı*) ve *Empire and Communication* (*İmparatorluk ve İletişim*) olmak üzere iki kitabı var. Bu iki kitapta da temel vurgusu toplumsal değişmenin motor gücünün teknoloji olduğudur. Innis genel olarak teknolojiyi insanın fiziksel yetilerinin, iletişim teknolojisini ise insan bilincinin uzantısı olarak ele alır.

Teknolojiye ilişkin görüşlerini ağırlıklı olarak kitle iletişim teknolojisi üzerine yoğunlaştıran Innis'e göre Batının tarihi geçmişten bugüne iletişim ve basın üzerine kurulmuş olan bilgi tekelinden ibarettir. Tarihteki büyük imparatorlukların varlığının da, yıkımının da altında önemli oranda iletişim teknolojileri yer alır. Ekonomik, siyasal, toplumsal yapılar ve kitle iletişim araçları arasında önemli ölçüde bir dayanışma vardır. Toplumsal dönüşümün temelindeki en önemli belirleyici ise iletişim araçlarıdır. Sivil toplumun oluşması, toplumsal düzlemde gerçekleşen her tür örgütlenmenin temelinde de yine iletişim teknolojileri vardır. Öyle ki kitle iletişim araçları toplumdaki iktidar odağının değişmesinde bile önemli bir etkiye sahiptirler (Rigel, 2003:6).

Innis teknolojiyi zaman yanlı ve uzam yanlı olmak üzere iki kategoride ele alır. Zamana karşı direnç gösteren araçları zaman yanlı, uzamsal düzlemde varlık gösteren araçları ise uzam yanlı olarak tanımlar. Buna göre çamur, taş gibi zamana direnç gösteren araçlar zaman yanlıdır. Bu araçlar bilgiyi, içerdikleri iletiyi zaman içerisinde kuşaktan kuşağa aktarırlar. Böylece geleneksel kültürü canlı tutarlar. Buna karşılık kağıt ve papirüs gibi dayanıksız araçlar zamana direnç gösteremezler, ancak içerisinde yer aldıkları zaman diliimnde etkin bir uzamsal hareketlilik göstererek uzamsal bütünlüğün sağlanmasına katkı yaparlar. Dolayısıyla da uzam yanlı araçlardır. Uzam yanlı araçlar imparatorlukların büyümesini sağlarken, zaman yanlı araçlar geleneği besler, dolayısıyla da geleneksel kültürün zamana meydan okuyarak varlığını sürdürmesini sağlarlar. Uzam yanlı araçlar bu özellikleriyle otoritenin büyümesine katkı yapar, otoriteye bağlı, egemen siya-

sal güce bağlı kültürleri beslerler. Erdoğan ve Alemdar (2010) sözlü ve yazılı kültürün bu anlamda birbirlerine karşıt kamplarda yer aldığını ileri sürerler. Buna göre matbaanın kullanıma girmesi ve yazılı materyalin yaygınlaşması kilisenin toplum üzerindeki egemenliğinin zayıflamasına yol açmıştır. Zaman yanlı medya (matbaa ve yazı) uzam yanlı medyanın (sözlü iletişim) egemenliğini büyük ölçüde sonlandırmıştır (Laughey,2007:33). Bugün ise durum oldukça karışıktır. Elektronik iletişim araçları hem zaman hem de uzam yanlı özelliğe aynı anda sahiptir. Bu da söz konusu araçların olumlu ve olumsuz etkilerinin birlikte işlemesine yol açmaktadır.

Innis bu açıdan çağımızın elektronik kitle iletişim araçlarının gelişimi karşısında karamsardır. Özellikle kitle iletişim teknolojisini zamansal ve uzamsal bağlamlarıyla ele alan Innis elektronik çağ konusunda karamsar bir tavır sergiler. Bu noktada Innis'in McLuhan üzerindeki etkisi dikkati çeker. McLuhan genelde teknoloji, özelde de iletişim teknolojilerindeki gelişmeler konusundaki iyimserliğiyle Innis'ten ayrılsa da yeni iletişim biçimlerini zamansal, uzamsal ve insan algısı boyutlarında ele alması açısından ondan etkilenmiştir.

Innis iletişim araçlarının özellikle de kültürel ve toplumsal örgütlenmede önemli role sahip olduklarını ileri sürer. Burada öncelikle de yazılı basının etkisi üzerinde durur. McLuhan'a göre Innis medya teknolojisinin biçimlerinde içkin olduğu haliyle değişim sürecinin tam üstüne basan ilk kişidir. Innis'e göre alfabenin bulunuşunun marifeti işaretlerin yaratılması değil. Asıl olan bir alfabetik sistemin geliştirilmesidir. Bu sistemde her ses tek bir işaretle gösterilir. Bir toplum yazı sistemini değiştirerek diğer akraba toplumlarla bağını kesebilir (McLuhan, 2001:76). Türkiye Türkleri ve Orta Asya Türkleri arasındaki kopmalar Innis'in bu yöndeki tezinin belki de en somut örneğidir. Türkiye Türkleri İslamiyeti kabul ettikten sonra Arap Alfabesini kullanarak Orta Asya Türkleri'nden, özellikle de kültürel anlamda köklü bir kopuş gerçekleştirmişlerdir. Cumhuriyet'le birlikte başlayan Batılılaşma sürecinin bir yansıması olarak da Latin Alfabesini kullanmaya başlayarak din merkezli Arap toplumlarından uzaklaşarak Batılı toplumlara yakınlaşmışlardır. Bugün gelinen noktada Anadolu Türkleri'nin ırksal paylaşımları ile kullanılan yazı sistemleri arasındaki ilişkinin önemi açıkça anlaşılmaktadır. Bu durumda yazı sisteminin toplumlar üzerindeki etkisi belki Innis'in vurguladığı kadar güçlü bir belirleyiciliğe sahip değildir, ancak toplumların toplumsal ve kültürel kimliklerinin biçimlenmesinde oldukça önemli bir etken olduğu kabul edilebilir.

Birörneklilik ve yinelenebilirlik giderek farklı bir kültürel örgütlenmeyi de beraberinde getirmiştir. Innis'e göre "matbaanın keşfi ve basımcılığın gelişimi XVI. ve XVII. yüzyıllarda din savaşlarının çıkışında etkili olmuştur. Ayrıca iletişim endüstrisiyle birlikte ana dillerin yazıya dökülebilmesi olanağının ortaya çıkmasıyla birlikte anadillerin pekişmesi, milliyetçi duyguların canlanması ve milliyetçiliğin yükselişi Batı toplumlarının devrime doğru hızla gitmelerinde etkili ol-

muştur. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler XX. Yüzyıldaki toplumsal hareketlerin de önemli belirleyicisi olarak nitelendirilebilir (McLuhan, 2001:303).

Innis olayların ardışıklığından çok düzenlenişlerini inceler. Medyanın birtakım görüş, düşünce ve ideolojileri insanların bilinçaltına dayatması konusu üzerinde durur. Bunun nasıl bir işleyişle gerçekleştiğini anlamaya çalışır. Bunu biraz daha makro düzlemde ele alırsak medyanın kültürlerarası etkileşimdeki rolünü anlamaya çalışır.

Innis'e göre kitle iletişim teknolojisindeki gelişmeler insanların, kültürlerin ve de ülkelerin birbirlerini anlamaya yönelik çabalarının azalmasına neden olmuştur. Çünkü medya ortamında aktarılan bilgi kırıntılarıyla farklı ülke halkları birbirleri hakkında yeterince bilgi sahibi oldukları yanılgısına düşmüşlerdir. Innis'e göre kitle iletişim teknolojileriyle kuşatılmış bu dünyada gidişatın ne yönde olduğunu öğrenmek için teknoloji ve insan ilişkisini yeniden incelemek gerekmektedir. Bunun için de medya, insan ve kültür ilişkileri üzerinde ayrıntılı çözümlemeler yapmak gerekir. Örneğin, Innis'e göre telgraf dilde daralmayı dayattı insanlara. Gazeteler, dergiler, çok satan kitaplar, edebiyat aralarında çok az iletişim olan okur kesimleri yarattı. Bu gibi kitle iletişim araçları bir yandan dilde standartlaşmaya neden olurken diğer yandan da aynı dillerin bile yerel ve bölgesel düzeyde birbirlerinden ayrışması, farklılaşması sonucunu getirdi. Dilde yerel ve bölgesel aynılaşma, yerel ve bölgesel düzeyde ise ayrışma milliyetçilik duygularının pekişmesine yol açtı. Kitle iletişim araçlarının kullanıma girmesiyle birlikte İstanbul Türkçesinin Türkiye'nin her yanında yaygınlaşması ve yerleşiklik kazanması. Dilde yerel aksanların giderek etkisini yitirmesi, Türkçenin İstanbul Türkçesi örnek alınarak standartlaşması. Diğer yandan Türkçedeki bu yeniden biçimlenme nedeniyle Türkiye Türklerinin, aynı dili konuştukları halde Orta Asya Türkleriyle dil birlikteliklerinin hızla zayıflaması.

Biçimin İçerik Üzerindeki Belirleyiciliği

McLuhan'ın görüşlerine değer verdiği düşünürlerden birinin de William Ivins olduğunu belirtmiştik. Ivins *Prints and Visiual Communication (Basılı ve Görsel İletişim)* adlı kitabıyla bilinir. Ivins'in bu kitabının çerçevesini oluşturan temel görüş yazının içeriğinden çok biçiminin önemli olduğudur. Biçim önemlidir, çünkü karakteri yansıtır. Ivins el yazması ve matbaa basımı kitapları birbirinden ayrı tutar. Fonetik yazılı karakterlerin tekrarlanabilirlik özelliğine dikkat çeker. Bu yinelenebilirlik Avrupa kültüründe görselliği giderek arka plana atmıştır. Bu da Ivins'i teknolojinin, özellikle de iletişim teknolojisinin hem görselliği hem de sanatı olumsuz yönde etkilediği noktasına götürmüştür (McLuhan, 2001:113). Ivins'e göre özellikle de XVI. Yüzyıldan itibaren yazı ve görsellik birbirinden tümüyle ayrılmaya başladı. Bir başka ifadeyle dokunsallık ve retinal deney yollarını ayırdılar. Bu, bilim ve sanatın da ayrışması anlamına gelmekte. Okuma yaz-

ma ve görsellik, yazı ve reşim gibi ayrımların altında ise matbaanın keşfi ve kullanıma girmesi yatar.

Ivins'in dikkat çektiği bir diğer nokta ise yazım kuralları ve noktalama işaretleridir. Bu tür görsel ögelerden önce okur kendisini Antik Yunan okuru gibi sesli okumaya ve duymaya göre ayarlardı. Yazım kuralları ve noktalama işaretleriyle birlikte okur kendisini sessiz okumaya bıraktı. Orta Çağ edebiyatı da Antik Yunan'daki gibi sesli okumaya ve dinlemeye dayanıyordu. Yazar, ortaya koyduğu yapıtı izleyici topluluğuyla sözlü olarak paylaşırdı. Yapıtın biçimi ise fazla önemli değildi (McLuhan, 2001:126). Orta Çağ Avrupası'nda oldukça yaygın olan gezgin öykü anlatıcılar buna örnek gösterilebilir. Öyküleri resimler ve kısa resim altı yazılarla yazılı ve görsel materyale dönüştüren öykü anlatıcılar tüm Avrupa'yı diyar diyar gezerek kent meydanlarına toplanan kalabalığa resimleri göstererek, yazıları da sesli olarak okuyarak öykülerini paylaşırlardı. Gezgin öykü anlatıcıları Orta Çağ Avrupa'sının önemli bir popüler kültür biçimi olarak bilinirdi (Burke, 1978,).

El yazmasından matbaaya geçişle birlikte insanlar yazınsal eserleri kendi kendilerine okumaya, dönüp yeniden yeniden okumaya yöneldiler. Matbaayla birlikte işitsel iletişimin yerini görsel iletişim aldı. Sesli okuma ile görsel okuma zihinsel süreçler arasında da büyük uçurumlar doğmasına yol açtı. El yazması insanı ile matbaa insanı arasındaki fark da en az el yazması okuru ile matbaa basımı okuru arasındaki fark kadar büyüktü (McLuhan, 2001:130).

"Örneğin", der Ivins, "bir filmi Afrikalı insanların izlemesi ile biz Batılıların izlemesi arasında büyük fark var. Afrikalılar filmi gözleri ve kulaklarıyla izlerler. Filme katılırlar. Kendilerini filmdeki oyuncularla özdeşleştirirler. Oysa Batılı toplumlara ait bireyler filmi tüm ayrıntılarıyla izler. Özel bir film izleme edimleri yardır. Bizler filmi analitik ve mesafeli bir tavırla izleriz".

Ivins bu örneklerden hareketle teknolojinin kullanımı ile onu kullananların gelişmişlik düzeyi arasındaki ilişki üzerinde de durulması gereğini vurgular (McLuhan, 2001:58). Buna göre iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle kültürel dönüşümler arasında doğrudan bir ilişki olduğunu kabul eder Ivins.

Kitabın taşınabilirliğinin, bilginin bireyselleşmesini doğurduğunu ileri sürer Ivins. Kitabın taşınabilir hale gelmesiyle birlikte kütüphanenin tekelciliği de ortadan kalktı. Aynı şekilde kitabın taşınabilirliği okuryazarlık eğiliminin artmasına olanak verdi. Bu durum kitap basımından para kazananlar için de kapıların sonuna kadar açılması sürecini getirdi. Kitap basımı giderek önemli bir sektör haline geldi. Bu sektörde iş yapanlar veya iş yapmak isteyenler halk arasında okuryazarlığın artması için de ellerinden geleni yapmaya yöneldiler (McLuhan, 2001:292). Dolayısıyla Ivins iletişim teknolojileri ile ekonomik gelişmeler arasında da doğrudan bağlantı olduğunu kabul eder. Bu nedenle de Ivins toplumsal değişme ve dönüşümlerde teknolojiyi öncelikli bir belirleyici etken olarak ele alır. Bu yönüyle de Ivins, McLuhan'ın, kendi tezini geliştirirken destek aldığı düşünürlerden biridir.

Teknolojinin, insanın duyularının uzantısı olduğunu iddia eden Harold Innis ve biçimi içeriğe üstün tutan William Ivins'in ardından McLuhan teknolojiyi merkeze koymada çok daha ileri gider. Biraz daha zorlasa hiç kuşku yok ki McLuhan teknolojiyi tanrının yerine koyar, evrenin yaratıcısı ilan ederdi herhalde. Toplumun ve insanlığın gidişatında teknolojiye belirlenimci bir rol atfeden McLuhan teknolojik determinizm kuramının inşacısı olmanın yanında modernite savunusu yapan kuramcılar arasında da temsil edici bir isim haline gelir. Ancak burada dikkati çekmemiz gereken ilginç bir nokta McLuhan'ın medium kuramını geliştirdiği süreç içerisinde sergilediği tutarsızlıktır. McLuhan teknoloji üzerine düşünmeye başladığı 1950'lerin başlarında çok daha temkinlidir. Hatta *Mekanik Gelin* (1951) adlı kitabında teknolojiye ilişkin düşüncelerinde Frankfurt Okulu'nun karamsarlığının etkisini hissetmek bile olanaklıdır. Kitapta kitle iletişim araçlarının toplumu kitleselleştirdiğini, insanları pasifize ettiğini ileri sürer. Kitaba kitle kültürü ve bununla bağlantılı olarak da tüketim kültürü tezlerinin etki ettiği gözlenmektedir. Ancak on yıl kadar bir süre içerisinde ne olduysa, McLuhan'da teknoloji hayranlığı doruğa tırmandı. Toplumsal, kültürel boyutları çözümlemelerinin dışına çıkarırken teknolojiyi merkeze koymaya başladı. 1960'ların başında yayımlanan *Gutemberg Galaksisi* (1962) dünyada McLuhan rüzgarının esmesine yol açan ilk önemli çalışmalardan biri olur. Bu kitapta McLuhan matbaayı modernleşmenin başlangıcı olarak ele alır ve son yüzyıllarda dünyanın içerisine girdiği değişim ve dönüşüm sürecinin temeli olarak görür. Matbaanın kullanıma girmesiyle ve ardından başlayan sanayileşme süreciyle birlikte dünya küçülmeye, ulusal ve kültürel sınırlar ortadan kalkarak aynılaşmaya, kabile kültürüne doğru yönelmeye başlamıştır.

McLuhan da tıpkı Ivins gibi yazının içeriği üzerinde durmaz, biçimine bakar. Biçim söz konusu olunca da matbaanın etkisi doğrudan devreye girer. Matbaanın yazının biçimini standardize etmesi, dolayısıyla dilin standartlaşmasını sağlaması sürecine koşut olarak Batı toplumunda değişim süreci de başlamıştır. Milliyetçilik akımlarının Avrupa'da XVI. Yüzyılda doğup gelişmeye başlamasının temel nedeni McLuhan'a göre matbaadır. Ancak bu yöndeki süreç, XX. Yüzyılda televizyon gibi diğer kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle ve kullanıma girmesiyle birlikte yeniden geriye doğru bir dönüşüm yaşamaya, eski kabile toplumuna doğru işlemeye başlamıştır. Dolayısıyla da bir zamanların ulus devlet yapılarına zemin oluşturan milliyetçilik günümüzde yerini klan ve kabile tarzı örgütlenmelere bırakmaya başlamış. Günümüz bilgi ve görsellik temeline dayalı iletişim teknolojileri aracılığıyla dünya toplumları ve kültürleri bu kez de milliyetçiliğin kısıtlılıklarından kurtulmaya ve birbirlerine yakınlaşmaya başlamışlardır. Telgraf ve radyo bu yöndeki yönelimlerin başlamasına önayak olmuş araçlardır. Elektromanyetik keşiften bu yana insanlık yüzünü kendi başlangıcına, kabileciliğe dönmüş ve hızla küçük bir köy olma yoluna doğru gitmektedir (McLuhan, 2001:307). Ama bu

köy, modern öncesi dönemlerin kır temelli köyünden farklıdır. Bu köy, teknoloji merkezli bir köydür. Yaşamın, teknolojiyle biçimlendirildiği, herkesin internet kullandığı, bütün işlerin dijital teknolojiyle örgütlendiği bir köydür. Hatta McLuhan'ın düşlerini biraz daha süsleyecek olursak, bu köy herkesin evine kapandığı, bilgisayar ve televizyon ekranlarına kilitlendiği, yüz yüze ilişkilerin şimdilerde olduğu kadar bile olmadığı, iletişimin hemen tümüyle teknoloji aracılı hale geldiği bir köydür. McLuhan'ın deyişiyle teknoloji aracılı bu köyde söz var, hem de daha önce hiç olmadığı kadar çok söz var. Ancak bu yeni sözlü iletişim biçimi geleneksel köy ortamında olduğu gibi yüz yüze iletişim ortamında değil, teknoloji aracılı ortamda gerçekleşmektedir. Telefon, radyo, televizyon gibi sözlü iletişim araçlarının yanında yeni medya araçları, sosyal medya vs. McLuhan'ın köyünün söze dayalı iletişim ortamını oluşturmaktadır.

McLuhan'a göre bir iletişim aracının içeriği her zaman başka bir iletişim aracıdır (McLuhan, 2001:86). Örneğin, sözün içeriği kendinden sözlü olmayan güncel bir düşünce olabilir. Bir teknolojinin iletisi insanın işine yaramasıyla ölçülebilir bir şeydir. Örneğin, demiryolu teknolojisi insanlara taşımayı, tekeri, yolu getirmedi, ama insanların zaten yapageldikleri işlerin hız kazanmasına olanak verdi. Ona bağlı olarak yeni kentlerin inşası, yeni eğlence biçimleri, iletişim biçimleri vb. gelişti. İnsanlar demiryolunun getirdiği kolaylıklar sayesinde kentin uzak yerlerindeki evlerinden kente gelerek çalışma, bir araya gelme, kent ortamının sağladığı eğlence ortamlarına katılma olanağı buldular. İnsanların tüketim biçimleri değişmeye başladı. Kentin uzak yerlerinden kent merkezine gelerek alışveriş yapma olanağı buldular. Konser salonları, opera ve tiyatro salonlarının, kent kütüphanelerinin ilgi görmeye başlamasında da demiryollarının önemi büyüktür. McLuhan'a göre bütün bu değişmeler demiryolunun etkisiyle, ancak demiryolunun taşıdığı yükten bağımsız olarak gerçekleşmiştir. O halde önemli olan içerik değil, biçim ya da araçtır (McLuhan, 2001:86). Başka bir örnek elektrik ışığıdır. Elektrik ışığı saf enformasyondur. Hiçbir içeriği yoktur. McLuhan pek çok örnekle kanıtlamaya çalışır asıl önemli olanın, daha doğrusu belirleyici olanın aracın kendisi olduğunu. Örneğin, çiçek hastalığı virüsünün iyiliği ya da kötülüğü kendi özünde bulundurduğu mikroplarla ilgiil değil, kullanım biçimiyle ilgilidir. Aynı şekilde mermi eğer doğru hedefe yönlendirilirse iyidir, yanlış hedefe giderse kötüdür. Asıl olan merminin özünü oluşturan maddeler değil, onun kullanım biçimidir (McLuhan, 1983:89).

Önemli olan teknolojinin içeriği değil biçimidir, daha doğrusu teknolojinin kendisidir. Televizyondan ne izlendiği değil, televizyonun kendisidir önemli olan. Biraz daha açacak olursak önemli olan ileti değil, araçtır. McLuhan bunu net bir biçimde "araç, iletidir" sözüyle açıklar. Ona göre insanların ilişkilerini, eylemlerini, edimlerini belirleyen ve biçimlendiren araçtır. Televizyon sesler ve görüntüleri bir araya getirerek iletileri biçimlendirir. Aynı şekilde radyo sesleri bir araya getirerek iletileri oluşturur. Gazete yazıyı kullanarak iletileri anlama dönüştürür. Her bir aracın biçimlendirdiği iletinin etkisi farklı olur. Buna bağlı olarak her aracın etkisi de farklı olur. Etki farklılığı bir yandan aracın kendisinden diğer yandan da aracın

kullanım biçiminden kaynaklanır. Televizyon iyi amaçlarla da kulanılabilir, kötü amaçlarla da. Buna göre televizyonu kullanarak kendi ürünlerinin reklamlarını yapanlar için televizyon yararlı, televizyonu izleyerek işine yaramadığı pek çok ürünü sırf reklamlarda gördüğü için satın alarak anlamsız tüketime yönelenler için ise televizyon zararlıdır. Buna göre televizyon kendinde iyi ya da kötü değildir, önemli olan onu kimlerin, hangi amaçlarla, nasıl kullandığıdır. McLuhan'a göre belirleyici olan ileti değil, aracın kendisidir (McLuhan, 1964:9).

McLuhan'ın araç belirlenimci bu görüşünün pek çok açıdan eksik olduğu dikkati çekmektedir. Araca veya daha genel bir deyişle teknolojiye bunca belirlenimci bir rol biçerken teknolojinin üretildiği toplumsal ortamı ve onu üreten insanları analizinin dışında bırakmaktadır. Oysa her bir teknolojik gelişme, üretilen her bir araç belli toplumsal koşullarda belli bir toplumsal ortama doğmuştur. Aynı şekilde her bir teknolojik gelişmenin arkasında tarihsel bir arka plan vardır. Her bir teknolojik gelişme veya araç toplumdaki belli güç ilişkileri içerisine doğmuştur ve kullanım biçimleri de o güç ilişkileri içerisinde belirlenmiştir. Örneğin, televizyonu hiç kimse gücü kendinden menkul bir araç olarak değerlendiremez. Televizyonun içeriği de etkisi de arkasındaki güçlerle birlikte ele alınmalıdır. Günümüzde kitle iletişim kurumlarının yapılanmasına bakıldığında onları büyük güçlerin uzlaşma ve çatışma ortamlarından soyutlayarak ele almanın ne denli anlamsız bir çaba olduğu anlaşılır. Teknolojinin toplumları biçimlendirdiği, toplumsal değişmeye neden olduğu yadsınamaz, ancak bunun da yine insan unsuruyla birlikte ele alınması gereği de önemle üzerinde durulması gereken bir noktadır. Dolayısıyla da McLuhan'ın teknolojik belirleyicilik tezi kapsamında ortaya attığı "araç iletidir" sözünü daha temkinli biçimde ele almak gerekmektedir.

Sıcak ve Soğuk Araçlar

Sıcak ve soğuk araçlar, McLuhan'ın teknolojik çözümlemelerinde başvurduğu ilginç bir sınıflandırmadır. Sıcak araçlar, izleyicinin düşük düzeyli katılımını soğuk araçlar ise katılımın yüksekliğini gerektirir. Sıcak araçların çözünürlüğü yüksek, algılanması daha kolaydır. Bu nedenle de insanlar sıcak araçlarla gönderilen iletileri çok daha kolay algılarlar. Bu açıdan örneğin, bir fotoğraf bir karikatüre göre sıcak araçtır. Çünkü fotoğrafın algılanması, karikatürün algılanmasına göre daha kolaydır. O halde fotoğraf sıcak, karikatür ise soğuk araçtır. Ama diğer yandan da makineyle çekildiği gibi verilen bir manzara fotoğrafı ile bilgisayar ortamında kurgu ve montaj müdahalesine uğratılarak gerçekteki halinden başkalaştırılmış bir soyut fotoğrafın algılanması arasında da fark vardır. Buna göre soyut fotoğraf soyut olmayana göre daha soğuktur. Benzer bir ayrım film ve televizyon arasında da yapılabilir. Film televizyondan daha sıcaktır. Çünkü filmin yüksek çözünürlüklü teknolojisi, televizyon ekranına göre algılamayı kolaylaştırır. Aynı şekilde görüntülü telefon görüntülü olmayan telefona göre sıcak araç özelliğine sahiptir. Birinde yalnızca sesi alırız, görüntüyü ise hayal ederiz. Konuşma süre-

since telefonun diğer ucundaki kişinin yüz ifadesini, mimiklerini hayal etmek zorundayız. Oysa görüntülü telefonda konuşmanın akışı içerisinde insanlar birbirlerinin yüz ifadelerinin, mimiklerinin biçimlenişini, hatta hangi ortamda olduklarını da görme olanağı bulurlar.

O halde McLuhan'ın bu sıcak ve soğuk araçlar sınıflandırmasını, sabit, değişmez olarak kabul etmek yanlış olur. Belli araçların soğuk, belli bazı araçların da sıcak kategorisine konulmasından çok araçların, hatta yukarıda örneklerini verdiğimiz gibi aynı aracın farklı tiplerinin birbiriyle karşılaştırılmasında kullanılabilecek bir sınıflandırma olarak görülmesi daha doğru olur. Sıcak ve soğuk iletişim aracı sınıflandırması aracın kendi özelliğinden değil, izleyiciyle ilişkisi dikkate alınarak yapılmıştır. Daha doğrusu iletişim araçları arasında, izleyiciyle ilişkisi göz önüne alınarak yapılacak karşılaştırmalarda McLuhan'ın bu sınıflandırmasının yararı olabilir. Aynı araç duruma göre soğuk ya da sıcak kategorisine konulabilir. Örneğin, ortalama entelektüel yetiye sahip okur kitleleri için ciddi fikir gazeteleri soğuk araçlardır, ama aynı gazeteler yüksek entelektüel okur kesimi için sıcak araçlar olarak nitelenebilir.

Diğer yandan araçların sıcak veya soğuk olması zamana göre de değişiklik gösterebilir. Örneğin, McLuhan'a göre radyo telefonla karşılaştırıldığında sıcak araçtır. Oysa günümüz 3G teknolojisinde telefon radyo karşısında sıcak araç haline gelmiş bulunuyor.

Aynı şekilde her ne kadar McLuhan içeriğin değil biçimin önemli olduğunu ısrarla vurgulasa da aracın içeriğinin sıcak ve soğuk araç kategorisinde etkili olduğu gözlenmektedir. Örneğin, herkesin tanıdığı bir simayı ele alan bir karikatürün, bilinmedik bir tiplemeyi konu alan bir karikatüre göre çok daha sıcak olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Sıcak ve soğuk araç sınıflandırmasında aracın kullanımındaki zaman dilimi de önemlidir. Buna göre kolay anlaşılabilir, algılanabilir, ancak kolay unutulabilirlik özelliği olan araçlar sıcak olarak nitelendirilir. Buna karşılık öğrenme ve algılanma açısından daha büyük çaba gerektiren, yüksek katılım, yoğunlaşma ve anlama becerisi isteyen araçlar soğuk kategorisinde yer alır. Ama bu ayrımda da McLuhan'ın telefon ve radyo arasındaki karşılaştırmasını anımsadığımızda önemli sorunlar göze çarpmakta. McLuhan radyoyu telefona göre sıcak araç olarak nitelemekte. Ancak bunu yaparken katılım, yoğunlaşma vb. çabaların çok da dikkate alınmadığı gözlenmekte.

McLuhan bugün yaşıyor olsaydı interneti, özellikle de internet aracılı sosyal medya ortamlarını hangi kategoride değerlendirirdi acaba? Örneğin, internet bir yandan okuma yazma becerisi gerektirdiği için soğuk araç olarak değerlendirilebilir. Ama diğer yandan görsel, yazılı ve işitsel tüm ögelerin kullanımına olanak verdiği için algılanması kolay bir sıcak araç olarak görülebilir. Aynı şekilde internet ortamındaki görüntülü telefon görüşmeleri, kısa ileti yazışmaları vb. araçları sıcak ve soğuk araç sınıflandırmasıyla nitelemek hiç de kolay değil (Laughey, 2007:34).

Teknoloji ve Tarihsel Dönemleştirme

McLuhan teknolojiyi merkeze alarak insanlık tarihini üç döneme ayırır. Birinci dönem 1500'lerden önceki kabile dönemidir. Söz ve konuşma ağırlıklı bu dönemde iletişim de yüz yüzedir. Birincil ilişkilere dayalı bir toplumsal örgütlenme biçimi egemendir.

İkinci dönem 1500 ile 1900 yılları arasını kapsar. Kabile yapısının bozunuma uğradığı bir dönemdir. Mekanik dönem olarak da adlandırılan bu döneme damgasını vuran asıl araç matbaadır. Yazılı kültürün, dolayısıyla da yazılı iletişimin geliştiği bir dönemdir. Gazete, dergi, kitap basımı bu dönemde gerçekleşmiş, kütüphane geleneği bu dönemde yerleşiklik kazanmıştır. Matbaa ve onun olanak verdiği yazıyla birlikte bu dönemde milliyetçilik yaygınlaşmış, imparatorluklardan ulus devlet yapısına geçilmiştir.

McLuhan 1900'lerden sonrasını ise elektronik çağ olarak alır. Bu dönemde gelişen televizyon, radyo gibi iletişim teknolojileri sayesinde sözlü kültürün ve sözlü iletişimin yeniden egemen olmaya başladığı bir dönemdir. Buna koşut olarak dünya kabile dönemine doğru yeniden yönelim göstermeye başlamıştır. Kabile dönemine egemen olan söz ve konuşmanın elektronik iletişim araçlarıyla yeniden yaygınlaşmasıyla birlikte dünya toplumları da yeniden özlerine dönmeye yönelmişlerdir. McLuhan bunu eski kabile toplumlarına dönüş olarak değerlendirir, Bu dönemi dünyanın küresel-bir-köye dönüşmesi, büzüşmesi, küçülmesi ve içine kapanması olarak niteler (McLuhan, 2001). Ancak McLuhan'ın dünyanın bu içe dönme, içe kapanma yönündeki tezi ile Baudrillard'ın içe patlama tezini birbirine karıştırmamak gerekir. Bölümün sonlarında üzerinde durulacağı gibi Baudrillard'ın içe patlama tezi sistemin kendisini tüketişi, kendi sonunu getirişi yönündeki bir geleceği, daha doğrusu sonlanışı işaret ediyor. Oysa McLuhan'ın, içe büzüşme, kendi içine kapanış vb. ifadelerle anlatmak istediği şey insanlığın kendi özüne dönüşü, kendi aslını keşfedişi, evrensel düzlemde homojen bir yapıya bürünüşü olarak anlaşılmalıdır.

McLuhan bütün bu savlarını, dünyanın içerisine girdiğini ileri sürdüğü bu süreci olumlu bir bakış açısıyla ele alırken bu noktada Neil Postman kaygılarını dile getirir. *Televizyon Öldüren Eğlence* (1987) adlı kitabında televizyonun yazılı kültürü hızla öldürmekte olduğu tehlikesine dikkat çeken Postman dünya kültürünün, başta kapitalist ülkelerin kültürleri olmak üzere hızla televizyona teslim olduğunu belirtir.[1]

---

[1] McLuhan'ın teknoloji merkezli tezlerini geliştirdiği 1950'li ve 60'lı yıllarda Amerika'nın da Üçüncü Dünya ülkelerine dönük politikalarının teknoloji merkezli olduğu dikkat çekmektedir. Amerika'nın birtakım araştırma grupları oluşturarak Üçüncü Dünya ülkelerine, özellikle de Ortadoğu ülkelerine gönderdiği ve teknoloji temelli modernleşme düzeyi ölçüm çalışmaları yaptığı bilinmektedir. Araştırmalar sonucunda hazırlanan raporlarda Üçüncü Dünya ülkelerine teknoloji aracılı kalkınma modelleri sunulmaktaydı. Akademisyenlerin, özellikle de Amerika'nın pragmatist akademisyenlerinin kendi ülke politikalarıyla çelişen tezler geliştirmeleri beklenemez. McLuhan'ın on yıl içerisinde görüşlerini değiştirererk farklı bir düşünsel kulvara geçmesi ile Ameri-

Benjamin: Teknoloji ve Sanat ilişkisi

Eleştirel tavrıyla, modernizm karşıtlığıyla 1930'lu ve 40'lı yıllar Avrupası'nın düşünsel iklimine büyük ölçüde egemen olan Frankfurt Okulu düşünürlerinin düşüncelerinin temelinde kitle toplumu ve kültür endüstrisi kuramları vardı. Walter Benjamin de bir Frankfurt Okulu düşünürü olmakla birlikte bu konuda farklı bir bakışa sahiptir. "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat " başlıklı ünlü makalesinde teknolojiye ilişkin olarak genelde iyimser bir bakış ortaya koyar. Ona göre özellikle fotoğraf ve film gibi mekanik teknolojik araçların sanatın doğasını tümüyle değiştirdiği doğru (Benjamin,2008). Bu dönüşümün temel nedeni ise yeniden üretilebilirliktir. Benjamin'in bu yeniden üretilebilirlik kavramı, burada da daha sonra değinileceği gibi McLuhan'da **yinelenebilirlik** kavramıyla karşılık bulur. Sanatın kitlesel yeniden çoğaltımı, örneğin, bir resmin milyonlarca kopyasının veya yeniden baskısının yapılmasıdır. Böylece sanat yapıtları, eskiden olduğu gibi yalnızca belli bir sınıfın tekelinden çıkacak ve geniş toplum kesimlerince de ulaşılabilir duruma gelecektir. Sanat yapıtlarının toplumun her kesiminde ulaşılabilir olması, sanatın ve estetiğin içerisinde barındırdığı demokratikleştirme ruhunun da toplumda yayılması sürecini getirmektedir. Benjamin bu durumu modern toplumun insanlara önemli bir getirisi olarak değerlendirir. Toplumu oluşturan her bireyin güzeli, hoş olanı görmeye ve ona sahip olmaya hakkı olduğunu, modernleşmenin de bu olanağı sağladığını belirtir. Sanatın aristokrat kesimin tekelinden çıkması demek, aynı zamanda toplumda eşitsizliklerin sembolü olan birtakım duvarların da yıkılması anlamına gelir.

Ancak Benjamin bu olumlu bakışla çelişen bir başka noktaya da dikkat çeker. Benjamin'e göre sanat yapıtının en mükemmel yeniden üretiminde bile bir şey eksik kalır. O da sanatın aurası ya da özüdür. Sanat yapıtına özgünlüğünü veren de budur. Aura ya da öz, sanatın kendi içinde var olan, yaratıcısının özgürlüğünün yaratıya özgünlük veren özü, otantikliği her yeni kopyada biraz daha kaybolur. Çünkü her yeni kopya biraz daha uzaklaşır yaratıcısından, yaratım ortamından. Her yeni çoğaltımda biraz daha azalır sanat yapıtının, yaratıcısının ruh ve duygu dünyasının halesini taşıyan, biriciklikten gelen o büyüsü. Buna karşılık pek çok insan o sanat yapıtını görme şansını yakalar. Yüzbinlerce yinelenen kopyaları aracılığıyla da olsa birkaç kişi yerine yüzbinler ulaşır ürüne ve yüzbinler tanışmış olur onun yaratıcısıyla.

Benjamin'in altını çizdiği bir diğer nokta ise sanat yapıtının aurayla birlikte yitip giden ritüelidir. Her sanat yapıtının kendine özgü bir ritüeli vardır. Örneğin, falanca ressamın tablosunu görmek için sanat galerisine gidilir. Bir heykeli müzede görmek olanaklıdır. Müzik, konser salonunda dinlenilir. Tiyatro, anfi tiyatroda izlenir. Yeniden çoğaltım tekniklerinin devreye girmesi, özellikle de kitle iletişim

---

ka'nın Üçüncü Dünya ülkelerine ilişkin politikaları arasında, herhangi açık bir kanıt olmasa da yakın ilişki olduğu yönünde kestirimlerde bulunulabilir.

tekniklerinin kullanılmasıyla birlikte sanatın bu geleneksel izlenme ritüelleri de yitip gitmeye başladı (Benjamin, 2008). Televizyon, dergiler, gazeteler vb. yoluyla kitlelere ulaştırılmasıyla birlikte sanat yapıtları ritüellerinden, uzamsal bağlamlarından da koparıldı. Sanatın, uzamsal bağlamından koparılması da onun aura yitiminde etkili olmuştur

Sanatın uzamsal bağlamından koparılması, ritüellerinin kaybolması, aurasının yitip gitmesi Benjamin'e göre sanat adına olumsuz şeylerdir. Ancak bu durum, tekniğin yeniden çoğaltım ortamının sanat açısından insanlara sunduğu önemli olanakları görmezden gelmeyi gerektirmez. Örneğin, Beethoven'in 5. Senfonisi'ni salonda izlemek isteyen biri belki de bir aylık maaşının büyük kısmını vermek zorunda kalırdı. Oysa şimdi isteyen herkes bu eseri evinde dinleme olanağına sahip bulunmaktadır.

Benjamin'in dikkat çektiği bir başka nokta ise tekniğin çoğaltım olanaklarıyla birlikte sanatın, ritüelden kaynaklanan geleneksel kullanım değerinden yeniden üretimsel sergileme değerine dönüşmesine yol açmıştır. Benjamin, sanatın özgün ritüel kullanım değerini, sergisel yeniden üretim değeri kadar önemli bulmaz. Çünkü birincisinde tekel durumu vardır, ikincisinde ise daha yayılmacı, dolayısıyla da daha demokratik koşullar söz konusudur. Daha açık bir anlatımla Benjamin sanatın özgün tekelci halindense, özgünlüğünü yitirmiş yayılmacı yanını yeğler. Bu, sanatı, sürekli yeniden çoğaltılabilir ticari bir meta haline getirse bile. Benjamin'in bakışına göre en özgün bir Hollywood film kaydı bile Leonardo da Vinci'nin bir tablosundan daha değerli değildir. Ancak film, izlenme oranlarına bağlı olarak sürekli değer kazanır. Ancak bu tür karşılaştırmalarda ne denli haklılık payı olduğu da ayrı bir tartışma konusu. Her bir sanat yapıtının kendi özgün koşulları içerisinde değerlendirilmesi ve değer ölçümünün de buna göre yapılması en doğrusudur. Dolayısıyla da günümüz çağdaş sineması ile yüzyıllar öncesinin sanat yapıtları arasında karşılaştırma yapmak oldukça sığ, uzamsal ve zamansal bağlamından kopuk bir bakış açısı olur ki, değer tanımlamalarında da yanıltıcı sonuçlara götürebilir. Ayrıca da resim mekanik, sinema ise teknolojik çağın ürünüdür. Dolayısıyla da karşılaştırma yapmak doğru sonuçlara götürmez. İki sanat türü arasındaki bir diğer önemli farklılık ise biri bireysel bir üretim, diğeri ise kitlesel bir üretim olup geniş bir ekiple, zengin bir endüstri içerisinde üretilir. Birinin üretiminde (resim) yaratıcısının kendi bireysel düşünüş ve duyuşu etkilidir, diğerinin (sinema) üretiminde ise toplumun düşünüş, duyuş, dolayısıyla da beğenisi etkilidir. Birinin üretiminde sahip olmak, diğerinde ise satmak öncelikli amaçtır.

Benjamin'in üzerinde durduğu bir diğer nokta ise sanat ve kültürün günümüz modern dünyasında giderek politikleşmesidir. Özünden koparak, güçlü iktidar seçkinlerinin tekelinden çıkarak kitlelerin hizmetine, daha doğrusu tüketimine sunulan sanat buna koşut olarak politik bir havaya da bürünmüştür. Örneğin, popüler müzik gibi çağdaş sanat biçimleri milyonlarca insan tarafından alınmakta ve tüketilmektedir. Sanatın bu kitlesel üretimi ve tüketimi Benjamin'e

göre baskıcı rejimlere karşı zaman zaman birtakım muhalif yönelimlerin ortaya çıkmasına da olanak vermektedir. Benjamin özellikle de Avrupa'da faşizmin hızlı yükselişine karşı sanat ve kültür alanında birtakım karşı direnç alanları yaratılabileceği ümidini taşımaktaydı. Özellikle de popüler sanatla bunun olanaklı olduğunu düşünmekteydi. Diğer yandan teknik yeniden üretilebilirlik ve çoğaltılabilirlik ortamında geçmişte yaratılan sanat yapıtlarının imgesel zenginliklerinden yararlanmak mümkündü. Yeni baştan düşünmek, kurgulamak, üretmek için zaman olmayabilir, ama varolanı bu teknik çoğaltım ortamında yeniden üreterek insanlarda eleştirel bakışı geliştirmek ve demokratik yönelimler oluşturmak için kullanmak daha kolaydı. Bunun için de geçmişte üretilmiş sanat yapıtlarının tarihine çok da takılıp kalmadan, aura ve bağlam sorgulaması yapmaksızın onların imgesel zenginlikleriyle bugünü anlamlandırmaya çalışmak en doğrusudur.

Diğer yandan Benjamin çağdaş teknolojik ortamda sanat çalışmasının bundan böyle yeniden üretilebilirlik doğrultusunda tasarlanebileceğini kabul eder. Fotoğrafı buna örnek verir. Ona göre fotoğraf nasıl gördüğümüz üzerinde bir devrim yapmıştır. Bundan hareketle Benjamin metanın biçiminin, kendi içinden devrimci bir estetik çıkardığını ileri sürer. İnsanlık kendisine öyle bir yabancılaşmıştır ki, artık kendi yıkımını birinci dereceden estetik bir haz olarak yaşayabilir. İnsan bedeninin fotoğrafa yansıtılması buna örnek verilebilir. Bu, faşizmin, estetiği içerisine sürüklediği siyasi durumdur. Komünizm ise buna, sanatı politize ederek yanıt verir (Benjamin, 2008).

Benjamin'in yakın arkadaşı, ünlü oyun yazarı Bertolt Brecht politik amaçlarla film yönetirken, oyun yazarken, Benjamin'in kuramından hareketle kendi sanatına kuramsal bir temel de kazandırmaya çalışır. Buna göre Brecht'in sanatı tümüyle politik amaçlıdır. Brecht tekniğin olanaklarını kullanarak ortaya koyduğu sanatıyla insanların verili sisteme daha sorgulayıcı ve eleştirel bir gözle bakmalarını sağlamayı amaçlar. Brecht'in yabancılaşma kuramına göre izleyici, izlediği şeyin, yani oyunun içine aktif olarak dahil olmalı, izlerken aynı zamanda da analitik bir tavır geliştirmeli, karşıt tepkiler ortaya koymalı, meydan okumalı. Böylece Brecht oyunlarıyla insanları, kendi gerçek yaşamlarında da daha aktif, tepkisel, muhalif ve eleştirel olmaya yönlendirmeyi amaçlar. Ancak gerek Benjamin'in gerekse Brecht'in bu eleştirel yaklaşımları Hitler Almanya'sında kabul görmez, hatta büyük engellemelerle karşılaşır. Bunun üzerine Brecht Amerika'ya gitmek zorunda kalır. Benjamin ise Almanya'dan Fransa'ya kaçarken sınırda yaşamını yitirir (Laughey,2007:40).

Benjamin'in görüşlerinin uzantısını John Berger'in *Bakma Biçimleri* (1972) adlı kitabında görmek olanaklıdır. Ancak hemen söyleyelim ki Benjamin'in iyimserliğini Berger'de aramak boşuna bir çaba olur. Berger'e göre günümüz dünyası imajların aktığı, tanıtım ve reklamla kuşatılmış bir dünyadır. XVIII. Yüzyılın yağlıboya tabloları sahiplik duygusu yüksek izleyicilere yönelikti. Oysa günümüz reklamcılığında imajlar satınalma duygusu yüksek izleyiciye yönelik olarak üretilmektedir (Berger,1972). Berger, Benjamin'den farklı olarak sanatın teknoloji

dolayımlı üretimini, örneğin, fotoğrafı karamsar bir tavırla irdeler. Berger'e göre çağımız sanatına içerilmiş olan politik tavır, Benjamin'in iyimser bakışını hak etmeyecek kadar kötülük saçmaktadır. Toplumdaki iktidar seçkinlerinin politik tavrını kitlelere taşıyan sanattan ancak söz edilebilir. Sanat ve demokrasi ilişkisini de Berger aynı karamsarlıkla ele almaktadır. Sanatın gerçek anlamda içerdiği bir demokratik tavır söz konusu değildir, ancak temsili demokrasiye ilişkin ögeleri içermektedir. Buna göre insanların ne yiyeceği, ne giyeceği, nerelerde gezeceği, nasıl yaşayacağı vb. hepsi de birer politik tercih haline gelmiş bulunuyor. İnsanların atmakta olduğu her adım onların politik tercihlerini simgelemektedir. Berger'e göre tanıtım ve reklam toplumdaki egemen gücün aracı haline gelmiş durumdadır. Berger tanıtım işini kamuflaj olarak ele alırken, reklamı bağımlılık yaratıcı araç olarak görmekte. Reklam bir yandan üretilen ürünleri tükettirmekte, diğer yandan kendisi de bir meta gibi bağımlılık yaratmaktadır.

O halde Berger teknolojiye o kadar da iyimser bakmaz ve onu modernitenin amiral gemisi olarak niteler. Teknoloji toplumun elbette ki güçlü kesimlerinin elinde bulunmakta ve egemenlik altındaki kitlelerin gelişimine katkıda bulunmak yerine onların hep aynı yerde kalmaları doğrultusunda bir işlev yüklenmiştir (Berger,2010).

Leavis: Teknoloji ve Toplumsal Yozlaşma

Okuryazarlık modernleşmenin en temel gereklerinden biridir. Modern toplum madem ki akılsal yetileriyle öne çıkan bireyin varlığını gerektirmekte, okuryazarlık da modern bireyin öncelikli kazanısı olmalıdır. Akıl sahibi birey aklını kullanarak eğitim görür, okuryazar hale gelir ve başarı yolundaki yarışta da yerini alır. McLuhan okuryazarlık sürecini matbaayla başlatır. Matbaadan önce aristokrat kesimin tekelinde olan okuryazarlık, matbaayla birlikte halk arasında yayılmaya başlar. Kitaplarla, gazetelerle, kolay okunabilir alfabeyle insanlar kolayca öğrenirler okuma yazmayı. Buna göre modernite süreci de okuryazarlığa koşut bir gelişme izler. Modernleşmede okuryazarlığı, edebiyatı, eğitimi öne çıkaranlar McLuhan'ın katı teknolojik belirleyicilik yaklaşımına karşı dururlar. F.R. Leavis'le biçimlenen görüşe göre ne McLuhan'ın yücelttiği teknoloji ne de Benjamin'in ve Brecht'in devrimci bir değer yüklediği teknolojik çağın sanatı insanlığa yarar getirmemiştir. Tam tersine seçkin kültürün değer yitimine uğramasına yol açmıştır.

Seçkinci bir bakış açısıyla sanata ve kültüre yaklaşan Leavis'e göre toplumun, her dönemde yaşamını sanata ve kültüre bağlamış, hatta adamış bir azınlık kesim var. Bu azınlık gücünü, geçmişindeki sanat ve edebiyatla yoğrulmuş deneyimlerinden alır (Easthope and McGowan, 1992:209). Leavis'e göre eğitimli seçkin azınlık kitlelere rehberlik yapmalıdır. Bu okuryazar rehber kesim, kitleleri modernitenin sıradan, düşük kalitedeki kitle kültürü bombardımanından korumalıdır.

Q.D. Leavis'e göre de sinema, televizyon, dergiler, gazeteler entelektüel kültürü tek biçimlendirmeyle tehdit ederler. Çoksatanlar, popüler romanlar, beyaz diziler, pembe diziler vb. popüler kültürel ürünler de aynı şekilde kitleleri anlamsız, boş bir çekici alana sürüklerler (Q.D.Leavis,1932:193,akt.Laughey,2007:42).

Her iki Leavis de popüler kültürün yaygınlaştığı bu zamanları düzey düşüklüğünün, ahmaklığın da yaygınlaştığı zamanlar olarak nitelerler. Kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada popüler kültür bu araçlar sayesinde kolayca kitlelere ulaşmakta ve onları olumsuz yönde etkilemektedir. Seçkinci kültür kuramcılarından T.S. Eliot da Leavis'lere bu noktada katılır. Fayda ve ticari kazanç merkezli kitle iletişimle bireysel yeteneklerin önemsiz hale geldiğini, değersizleştirildiğini ileri sürerek durumdan şikayet eder (Laughey, 2007:42).

Q. D. Leavis'e göre modern dönemin gazetecilik anlayışında satış ön planda olup, kitle iletişimi bir ticari iş olarak görülmektedir. Bu nedenle halkın kolay anlayacağı, doğrudan duygulara seslenen yayınlara, suç, şiddet ve romantik içerikli yazılara ağırlıklı olarak yer verilmektedir. Ekonomik çıkarlar moral değerlerin üstünde gözetilmektedir. Örneğin, İngiltere'de Northcliffe Media Ltd. gazete reklamlarını tiraj kaygısıyla ön planda tutmakta. Bu anlayıştaki basın patronlarının sayısı da giderek artmaktadır. *Daily Mail*'in başarısının ardından aynı gazete baronu, aynı nitelikte başka gazeteler de çıkarmaya yönelir. Bunlardan biri de *The Times*'dır. Bu durum küçük çaplı gazetelere olanak vermeyerek, görüş ve düşüncelerin haber akışının tektipleşmesi yerel yayınları arka plana itmiş, etkisiz hale getirmiş ve tektip bir habercilik anlayışının da yerleşmesine neden olmuştur (Laughey, 2007:41). F. R. Leavis'e göre İngiliz gazeteciliğinin yöneldiği bu süreç Amerikan gazeteciliğinin etkisinde söz konusu olmuştu. Amerika'da Hearst ve Pulitzer gibi iki büyük basın patronunun yerleştirmeye ve yaymaya yöneldiği popüler basın anlayışı İngiilz basını üzerinde de etkisini göstermiştir. Böylece F. R. Leavis henüz XX. Yüzyılın başlarında Avrupa'yı tehdit eden Amerikanlaşmanın ilk sinyallerini basından örneklerle vermekteydi. Bilindiği gibi daha sonraki yıllarda, özellikle de 60'lardan itibaren Avrupalı entelektüeller arasında Amerikanlaşma tartışmaları gündemdeki yerini alacaktır. Ama bundan çok daha öncesinde, 1929 yılında Robert ve Helen Lynd hazırladıkları *Middletown: A Study in Contemporary American Culture* adlı kitaplarında Amerikanlaşma tehlikesine özellikle vurgu yaparlar. Lynd'ler bir tek otomobilin bile aile üzerinde nasıl etki yaptığını, insanların birbirlerine davranışlarını, anne babaların çocuklara ilgisizliğini nasıl etkilediği üzerinde dururlar (Laughey, 2007:42). Bu da aslında teknolojiyle kamusal alan ilişkisinin ayrıntılı olarak irdelenmesi gereğini ortaya koymaktadır.

Burada belki de dikkat çekmemiz gereken önemli bir nokta teknolojiyle koşut gelişmeye başlayan kamusal alanın veya yapının yine teknolojinin etkisiyle yıkıma doğru gitmekte olmasıdır. Otomobilde seyahat etmek, radyo dinlemek gibi popüler boş zaman etkinlikleri giderek cemaat ya da topluluk ortamından bireysel, aile ya da küçük grup ortamına doğru kayma eğilimi gösterirken merkezsizleştirme, kamunun yok edilmesi süreçlerini de beraberinde getirmiştir.

Lynd'lerin bu yöndeki kaygılarını günümüz bilişim teknolojisiyle biçimlenmekte olan toplumuna uyarladığımızda durumun çok daha vahim olduğunu görmemek mümkün değil. Bir zamanlar otomobilin bireylere açtığı özel alana bile tahammül edemeyen düşünürler, XXI. Yüzyılda bilgisayarlarla işi eve taşıyan, eve kapanan, saatlerini, hatta günlerini bilgisayar başında geçiren insanların toplumdan ne denli kopuk olduklarını herhalde tahmin bile edemezlerdi.

Diğer yandan F.R. Leavis'e göre radyo, sinema, reklam gibi teknolojiyle belirlenmiş kitle iletişim araçları insanı ruhsal ve duygusal bir yoksulluğa sürükler. Bu teknolojilerin de etkisiyle alışkanlık ve kanaatlerde benzeşme olurken insanların bireysel farklılıklarını sağlayan ruh ve duygu yitip gitmekte (Swingewood, 1985:26). Bu aygıtlar insanları kendi küçük sıkıcı dünyalarından alarak başka diyarlara, yaşamlara götürme vaadiyle onların yaşamlarına girerler. Bu, bir yanıyla kabile toplumuna geri dönüşün ilginç bir başlangıcıdır. Ya da belki de McLuhan'ın küresel köyü'ne doğru küçük adımların atılmasıydı (Laughey, 2007:43). Bu yeni araçlar kasaba ve kentlerin de yeniden biçimlenmesine etki ediyordu. Bunun nedeni ise insanların kitle iletişim araçlarından sunulan bilgi ve eğlenceyle donanırken, kendi gerçek yaşamlarındaki ilişkilerinden giderek soyutlanmaları, uzaklaşmaları, içsel yapıyı, kültürü dıştan gelen kültürün ve yapıların etkisinde silmeye yönelmeleridir. Kitle iletişim araçları geleneksel kültürü tehdit ederken bir yandan da insan yaşamını standardize etmekte, bu da bir bakıma insanları dikta rejimlere, daha da ötesi faşizme boyun eğmeye hazır hale getirebilmektedir. Dolayısıyla da McLuhan'ın mutlu küresel köyü Leavis'lere ve Lynd'lere göre kabus dolu bir tekbiçimliliğe götürmektedir. Frankfurt Okulu'nun da kültür endüstrisi ve kitle kültürü kuramları etrafında biçimlenen tezleriyle aynı tehlikeye dikkat çektiğini anımsatalım.

Leavis'e göre bütün bu çıkmazdan kurtulmanın yolu sanayi öncesi topluma nostaljik bir geri dönüştür. Teknolojiyle belirlenmiş yeni iş yaşamında insanların giderek yaratıcılık vasıflarından uzaklaştığına dikkat çekerken, fabrika öncesi işçilikte işi yapanın, toplumun isteklerini, beğenilerini, gereksinimlerini dikkate aldığını anımsatır. Şimdi ise bütün bunlar göz ardı edilmekte. Sanayileşmeyle birlikte toplumsal değerler erozyuna uğramış, eğitimli, entelektüel okuyucu kitlesi sayıca azalmıştır. Burada aydınlara ve edebiyat eleştirmenlerine çok iş düştüğünü söyler Leavis. Azınlık kültürünün yeniden canlandırılması gereğini vurgular. Şu sözlerinde olduğu gibi:

> "Yalnızca Dante, Shakespeare, Donne'nin değerini bilmekle yetinmeyip... bunların en yeni mirasçılarından da haberdar olan bir azınlık, ırkımızın bilincini teşkil etmektedir. Geçmişteki en mükemmel insani deneyimden yararlanma gücümüz, işte bu azınlığa bağlıdır. Onlar geleneğin en ince ve kırılgan parçalarını ayakta tutmaktadır"(F:R.Leavis,1930:3-5, akt.Swingewood,1985:27).

Teknolojik gelişmeler karşısında karamsarca bir tavır alan düşünürlerden biri de Richard Hoggart'dır. *The Uses of Literacy* (1957) adlı kitabında sanayileşme süreciyle birlikte toplumların içerisine girdikleri cehalet ortamına dikkati çeker.

Hoggart'ın vurguladığı önemli bir nokta kitle iletişim araçlarıyla yaygınlaşan popüler kültürün insanlar üzerindeki olumsuz etkisidir. Popüler kültüre ilişkin saptamalarında özellikle İngiliz İşçi sınıfı gençliğinin müzik beğenisine bakar. Hoggart'a göre toplumda okuryazar oranının arttığı açık. Hızla artan okullaşmayla birlikte şimdi daha çok insan okuryazar durumda. Ancak bu, eğitim düzeyinin de yüksek olduğu anlamına gelmez. Diğer yandan toplumda hızla artan zenginlik de eğitimle koşut bir gidş izlememektedir. Teknolojiyle kuşatılmış dünyada gençlik gündelik olanın çekiciliğine kapılırken geçmişinden de giderek kopmakta. Diğer yandan bir kısım gençlik de hala büyükannelerinin şarkılarını söylemekte (Hoggart, 1958:190,akt. Laughey,2007:45). Bu durum bir çelişki gibi görünmekle birlikte Hoggart burada herhangi bir çelişki olmadığını ileri sürer. Eğer toplumda bazı gençler büyükannelerinin şarkılarını söyleyebiliyorlarsa, bunun nedeni, onların geçmişlerini merak etmeleri ya da araştırmaları değil, bunların büyükler tarafından kendilerine ezberletilmesidir. İyimser olmak için bir neden yok yani.

Hoggart'ın dikkat çektiği bir başka nokta ise kitle iletişim araçlarının etkisiyle kültürün sınıfsızlaştırılmasıdır. Sınıfsal sınırların belirsizleşmesinde etkili olan kitle iletişim araçları buna bağlı olarak sınıfların kendine özgü kültürlerini de zayıflatmakta, sınıfsal kimlik ve gelenekleri tehdit etmektedir. Bunda en büyük yarayı da işçi sınıfı kültürü almaktadır. Kitle iletişim araçları insanları, özelmiş gibi hissettirirken büyük bir yanılsamaya götürmektedir. Örneğin, kitle iletişim araçlarından milyonlara ulaşan bir pop müzik sanatçısının söylediği parçayı, size özelmiş gibi hissedersiniz. Bu sanıyla aslında toplumdaki milyonlarca izleyiciden biri olduğunuzu düşünmezsiniz. Dolayısıyla da Hoggart'a göre kitle iletişim araçlarından verilen müzik hem bireysel hem de kitlesel bir nitelik taşır. Hoggart şimdilerde bu kitle kültürü tezine kültürel olarak imha edilmiş toplum düşüncesini eklemiş bulunmaktadır. Bu da gerçek kimlik ve aidiyetin yok olmasına zemin hazırlamıştır (Hoggart, 2004, akt. Laughey, ak).

Bütün bu kötü gidişin Hoggart'a göre tek çıkış yolu var, o da toplumsal sınıf geleneğine geri dönülmesi (Hoggart, 1972:88, akt Laughey, 2007:45). Görüldüğü gibi Hoggart'ın çözümü gerek Leavis'in, gerekse birazdan üzerinde durulacak olan David Riesman'ın önerdiklerinden farklıdır. Hoggart bütün bu aşınmayı, yozlaşmayı, kötüye gidişi sanayileşme süreciyle bağlantılı olarak düşünse bile, çözümü sanayi öncesi geleneksel topluma dönüşte aramaz. Ona göre asıl çözüm toplumsal sınıf olgusunun etkin kılınmasıdır.

Riesman: Yalnız Kalabalıklar

Sanayileşme sürecinin, bir şeyler getirirken, insanlara yeni olanaklar sunarken diğer yandan da bir şeyleri alıp götürdüğüne dikkat çekenlerden biri de Amerikalı

düşünür David Riesman'dır. Özellikle de Amerikan toplumunun karakterini çözümlemeye çalıştığı *Yalnız Kalabalıklar* adlı kitabında kitle iletişim araçlarıyla birlikte toplumun nasıl bir değişim ve dönüşüm sürecine girdiğini sorgular. Riesman'a göre kitle iletişim teknolojisi çağımız toplumlarının karakterinin oluşmasında önemli bir etkiye sahiptir. Toplumlar, bugün kitlesel bir nitelik kazanmışsa ve insanlar, bireyler o kitle içerisinde ya da kalabalıklar içerisinde kendilerini yalnız hissediyorlarsa bunun önemli bir suçlusu da dünyayı kuşatan kitle iletişim araçlarıdır. Kitapta Riesman toplumsal denetim üzerinde odaklanır. Bu bağlamda toplumsal alışkanlıkların nasıl oluştuğu ya da belirlendiğini sorgular. Bu alışkanlık ve davranışların oluşmasında belirleyici olan toplumsal kurumları inceler. Riesman ikinci olarak da toplumsal değişmeyi etkileyen etmenleri bulmaya çalışır.

Riesman'a göre toplumlar üç evreden geçmiştir. Birinci evre geleneksel yapıya sahip eski uygarlıklar. Burada insanlar topluluklar halinde, bir başka deyişle kabileler halinde yaşarlar. Burada sözlü iletişim biçimi egemendir. Yazının bulunuşu ve kullanılışıyla birlikte bir şeyler değişmeye başlar. Bireyciliğin başlangıcı Riesman'a göre yazıyla birliktedir. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ise insanı bireysellikten toplumsallığa doğru taşır. Kitle iletişim araçlarıyla tanışan insan kocaman bir evrende yaşadığını, orada başka insanların, toplumların ve kültürlerin de var olduğunu kavramaya başlar. Bu kocaman evrende ve kalabalıkta insan artık birey bile değildir (Riesman,1961). Kendi varlığını ötekinin varlığıyla tanımlayan birimlere dönüşmeye başlamıştır. Yani kitle iletişim teknolojisiyle kuşatılmaş günümüz dünyasında insan artık kendisi bile değildir ve kalabalıklar içerisinde yalnızdır.

Teknolojik Belirleyiciliğe Meydan Okuyuş

İngiliz düşünür Raymond Williams, McLuhan'ın teknolojik belirleyicilik tezine belki de en açık karşı duruş tavrını sergileyenlerin başında gelir. Gerek Leavis'de gerekse Hoggart ve Riesman'da gözlenen tavır teknolojinin getirdikleri yanında alıp götürdükleriydi. Onlar teknolojinin de etkisiyle yitip giden azınlık sanatının ve kültürünün ardından nostaljik ve hüzünlü ağıtlar yakarken yaptıkları şey aslında teknolojik belirleyicik tezini eleştirmek değil, teknolojinin olumsuz etkilerini ortaya koymaktı. Burada belki de dikkat edilmesi gereken bir nokta, bu görüştekilerin aslında bir yanıyla teknolojinin ne denli etkili olduğunu kabul etmiş olmalarıdır. Çünkü bütün olup bitenleri, kendi açılarından toplumların yozlaşma ve kaosa doğru gidişinin günah keçisinin sanayileşme olduğunu ortaya koymaktalar. Aralarındaki fark ise McLuhan teknolojiyi getirileriyle ele alırken, onların, getirilerden çok götürüler üzerinde odakanmalarıdır. Raymond Williams'ın yaptığı ise tam anlamıyla bir teknolojik determinizm eleştirisidir. Williams teknolojinin o kadar da merkezi bir yere konulmasının, toplum yaşamında olup biten her şeyin onunla ilişkilendirilmesinin yanlışlığı üzerinde durmaktadır.

Williams'ın teknolojik determinizme karşı çıkışının önemli gerekçelerinden biri insan yaratısı olan teknolojinin merkezi bir yere konurken insan ve toplum ögesinin önemsizleştirilmesidir. Hatta daha da öteye giderek Williams teknolojik determinizm teziyle insanın ve toplumun, kendi tarihsel kökenlerinden koparılmaya çalışıldığını ileri sürer. İnsanın kendi yaratısı olan makine insanı belirleyemez. Elbette teknoloji içerisine doğduğu toplumu değiştirir. Ancak bundan önce üzerinde durulması gereken önemli bir nokta teknolojinin hangi toplumsal koşullarda, hangi beklentilerle, hangi gereksinimlerle geliştirildiğidir. Örneğin, matbaa, uydu gibi yeni iletişim teknolojileri, içerisine doğdukları toplumun değişim sürecinde etkindirler. Arcak bu araçların toplumların hangi sosyoekonomik ve sosyokültürel ortamı içerisine doğduklarına bakmadan yalnızca etkileri üzerinde durmak yanıltıcı saptamalara götürebilir.

Williams'a göre deterministler teknolojinin yeni toplumlar ve yeni insanal koşullar yaratacağını savunurken onların insan buluşu olduğunu göz ardı ederler. Teknolojiyi insanlar icat eder, üretir ve kullanırlar. McLuhan toplum yaşamına giren her yeni aygıtın insanların yaşamını nasıl biçimlendirdiğine dikkat çekerken, Williams her yeni teknik buluşun içerdiği toplumsal anlamın sorgulanması gerektiğinin altını çizer. Ona göre her yeni aygıtın (medium) içerdiği sosyal bir anlam vardır ve bu sosyal anlamın da gereği olarak var olan sosyal ve ekonomik koşullara uyumlandırılır. Buna göre teknoloji toplumu değil, toplum teknolojiyi belirler. Williams bu tezine somut dayanak oluşturmak için matbaa ve okuryazarlık ilişkisini ele alır. Ona göre matbaa icat edildikten ancak üçyüz yıl sonra İngiltere'de nüfusun önemli bir kesimi okuryazar duruma geldi. İnsanların okuma yazma öğrenmeye başlamaları ve toplumda okuryazarlık oranının yükselişe geçmesinin arkasında toplumsal, ekonomik ve politik gelişmelerin olduğu yadsınamaz. Özellikle de 1870'te çıkan Eğitim Yasasıyla eğitimin zorunlu hale getirilmesiyle birlikte toplumda okullaşma ve buna koşut olarak da okuryazarlık oranı hızla yükselmeye başlamıştır.

Williams'm teknolojik deterministlere yönelttiği önemli bir eleştiri de toplumu tarihsizleştirmeleri, toplumsal olanı dışlamalarıdır. Williams iletişim tarihi üzerinde daha ayrıntılı çalışmaların yapılmasını, her teknik gelişmenin veya buluşun nasıl bir toplumsal ortam içerisine doğduğunun incelenmesi gereğini vurgular. Burada altı çizilen nokta, her bir buluşun öncesindeki toplumsal ortamın incelenmesidir. Böylece her yeni buluşun hangi toplumsal koşullar içerisinde, hangi beklentilere, hangi gereksinimlere, toplumdaki hangi kesimlerin hangi amaçlarına yönelik olarak planlandığını anlamak önemli sonuçlara götürebilir.

Williams'ın üzerinde önemle durduğu önemli bir nokta da her aracın ya da teknolojinin etkisinin beklentilere ve planlara ne oranda uygun olarak gelişip gelişmediğidir (Wililams,2003:12). Örneğin, kitle iletişim araçlarının tarihi incelendiğinde iletişim tarihinin hiçbir zaman tam olarak toplumun tarihi olmadığı görülür. Yalnızca kitle iletişim araçları da değil, teknolojinin bütün türleri için ticari, politik ve askeri amaçların buluşları gerektirdiği bir gerçektir. Demiryolu,

telefon, telgraf gibi araçların hem Amerika'da hem de Avrupa'nın pek çok ülkesinde ticari amaçlarla geliştirilmiş olduğu yadsınamaz. Ham maddeyi fabrikaya taşımak, üretilen ürünleri ülke çapında dağıtmak amacıyla demiryolunun geliştirildiği bilinmektedir.

Bu iki teknik yenilikten dolayıdır ki tarihçi Asa Briggs "iletişim devrimi" terimini geliştirmiştir. Briggs'e göre demiryolu ve telgraf birbiriyle ilişkili iki önemli yeniliktir. Aynı ilişki fiziksel ve elektronik iletişim için de geçerlidir (Briggs,1966:8, Laughey,2007:,47). Williams'a göre Mcluhan da demiryolunun sanayileşme sürecindeki yerinin ne denli önemli olduğuna değinir, bu gelişmenin yeni bir toplum yarattığı yönündeki görüşüyle demiryolunun etkisini fazlasıyla abartır. Williams'a göre demiryolunun ardından toplumsal değişmenin hız kazandığı doğru. Ancak bu, tümüyle demiryoluyla ilişkilendirilemez. Ayrıca da demiryolu kömür iletisini içerir. Çelik üretiminde gerekli ateşi yakmak için, tekstil ve endüstri devrimini oluşturan diğer materyallerin çoğunu yaratmak için gerekli olan şey kömürdür. Burada Williams'ın dikkat çektiği nokta aracın kendisinin değil, içeriğinin önemli olduğudur. Demiryolu ve kömür örneklemesiyle de aslında McLuhan'ın "araç, iletidir" tezine karşı çıkar. Tersinden okumak gerekirse Williams'a göre asıl önemli olan iletidir. Buna göre aracın önemi ve anlamı ne yaptığı, yani ne ilettiği ile ilişkili olarak belirlenir.

Williams'ın kitle iletişim araçları ve toplum ilişkisini çözümlemeye çalışırken demiryolu örneğini vermesi bir tuhaf dursa da iletişim tarihinin nasıl farklı toplumlarda aynı kalıpları izlediğini göstermesi açısından ilginç bir karşılaştırma. İş dünyasına ve ulaşım iletişimine ilişkin gelişmelerin öncelik göstermesinin altında ise ona göre ekonomik nedenler yatmaktadır. Bilgi ve eğlence formlarının daha sonra belirmesi ise toplumsal ve kültürel talepler nedeniyledir. Örneğin, televizyonun gelişimi telefona göre daha sonradır ve çok daha yavaş bir süreç izler. Çünkü telefonla ya da telgrafla karşılaştırıldığında televizyon ve ekonomik çıkarlar arasındaki ilişki çok daha zayıftır. Teknolojik determinizmi savunanların tersine Williams'a göre teknolojiler insan gereksinim ve niyetlerinin sonucu olarak icat edilir ya da geliştirilir. Teknoloji laboratuvardan ayrı tutulamaz ve insan gereksinimlerini belirleyemez. Eğer insanlık televizyon gibi bir aygıtı icat ettiyse, bunun altında birtakım gereksiminler ve talepler olduğunu da düşünmek gerekir. Bunlar kültürel, toplumsal, ekonomik ve politik olabilir. Hangisinin ağır bastığı da önemli değil. Önemli olan talebin toplumdan veya insandan gelmesidir. İlk televizyon setleri satışa sunulmadan önce kullanım biçimleri, niyetler ve planlamalar belirlenmişti. Williams'a göre radyo gibi televizyona olan talep de toplumun ve insanın taşınabilirliğe, özelleşmeye ve bireyselliğe doğru yönelmesinin sonucu olarak geliştirilmiştir. Radyo ve televizyon gibi aygıtlar özellikle gelişmiş kapitalist ülkelerde taşınabilirlik ve ev merkezli yaşam biçimiyle örtüşmektedir. Ki bireysellik, ev merkezli yaşam biçimi, evde eğlence gibi yönelimlerin XX. Yüzyılın başından itibaren konuşulmaya başlandığını belirtir Williams. Kentleşme, çekirdek aile tipi yaşam biçiminin toplumda hızla yaygınlaşmaya başlaması, bi-

reyselliğin insanlar arasında rağbet görmeye başlamasına koşut olarak uygun aygıtlara da gereksinim duyulduğu açık. Artan toplumsal gönenç, iş koşullarındaki iyileşme, insanların kendilerine daha çok yetmeye başlamaları, evde geçirilecek zamanın artmasına koşut olarak uygun tür ve tarzda iletişim gereksinimleri de belirmiştir. İnsanlar eve ve kendi bireysel dünyalarına yöneldikçe dış çevreden bilgi alma, kendi özel yaşamlarında eğlence ve oyalanma gereksinimi televizyon gibi bir aygıta davetiye çıkarmıştır. Williams'a göre bu anlamda bir başka gereksinim ise ulaşımın bireyselleşmesinde gözlenmektedir. Özel otoların geliştirilmesi, trafiğin düzenlenmesi, trafik sisteminin geliştirilmesi de aynı şekilde toplumsal ve insanal gereksinim ve taleplerden dolayıdır. Aynı şekilde otomobillere müzik sisteminin kurulması da aynı gereksinimle gerçekleştirilmiştir.

Williams'ın "taşınır özelleşme kuramı" kendi kendini belirleyen, kendi kararlarını kendi veren, özgür bireylerin varlığını kabul eder. Kültürel formlar ve teknoloji arasında yakın bir ilişki vardır. Ancak teknoloji kültürel formların gelişmesini etkiler, ama bu belirleyici düzeyde bir etki olmaz. Williams'a göre teknolojinin taşınabilirliğine, özelleştirmeye, bireyleşmeye dayalı bu gelişmelerin aşırıya götürülmesi halinde korkunç bir yabancılaşmayla da karşı karşıya kalınabilir (Laughey, 2007:48).

Teknoloji Aşkınlık ve Simülasyon

İnsan ve toplum yaşamının merkezine teknolojiyi koyarak geliştirilen modernleşmeci kuram ve yaklaşımların tümünden farklılaşan görüşleriyle kendisini gösterir Jean Baudrillard. Burada vurgulanması gereken ilginç nokta, ortaya koyduğu görüş ve düşüncelerde teknolojiyi temel almakla birlikte aynı yerden hareket eden diğer aydın ve düşünürlerden farklı bir yerde durmasıdır. Geliştirdiği "simülasyon" kuramıyla son otuz yılın belki de en çok tartışılan düşünürlerinden biri olarak da nitelendirilebilir. Bir yandan McLuhan'ın görüşlerinden önemli ölçüde etkilenir, ancak diğer yandan da ortaya koyduğu düşüncelerle Ondan hayli farklılaştığı gözlenmektedir.

Baudrillard iletişim teknolojisi, özellikle de televizyona yoğunlaştırdığı çözümlemeleriyle modernleşmenin sonunu, daha doğrusu ölümünü haber verir gibidir. Ancak bu bir meydan okuyuştan çok bir durum saptaması olarak değerlendirilmelidir. Sonunu ilan ettiği modernizmin yerine postmodernizmin gelip yerleştiğini haykırmasa da ortaya koyduğu görüşlerle postmodernistlerin görüşleri arasındaki benzerlikler dikkati çekmektedir. Ancak hiçbir zaman kendisini belli bir görüşün, örneğin postmodernizmin içerisinde de konumlandırmaz. Hiçbir görüşün savunuculuğunu yapmaz. Belki de bu yanıyla diğer birçok aydın ve düşünürden farklılık göstermektedir. Teknolojik gelişmeleri çözümlemelerinin merkezine koyarak toplumun ve insanlığın nereye doğru yol aldığını kendi durduğu yerden anlamaya çalışır Baudrillard. Belki de en çok bu yanıyla, yani bu nötr duruşuyla farklılığını ortaya koymaktadır. Nitekim bu bölümde de açıkça

ortaya konulduğu gibi özellikle de teknoloji ve toplum ikilisi üzerine kafa yoran düşünürlerin çoğu öncelikle kendilerine bir taraf belirler, analizlerini de buna göre ortaya koyarlar. Oysa Baudrillard modernizmi ve onun ardılı olan postmodernizmi analiz ederken kendisini taraftarlık açısından açıkça belli bir yere konumlandırmaz. Dolayısıyla da ne modernizme açık bir karşı saldırısına ne de modern sonrasına ilişkin tarafkar bir değerlendirmesine rastlamıyoruz. Hatta yaptığı saptamalarla aslında postmodernizme de eleştirel bir tavırla yaklaştığı söylenebilir. Belki de bu nedenle Baudrillard kendisinin postmodernist olarak kabul edilmesini istemez. Yaptığı analizlerin, ortaya koyduğu görüş ve düşüncelerin postmodern süreci anlatıyor olması Baudrillard'ın postmodernist olduğu anlamına gelmez elbet. O yalnızca süreçlere ilişkin nötr değerlendirmeler yapma çabası içerisindedir.

Baudrillard'ın "içe patlama" kavramı McLuhan'ın "içe büzülme" kavramını çağrıştırmaktadır. Ancak her iki kavram arasında büyük fark var. McLuhan teknoloji aracılığıyla yakınlaşan mesafelerden, insanların birbirleriyle daha yakın etkileşiminden, kaynaşmasından söz ederken, Baudrillard tam tersine küresel sıkışmadan, aşırı doygunluktan ve patlamaya hazır şişkinlikten, bir bakıma sona yaklaşmışlıktan söz etmektedir.

Baudrillard'a göre televizyon, video, sinema vb. iletişim araçlarından akan simülakra ile insanlar kendi gerçekliklerinden uzaklaştırılıp hipergerçeklik dünyasının içerisine alınmışlardır. Bu hipergerçeklik gerçekliğin ne taklidi, ne yeniden üretimi ne de karşıtıdır. Gerçekliğin üstünde, ondan farklı bir başka gerçeklik, hipergerçekliktir. Bu hipergerçeklik dünyası gerçek dünyanın kurallarıyla işlemez. Orada gerçekliği yönlendiren karşıtlıklar (iyi-kötü, doğru-yanlış, güzel-çirkin vs) yoktur. Bu durumda Baudrillard'ın dünyasında karşıtlıkların çatışmacı ortamı, diyalektik, dolayısıyla değişim de yoktur. Burada Marksizmin iflası söz konusudur.

Bir doygunluk, durgunluk, tıkanmışlık durumudur Baudrrillard'ın hipergerçeklik dünyası. Gidecek yeri kalmamıştır artık insanlığın, ilerleyeceği, ulaşacağı bir hakikat yoktur artık. Ne Kant'ın hakikati ne de Hegel'in idealizmine yer vardır Baudrillard'ın simülasyonla kuşatılmış hipergerçeklik dünyasında. Ne modernizmin bireyi, ne de postmodernizmin öznesi vardır. Akılcılık ve akıl dışılık gibi kavramların da yeri yoktur Baudrillard'da. Toplumculuk, bütüncülük, ilerleme, gelişme gibi kavramlar da anlamını yitirmiştir. Modernleşmenin ölümünü ilan eder, ama onun yerine başka bir şey de koymaz. Bütün bu gidişatta sorumluluğu teknolojiye yüklemekle birlikte teknolojinin kendi sonunu getirişine de işaret eder. Daktilo ve bilgisayar karşılaştırması bu açıdan ilginçtir. Daktilo bir teknolojidir Ona göre. Daktiloyla yazılan bir yazıya dokunmamız, yazıyla dolu kağıdı elimize almamız, hissetmemiz olanaklıdır. Oysa bilgisayar ortamında yazılan yazı somut bir nesne değildir. Ona dokunmak olanaklı değildir Baudrillard'a göre. O halde teknoloji de kendisini aşmıştır. Bu yönüyle Baudrillard'ın, McLuhan'n teknolojik belirleyicilik tezinin de çok ötesinde olduğu gözlenmekte-

dir. Teknoloji aşkın bir noktadadır, simülasyon kuramıyla tanımlanan dünyada. Teknolojinin belirlediği bir şey yoktur artık, teknolojiyle aracılanan, teknolojiyle yönlendirilen bir dünya yoktur, sanal bir dünya vardır, her şeyin sanal olarak yaşandığı, mesafelerin belirsizleştiği, gerçek ve düş arasındaki sınırların yok olduğu, herkesin aynı sanallığı yaşadığı simülakra bombardımanı altında bir dünya. Teknoloji ise bu simülasyon ortamının kendisidir.

Parçalanmışlıklar vardır bu hipergerçeklik dünyasında. Simülasyonal bir akış içerisinde birbirlerine eklenerek akıp giden parçalar. Baudrillard simulakrum olarak adlandırır her bir parçayı. Günümüzün simülasyonal dünyasında yaşam sonu gelmeyen bir simulakrum(lar) geçidi gibidir. Bunu da simülakra olarak adlandırır Baudrillard.

Gerçekliğin taklidi ya da yapay gerçeklik diye bir şey söz konusu olamaz, çünkü gerçek ya da gerçeklik yoktur. Olmayan bir şeyin taklidi ise mümkün değildir. Ekranda akıp giden simülakra (simulakrum[lar]) var yalnızca ve onlar insan yaşamının yansımaları değiller. Başka bir deyişle televizyon ekranlarında izlediğimiz dünyanın gerçek yaşamda hiçbir karşılığı yoktur. Buna göre televizyon ekranında izlenilenlerin gerçekliğin yeniden üretimi, kurmaca gerçeklik olduğu yönündeki görüşler de yer bulmaz Baudrillard'ın simülasyon kuramında. Olmayan şeyin yeniden üretimi diye bir şey de olanak dışıdır zaten.

Teknolojiyi araç olarak görmez Baudrillard, hipergerçiliğin kendisi olarak ele alır. Örneğin, televizyon yaşamı temsil eden, yaşama ilişkin haberler ileten bir araç değil, yaşamın kendisidir. Televizyon ekranından yansıyanların bir yerlerde bir karşılığı yoktur. Orada kendine özgü bir dünya vardır. Buna göre televizyonun ayrı bir dünyası, bilgisayarın ayrı bir dünyası, sinemanın ayrı bir dünyası vardır Baudrillard'a göre. Baudrillard'ın bu yöndeki görüşleriyle McLuhan'ın aracın, ileti olduğunu vurgulayan görüşleri arasındaki benzerliğe dikkat etmekte yarar var.

İnsana ilişkin her şeyin, ilişkilerin, pratiklerin, düşüncelerin, duyguların, düşlerin, hayallerin medyanın simge ve imge dünyası içerisnde üretildiği, tüketildiği, yeniden üretildiği ve böylece sürüp gittiğini ileri süren Baudrillard bu görüşleriyle son yirmi otuz yılın en çok konuşulan düşünürlerinden biri olur. Baudrillard'ın bu düşüncelerinin, sonraki bölümde ele alınacak olan postyapısalcıların tarihi, gerçekliği, durağanlığı yoksayan düşünceleriyle ne denli benzerlik gösterdiği de dikkati çekmektedir.

Medya gerçek üstü bir dünya sunar. Burada geçmiş ve gelecek yoktur. İletişimde kodlayıcı kodaçıcı yoktur. İletilerin simülasyon ortamı vardır. Medya gerçeklikten de gerçek bir hiper gerçeklik sunar. Simülakra gerçeği yutmuş ve gerçekliğin önüne geçmiştir.

Baudrillard'ın simulasyon dünyasında gerçek yaşamın pratikleri yer almaz, gerçek yaşamdaki ilişki biçimlerine de rastlanmaz dolayısıyla. Gerçek dünyanın iktidar ilişkileriyle, egemenlik, bağımlılık ve sömürü ilişkileriyle ilgilenmek de anlamını yitirmiştir. Bütün ilişkilerin, simgelerin hipergerçeklik ortamına taşın-

ması gerçek dünyanın somut, daha doğrusu maddi ilişkileriyle ilgilenmeyi de geçersiz kılar.

Kitle iletişim araçlarıyla akıl almaz hızda ileti bombardımanı yapılmakta. Ardı ardına algıladığımız, ancak üzerinde düşünmeye, anlamlandırmaya zaman bulamadan başkalarıyla yer değiştiren bir ileti akışı. Bu ardışık, çok yönlü ileti bombardımanı ortamında anlamlar da giderek anlamını yitirmeye başlamıştır. Anlam üretmek için iletilerin zihinde bir işlemden geçirilmesi gerekir. Kitle iletişim araçlarının simülasyon ortamı buna asla olanak vermemekte. Ardı ardına verilen, gözlerimize ve kulaklarımıza teğet geçen, zihinsel alanımıza ise hiç uğramayan bu sürekli ileti akışında insanlar algılarını yönetmekte de güçlük çekmektedirler.

Baudrillard kitle iletişim araçlarından sunulan içerikteki anlam yokluğuna ya da anlamın boşalmışlığına haberi örnek verir. Haberin kendi başına bir anlamı olmadığını, izleyici ona hangi anlamı yüklerse, haberin anlamının o olduğunu belirtir. Shannon'a gönderme yaparak iletişim araçları evreninde üretilen haberin saf bir araç olduğunu vurgular (Baudrillard,2003:125). Bu nedenle de Baudrillard'a göre kitle iletişim araçları evreninde üretilen haberin, yaşamın başka alanlarına özgü değer yargılarıyla değerlendirilmesi ve de anlamlandırılması olanaklı değildir. Dolayısıyla haber, kendi kod alanı içerisinde ele alınmalıdır. Neyse odur. Yaşamın başka kesitleriyle ilişkilendirmeye gerek yoktur. Olayla ilişkilendirmeye de gerek yoktur. Haber verilirken, o haberde söz edilen olay çoktan olmuş, bitmiştir. O halde haber olaya karşılık gelemez. Haber kendi biricikliği içerisinde sunulur ve biter. Kitle iletişim evreninde üretilen içerik, o evrenin kendi kodlarıyla açımlanmalıdır (Baudrillard, 2003:126).

Baudrillard'a göre haber, iletişimi ve toplumsal olanı yok etmektedir. Bunun iki nedeni vardır: Birincisi haberi üreten ya da kitle iletişim araçlarının içeriğini üretenler iletişim kurmak yerine sahneye koyduğu iletişim oyunu içinde yok olup gitmektedirler. Anlam üretmek yerine sahneye koyduğu anlam oyunu içerisinde kaynayıp gitmektedir. Simülasyon adını verdiğimiz bu devasa süreci yakından tanıyoruz. Karşılıklı konuşmalar, konuşma hakkı tanımalar, izleyici telefonları, her türlü katılma biçiminden yararlanırken konuşmayanlara "bu sizin sorununuz, haber demek siz demek" gibisinden şantaj yapmak. Dört bir yanımız bu tür bir hayali içerikle kuşatılmış durumdadır. Hepimizin içerisinde yer aldığı kapalı devre bir yayın ortamı, bir sahne. Bu kapalı devre alanda kalabilmek, direnç göstermeden, karşı çıkışlar yapmadan kalabilmek için muazzam bir enerji gerektiğini söyler (Baudrillard, 2003:127).

Anlamlar, anlama ilişkin her şey egemen iletişim araçları tarafından yutulmaktadır. Buna göre kitle iletişim araçları gerçek yaşamda olup bitenleri kitlelere aktarmak, onların bilgisine sunmak yerine, gerçek olayları kendi yarattıkları kurmaca gerçeklik içerisinde kaybedip görünmez kılmaktalar (Baudrillard,2003:130).

Baudrillard görüşlerini oluştururken, McLuhan'ın "araç, iletidir" sözüne sıkça gönderme yapar. Buna göre kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada bugün artık, bu araçların içeriğini tümüyle boşaltsanız, tümüyle içeriksiz bıraksa-

nız bile onların varlığı bile toplum üzerinde bir etki yaratmaları için yeterlidir. Kitle iletişim araçları sırf biçim olarak da toplumda devrimci ya da yıkıcı bir etki yaratabilirler. Ancak Baudrillard, McLuhan'ın "araç, iletidir" görüşüne katılsa bile iletisiz aracın ömrünün fazla da uzun olamayacağını söyler. Kitle iletişim araçları nasıl ki iletileri ve anlamları yok etmekte, iletisiz kaldıklarında kendilerini de yok ederler. Çünkü onlar ileti aktarımı yaparak, yani ürettikleri içerik sayesinde var kalmaktadırlar.

Diğer yandan Baudrillard kitle iletişim araçlarının bu hipergerçek dünyasının izleyicilerden bağımsız yaratılmadığına da dikkat çeker. Kitle iletişim araçları evreninden sunulan gerçeklik kitleler tarafından alındığı için üretim ve aktarım sürmektedir. İnsanlar kitle iletişim araçlarının yapay gerçekliğini kendi gerçeklikleriyle kaynaştırarak kullandıkları için bu kısır döngü pekişerek sürmektedir. Baudrillard kitle iletişim araçlarıyla izleyici ilişkisini çocuklarla yetişkinler arasındaki bağımlılık ilişkisine benzetir. Çocuk bir yandan özgür olmak ister, ama yaşamda kalmak ve yaşamını sürdürebilmek için de boyun eğmek zorundadır. Bu özgür olmak ve boyun eğmek bilinçli ve kontrollü biçimde de yapılmaz. Çocuk içerisinde yer aldığı ilişki ortamında bunu spontan biçimde yapar. Öyle davranmaya alıştırılmıştır. Bu yaşam ve ilişki biçimini yaşamın gereği olarak anlamlandırır ve içselleştirir (Baudrillard, 2003:134).

Burada Baudrillard kitle iletişim araçlarının simülasyon ortamını kendine özgü bir evren olarak tanımlayarak aslında onları gerçek yaşamdaki gerçek pratiklerin ve ilişkilerin de dışında tutmuş olmakta. Başta zaten hipergerçeklik tanımlamasıyla bunu yapar. Böylece kitle iletişim araçları sanki bu dünyanın dışındaymış, gerçek dünyadaki maddi güç ilişkilerinin bir kesiti değilmiş, iktidar ilişkilerinin ürünü ve yeniden üretimi değilmiş gibi algılanmasına yol açmaktadır. Kitle iletişim araçlarının simülasyon evrenini saf ve kendinden ibaret görmek onları gerçek yaşamın ilişki ortamından soyutlayarak ele alan analizlere yol açabilir.

Sonuç olarak Baudrillard görüş ve analizlerinin merkezine teknolojiyi koymakla birlikte teknoloji aşkın bir kuram geliştirmeye yönelir. Kendisinden önce geliştirilmiş bütün kuram ve yaklaşımlar Baudrillard'ın dünyasında ölüme mahkum edilir. İlerlemenin sonlandığı, devinimin durduğu, insanlığın tıkanma noktasına geldiği dünya Baudrillard'ın deyimiyle şimdi içine çökmekte, yani içe patlamaktadır. Dolayısıyla da Baudrillard aslında bir bakıma insanlığın çaresizliğini ve insanal dünyanın sonunu ilan etmektedir.

İletişim Teknolojileri ve Günümüz Dünyası

Teknoloji ve modernleşme tartışmalarının aslında XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren başladığını belirtmiştik. Teknolojiyi modern toplumla ve modern insanla birlikte ele alan düşünürlerin çoğu onun getirileri ve götürüleri üzerinde yoğunlaşmışlardı. 1930'lu ve 40'lı yıllarda ise özellikle Frankfurt Okulu düşünürlerinin de etkisiyle teknolojik gelişmelerin dünyaya ve insanlığa iyilikten çok kötülük

getirdiği, egemenlik ve bağımlılık ilişkilerinin teknoloji aracılığıyla çok daha pekiştirildiğini, egemen kesimin teknolojinin de olanaklarını kullanarak kitleler üzerindeki denetimlerini daha da yoğunlaştırdıkları vb. doğrultusunda görüşler hızla yayılmaktaydı. Özellikle de liberalizme ve onun üzerine yapılanan kapitalizme karşı tepkili olan çevrelerde teknoloji karşıtı görüşler yükselişe doğru ivme kazanarak sürüyordu. II. Dünya Savaşı'nın ardından ise bu tartışmaların dünya güç ilişkileriyle bağlantılı olarak devam ettiği gözlenmektedir. Özellikle Marksist sol entelektüel çevreler gelişmiş kapitalist ülkelerin dünyanın geri kalmış toplumları üzerinde teknoloji aracılı güç kullanımlarına vurgu yapmakta, yeni sömürgeci anlayışın teknoloji odaklı gelişmekte olduğuna dikkat çekmekteydiler.

Bütün bu tartışmalar sürerken Amerika'nın II. Dünya Savaşı'nın hemen sonrasında kolları sıvayarak dünya üzerinde egemenlik kurma ve dünyada tek güç olma yönünde yeni bir süreç başlattığı dikkati çekmekte. Bu sürecin önemli iki ögesi ekonomi ve teknolojidir. 1950'lerin ortalarından itibaren kapitalizmin içerisine girdiği yeni bunalım dönemi de bu sürecin hızlandırılmasında önemli bir etken olur. Amerika uygulamaya koymaya yöneldiği yeni egemenlik projesi kapsamında dünyanın geri kalmış ve gelişmekte olan ülkeleri için uygun kalkınma modelleri hazırlar. Bu kalkınma modellerinin çoğunun merkezinde ise teknoloj yer alır. Bunda yeniliklerin yayılmasında teknolojinin merkezi rolünü ortaya koyan tezlerin etkisinin de büyük olduğu bilinmektedir (Başaran,2010).

Özellikle Türkiye'nin de içerisinde yer aldığı Ortadoğu ülkelerine ilişkin kalkınma modellerinde teknoloji önemli bir etmen olarak gösterilir. Örneğin, Daniel Lerner'in başında bulunduğu bir araştırma grubu Türkiye, Suriye, Ürdün, Libya gibi ülkelere gönderilerek buralarda durum saptaması yapmaları istenir. Toplumların ağırlıklı olarak kültürel ve dinsel kodlarının incelendiği, geleneksel ögelerin yoğunluklarının ölçülmeye çalışıldığı, teknolojik ilginin sorgulandığı bir dizi araştırma sonrasında her ülke için ayrı ayrı raporlar hazırlanır, uygun kalkınma modelleri oluşturulur. Türkiye için uygun görülen kalkınma modelinin ise **teknolojik yönden gelişme** olduğu dikkati çeker. Bütün bu araştırmaların ve model oluşturma çabalarının altında Amerika'nın siyasal egemenlik amacının yanında piyasa oluşturma kaygısının olduğunu anlamak hiç de zor değil.

Durum böyle olsa bile iletişim alanında 1960'lı yıllara damgasını vuran tezlerin temelinde teknoloji olduğu dikkati çeker. McLuhan'ın teknolojik belirleyicilik kuramını aynı dönemde geliştirmiş olması da bu açıdan dikkat çekici bir noktadır. Aynı şekilde McLuhan'ın özellikle de "Küresel Köy" kavramının yine o yıllarda dünya çapında ilgi görmesi ve alkışlanması da yine aynı çabaların bir sonucu olarak değerlendirilebilir.[1]

---

[1] Hem bir McLuhan eleştirisi hem de teknolojiyi olumlayarak ya da olumsuzlayarak bir biçimde insan ve toplum yaşamının merkezine koyan diğer düşünürlerin çalışmalarını değerlendirmeye dönük en kapsamlı çalışmalardan birinin de Türkiye'de Aydın Uğur tarafından 1986 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde hazırlanan *"İletişim Alanında Gelişmeler, Yeni İletişim Teknolojilerinin Toplumsal ve Siyasal Etkileri"* başlıklı doktora tezidir. Aydın Uğur'un açtığı bu kul-

Ancak bütün bu yönelimler ve teknolojiye alkışların 1970'lerde bazı kesimlerin tepkisiyle karşılaştığı gözlenmektedir. Teknolojik üstünlüğün eşitsizlikleri pekiştirdiği, teknolojiye sahip olanların, olmayanlar üzerindeki egemenliklerini güçlendirdikleri, bunun da dünyadaki sömürü ilişklierini derinleştirdiğine dikkat çeken sol entelektüeller yeni bir tartışma başlatırlar. George Orwell'in görüşleri de yeniden anımsanarak teknolojinin güç ilişkilerini nasıl pekiştirdiği, gücün denetimini nasıl teşvik ettiği, egemenin daha egemen, bağımlının daha bağımlı olmasını sağlamada nasıl etkili olduğu bir kez daha mercek altına alınır. Bu tartışmalara Frankfurt Okulu düşünürlerinden Herbert Marcuse da *Tek Boyutlu İnsan* kitabıyla farklı bir ses katar. Derken 1970'ler entelektüel dünyada emperyalizmin, kültür emperyalizminin, iletişimin tek yönlü işleyişinin, teknoloji tekelinin konuşulduğu bir dönem olur. Herbert Schiller'in ardından Dan Schiller, Smythe, Mattelart teknolojinin insanlara yapıp ettiklerini bugün hala tartışıyorlar. Ancak bütün bu tartışmalar sınırları giderek daralan bir entelektüel kesimin tartışma alanına sıkışıp kalmış gibi.

Diğer yandan bilişim teknolojileriyle kuşatılmış günümüz dünyasında teknolojiye ulaşabilenler, onu kullanabilenler ve bilgiye erişebilenlerle bunlardan yoksun olanlar arasındaki mesafenin hızla arttığı dikkat çekmektedir. Giderek büyüyen bu bilgi gediğinin dünyadaki güç ilişkilerinin pekişmesine, egemenler ve bağımlılar arasındaki mesafenin artışına zemin oluşturduğu söylenebilir. Bu da McLuhan'ın söylediği gibi dünyanın küresel bir köye doğru gitmediği, kent ve köy arası mesafenin daha da büyüdüğü önü alınamaz bir kutuplaşmaya doğru gittiğini göstermektedir. Dünya köyleşmemekte. Bilgiye erişim olanağı olan kentliler daha da kentlileşmekte, bilgiye erişim olanağı bulamayan kentliler ve köylüler ise giderek köylüleşmekte ve bilgiyle dolayımlı kentlilerden hızla farklılaşmaktadırlar. Uçurumların büyüdüğü bu dünya görünüşte benzeşiyor gibi olsa bile, özde farklılaşıyor, kopuyor, paramparça oluyor. Bilginin ve bilgisizliğin sınır çizgisi dünyayı bölüp parçalıyor. Küreselleşme ise yalnızca bir kamuflaj.

Bilişim teknolojisinin akıl almaz bir hızla gelişmeye devam ettiği bir dünyada McLuhan'ın ütopyasının giderek olanaksızlaşması karşısında Orwell'in kara ütopyasının gerçekleşmekte oluşuna tanık olmaktayız. Bilişim teknolojilerinin her yerde, her koşulda insanların gözetlenmesine ve denetlenmesine olanak verdiği günümüz dünyasında "büyük birader" insanlığın karabasanı haline gelmiş durumda. Öyle ki insanlar artık evlerinde, kendi özel alanlarında bile "elektronik göz" tarafından izlendikleri sanısı içerisinde bulunuyorlar (Lyon,1997). Elektronik gözetleme ve

---

varda daha sonra Haluk Geray'ın, Prof. Dr. Oya Tokgöz'ün danışmanlığında hazırladığı "*Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişmekte Olan Ülkelere Girişinin Toplumsal Boyutları: Örnekolay:Türkiye'ye Sayısal İletişimin Girişi*" (1988) başlıklı doktora teziyle; ardından da Funda Başaran tarafından, Prof. Dr. Haluk Geray'ın danışmanlığında hazırlanan "Yeni İletişim Teknolojilerinin Düzenlenmesi, ve Yaygınlaştırılması, Türkiye'de ve Avrupa Birliğinde İnternet ve Cep Telefonunun Yaygınlaşmasının Karşılaştırmalı Çözümlemesi" (2004) başlıklı doktora tezi Türkiye'de de konunun ilgiyle izlendiğini ortaya koymaktadır.

dinleme cihazlarıyla bugün artık "yerin kulağı var" esprisinin gerçekliğe dönüşmesi karşısında insanlık şaşkın. Özelin, kamusalın, mahremin sınırlarının belirsizleştiği, gözetlenme ve denetlenmenin her bir insanın paranoyası durumuna geldiği günümüz dünyasında birey, özne, nesne gibi kavramların da yeniden ele alınması gerekmektedir. Elektronik bir gözün insanı sürekli gözlediği, elektronik bir kulağın insanı sürekli dinlediği bir ortamda modernitenin bireyine de postmodernitenin öznesine de yer yok artık. Türkiye'de son birkaç yıldır yaşanan, yargı süreçlerine konu olan telefon dinlemeler ve son aylarda dünyayı sarsan WikiLeaks olayı da göstermektedir ki bugün gelinen noktada insanlık duruma göre bir yandan kendi yaratısı olan teknolojinin tehditine maruz kalmakta, onun tarafından esir alınmakta, köleleştirilmekte, diğer yandan da teknolojiyi kullanarak kendi güç ve egemenlik alanını genişletmektedir. Ancak teknoloji aracılı bu egemenlik ve bağımlılık mücadelesi süreçlerini tümüyle teknoloji indirgemeci bir bakış acısıyla ele almak yanıltıcı saptamalara götürebilir. Bu konuda daha gerçekçi saptamalar yapmak için teknoloji aracılı egemenlik ve bağımlılık mücadelesinin diğer dinamiklerini de göz ardı etmemek gerekir. Gözetleyenlerin ve gözetlenenlerin, dinleyenlerin ve dinlenilenlerin kimler olduğuna, hangi sosyoekonomik koşullara sahip olduklarına da bakılırsa ancak daha gerçekçi saptamalara ulaşılabilir. Bu şekilde bakıldığında asıl sorunun teknoloji değil, teknolojiyi kullananların güç ve çıkar ilişkileri olduğu çok daha açıkça anlaşılabilir.

Özet

Bu bölümde iletişime ilişkin teknoloji merkezli görüşler üzerinde durmaya çalıştık. Kitle iletişim alanındaki tartışmalar bir yandan izleyiciye, diğer yandan kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısına, yani sermaye güçlerine yöneldiği bir dönemde McLuhan'ın teknolojiye yönelttiği alkış seslerinin tüm dünyada çınlaması ilginç bir araya girme olarak değerlendirilebilir. Dünyanın enelektüel çevrelerinin tam da yeni sömürgecilik üzerine konuştukları bir dönemde mutlu "küresel köy" şarkısıyla kulakların bütün öteki seslere kapatılmaya çalışılması bilimsel bir hareketten daha fazla şeymiş gibi geliyor. Bütün güçlerden, bütün ilişkilerden soyutlanmış bir teknoloji şakşakçılığını bilimsel bir tavır olarak değerlendirmek öncelikle bilim çevrelerine haksızlık olur. Teknoloji elbet de çok önemli ve çok etkili. Ancak bu önem ve etki toplumsal ve tarihsel koşullardan bağımsız düşünülemez.

Diğer yandan teknoloji karşısında ağıtlar yakan görüşlerin de aynı ölçüde haksızlık olduğunu belirtmek gerekir. Sonuçta makineyi insanlar icat eder, geliştirir, üretirler. İnsanların kullanım biçimleri makinenin işlevini ve etkisini belirler. Toplum endüstri sürecine girdi diye insanlığın ölümünü ilan etmek gereğinden fazla abartı olur. Kaldı ki öldüğü ilan edilen insanlığın da ne denli eşitsiz ilişkiler üzerine kurulduğu bilinmektedir. O halde yitip giden olsa olsa mutsuz çoğunluğa egemen olan mutlu azınlık ve onların değerleridir.

Aslında insanlık tarihinin her dönemi eşitsizlikler üzerine kurulmuştur. Her dönemde kendince teknolojik gelişmeler olmuş, icatlar yapılmış, yenilikler gerçekleşmiştir. Ancak bunların hiçbiri var olan eşitsizlikleri ortadan kaldırmaya yetmemiştir. XVI. Yüzyıldan itibaren başlayan endüstrileşme süreci de işin özünde köklü bir değişiklik olmasını sağlayamamıştır. Siyasal ve ekonomik erke sahip olan egemen azınlıklar bunların yanı sıra bir de teknolojiye sahip olmuşlardır. Endüstri döneminin fabrikalarını feodal dönemlerin beyleri, lordları, kontları kurmuş, köleleri ise işçi olarak çalışmaya başlamışlardır. Modern dönemlerin burjuvazisi, eski dönemlerin aristokrasisi değil midir? Büyük ölçüde öyle! O halde durumda fazla bir değişiklik olmamış, teknolojiyle özellikle de toplumsal güç ilişkileri açısından pek de bir şey değişmemiştir. Aynı şekilde dijital bilişim teknolojileri aracılığıyla bugün toplumu gözetleyen ve denetleyen güç de egemen güç değil midir? Gizli bilgi ve belgeleri sızdırdığı için hapse mahkum edilen WikiLeaks'in sahibini kim, ne kadar tutabildi cezaevinde?

Bunu sıradan bir vatandaş yapsaydı neler olacağı belli. Diğer yandan bazı çevreler, son günlerde Arap dünyasında yaşananların McLuhan'ı haklı çıkardığını ileri sürmektedirler. İnsanların cep telefonu, internet gibi iletişim teknolojilerini kullanarak dikta yönetimlere başkaldırdıkları yönündeki yorumlar aldı başını gidiyor. Hatta bu yorumların çoğunda McLuhan'ın ne denli haklı olduğu vurgusu da yapılıyor. Ancak bütün bu olup bitenleri teknoloji indirgemeci bir bakış açısıyla değerlendirirken sosyal, siyasal ve en önemlisi de ekonomik dinamikleri görmezden gelmek yanıltıcı saptamalara götürebilir. Burada teknolojinin etkisini elbet de yok saymamak gerekir. İnsanların birbirlerinden haberdar olmalarında, iletilerin hedefe ulaşmasında teknolojinin aracılığı elbet de çok önemli oldu. Ancak süreçleri daha sağlıklı değerlendirebilmek için öteki dinamikleri, özellikle de siyasal ve ekonomik güç ilişkilerini, çıkar çatışmalarını, iç ve dış politik dinamikleri çok iyi analiz etmek gerekmektedir. Belki de bu konudaki en sağlıklı değerlendirme teknolojiyi kurtarıcı melek olarak kabul edenlerle, onu kötülüklerin kaynağı olarak görenleri, eleştirel ekonomi politikçilerin ve kültürelcilerin görüşlerini de dikkate alarak çok daha kapsamlı bir analize tabi tutmakla ancak yapılabilir.

Dolayısıyla olup bitenleri, dünyanın gidişatını teknolojiye indirgeyerek asıl önemli dinamikleri göz ardı etmek önemli bir yanılgıya götürebilir.

Bölüm VII

İletişim, Dilbilim, Göstergebilim

Giriş

Birbirini geliştiren, kuramsal ve yöntembilimsel olanaklarıyla birbirlerini karşılıklı besleyen iki alan iletişim bilimi ve dilbilim. Özellikle de etki çalışmalarının tıkanmaya başladığı 1960'lı yıllarda iletişim alanına ilgi gösteren araştırmacıların bir kısmı ekonomi politiğin eleştirel kulvarı içerisinde açılım sağlamaya çalışırken diğer bir kısmı da dilbilim ve göstergebilim içerisindeki çeşitli patikalardan geçerek kültürel çalışmaların zengin arazisinde sondaj yapmaya başlarlar. Biz de kitabın bu bölümünü dilbilim ve göstergebilimin iletişimcilere de açılım sağlayan patikalarında izsürümüne ayırdık.

İnsan, doğa ve evren üzerine kafa yoran düşünürler dil üzerine de aynı ölçüde kafa yormuşlardır. Özellikle de dilin gösterge sisteminin nasıl oluştuğu, nesne ve ad ilişkisinin nasıl kurulduğu Antik Çağlar'dan beri düşünürlerin zihinlerini meşgul etmiştir. İlk dilbilim kitabının Aristoteles tarafından, bu sorulara yanıt amacıyla yazıldığını da belirtelim. Bugün gelinen noktada işin içinden hala da çıkılabilmiş değil. Tavuk – yumurta hikayesini çağrıştırırcasına dil üzerine düşünenler dilin mi insanı var kıldığı, insanın mı dili oluşturduğu tarzı sorulara yanıt bulmak için her biri farklı alanlara açılan patikalarda yol almayı sürdürmekteler. Aynı şekilde düşüncenin mi dil içerisinde üretildiği, yoksa dilin mi düşünce içerisinde yapılandığı soruları da hala farklı düşünsel kulvarlarda farklı yanıtlarla karşılanmaya devam ediyor. Modernleşme sürecinin aydınlanmacı düşünürleri de dile kafa yormayı sürdürmüşlerdir. Locke, Herder, Humboldt, Hegel, Kant, Nietzsche, Marx, Weber, Husserl, Heidegger gibi düşünürlerin dil üzerine ortaya koydukları düşüncelerle XX. Yüzyılda somutluk kazanan dilbilim ve göstergebilim çalışmalarının temelini attıklarını söylemek hiç de yanlış olmaz.

XIX. Yüzyılda bilimsel yaşamda gözlenen iki temel ayrımın (pozitivizm ve eleştirelcilik) XX. Yüzyılda dilbilimde de etkisini göstermeye başladığı gözlenmekte. Bir tarafta görüşlerini pozitivizmin nesnel gerçekçi anlayışı üzerine temellendiren dilbilimin kurucularından Ferdinand de Saussure, diğer tarafta ise Marksist geleneğin dilbilim alanındaki temsilcisi Bakhtin ve çevresi. Saussure'ün 1920'lerin başlarında yayımlanan *Dilbilim Dersleri* adlı kitabıyla yalnızca dilbilimin temelleri atılmaz, aynı zamanda XX. ve XXI. Yüzyılın Batı düşüncesinde önemli bir çığır olarak nitelenebilecek olan yapısalcı düşünsel geleneğin temelleri de atılmış olur.

Diğer yandan Saussure'le biçimlenen dilbilimin verimli topraklarında Amerikalı Peirce'in öncülüğünde göstergebilimin filizlendiğine tanık oluyoruz. Ki daha sonraları göstergebilimin de kendi içerisinde özellikle de iletişim alanındaki çeşitli çalışmalar için (film çözümlemeleri, medya metinleri üzerine içerik ve söylem çözümlemeleri vb.) önemli ölçüde yöntembilimsel destek sağladığı gözlenmekte.

Ayrıca Saussure'le biçimlenen dilbilim anlayışı ile Rus Biçimcilerinin edebiyat merkezli olarak geliştirdikleri anlayışın yapısalcılık ortak paydasında çakıştığı dikkati çekmektedir. XX. Yüzyılın başlarında beliren ve kısa süre içerisinde de etki alanını genişleten Rus biçimcileri tarafından başlatılan söz konusu düşünce akımının Prag, Kopenhag ve hatta Paris dilbilim okullarına da temel oluşturduğu gözlenmektedir.

Marksist eleştirel bilimsel gelenek içerisinde biçimlenen dilbilim anlayışının temsilciliğini ise Bakhtin ve çevresinin üstlendiğini görüyoruz. 1920'li yıllarda beliren bu anlayışın özellikle de 1960'lardan itibaren iletişimin eleştirel kulvarında gerçekleştirilecek çalışmalar için önemli bir beslenme kaynağı olduğu gözlenmektedir. Ama diğer yandan bazı postyapısalcı dilbilimcilerin de (Kristeva, Barthes vb.) Bakhtin ve çevresinin ortaya koyduğu görüşlerden yararlandıkları dikkati çekmektedir.

Bu bölümde de dilbilim ve göstergebilim alanına yön veren bu anlayışlar, okullar ve öncü rol oynayan düşünürler üzerinde ana hatlarıyla durulmakta, iletişim alanıyla kuramsal ve yöntembilimsel kesişme noktaları ortaya konulmaktadır.

İletişim Bilimleri, Dilbilim, Göstergebilim

İletişim bilimlerinde özellikle de 1960'lı yıllara doğru kuramsal ve yöntembilimsel anlamda bir tıkanma yaşandığı gözlenmekte. Söz konusu tıkanma bir yandan da iletişim bilimleri için yeni açılımların gerçekleşmesine olanak vermiştir. İletişim alanının disiplinlerarası bir mecraya doğru açılım yaparak, antropolojinin, sanatın, edebiyatın vb bilim dallarının da kuramsal ve yöntembilimsel olanaklarından yararlanmasında dilbilimin katkısı giderek önem kazanacaktır. Hatta dilbilimin etkisiyle iletişim alanında zaman zaman önemli ayrışma ve çatışmaların yaşanması bile söz konusu olacaktır. Örneğin, kitle iletişim araçları merkezli çalışmalarda aracın içeriğinin mi yoksa sahiplik ve mülkiyet yapısının mı daha önemli olduğu yönündeki tartışmalar bu açıdan önemlidir. Bununla ilişkili olarak keskin bir ayrışmanın

da kültürel çalışmalar ve ekonomi politik gelenek arasında yaşandığı bilinmektedir. Bu tür aynışma ve çatışmaların giderek kaynağın mı, iletinin mi, yoksa okurun mu iletişimsel işleyişte daha belirleyici olduğu vb. tartışmalarla sürdüğü de gözlenmektedir. Bu tartışmaların da çoğunlukla dilbilim ve göstergebilimle ilişkilendirilerek sürdürüldüğü dikkati çekmektedir.

İletişim bilimine dilbilimsel açıdan yaklaşanlar kitle iletişim araçlarının içeriğini, yani ürünü merkeze koymayı tercih ederler. İçerik veya ürün merkezli görüşler kitle iletişim araçları ortamında üretilenin çoğu zaman söz konusu araçların içerisinde yer aldıkları mülkiyet ilişkilerinden, teknolojik yapısından ve izleyicinin istek ve beklentilerinden bağımsız gerçekleştiğini savunurlar. Hatta bu yaklaşıma yakın duranların önemli bir kesiti kitle iletişim araçlarının içeriğinin çoğu zaman izleyicinin istek ve beklentilerini biçimlendirdiği görüşünü savunurlar. Diğer yandan içerik ve izleyici ilişkisinin, kitle iletişim araçlarının üretim süreçlerini kontrol edenlerin istek ve beklentileri dışında başka etkiler yarattığı da öne sürülmektedir. Metnin taşıdığı açık ve örtük anlamların, izleyicinin algılayış biçiminin, içerik ve izleyicinin etkileşimde bulunduğu ortamın genel ikliminin vb. pek çok ögenin bunda etkili olduğunu savunanların sayısı da azımsanmayacak kadar çoktur. Yapısalcı kuramın etkisinde geliştirilen bu tür görüşlerde dilbilimin kuramsal ve yöntembilimsel verilerinin merkezi bir öneme sahip olduğu gözlenmektedir.

Dilin insan ve toplum yaşamında merkezi öneme sahip olduğunu düşünenlere göre düşünceler dilin yapısı içerisinde ancak anlam kazanır. İnsanlara, yaşama ilişkin her tür bilgi dilin yapısı içerisinde şifreler biçiminde yer alır. Dilsel yapılardan geçilerek ancak insanlar kendi gerçekliklerini kurabilir, yaşam pratikerini biçimlendirebilirler. Hatta bu anlayışı benimseyenlere göre dilbilimin gösterge ortamı dışında başka bir gerçeklik de yoktur. İnsana ve yaşama dair herşey dilin simge dünyası içerisinde inşa edilir ve varlık kazanır. Yapısalcılıktan beslenmekle birlikte görüşlerini postmodernizmin düşünsel iklimi içerisinde biçimlendiren postyapısalcılar ise dil içerisinde kurulan gerçekliği ve anlamsal içeriği de büyük ölçüde saf dışı ederler. Onlara göre dilin simgesel alanı öylesine hareketli, kaygan ve değişkendir ki oradan herhangi bir anlamsal çıkarımda bulunmak veya gerçeklik analizi yapmak mümkün değildir. Derrida'nın yapıbozumcu yaklaşımı ve Baudrillard'm simülasyon dünyası bu anlamda büyük ilgi uyandırmıştır.

Bugün iletişim alanındaki çalışmalara de önemli ölçüde etki eden dilbilim ve göstergebilime ilişkin bu yaygın anlayışların yanı sıra dile tarihsel materyalist açıdan yaklaşanlar da var. Bu yaklaşıma göre dilin insandan önce, insandan bağımsız varlığı söz konusu değildir. Dil, insanlar arası ilişkiler içerisinde gelişmiş insanal etkinliklerden biridir. Özünde toplumsal bir varlık olan insanlar birbirleriyle iletişim kurabilmek için dili geliştirmişlerdir. Toplumsal devinim de dille mümkün olabilmiştir. Böylece dil bir yandan da insanın tarihinin önemli bir yansıtıcısı haline gelmiştir. Dolayısıyla dil de toplum gibi dinamik yapıya sahiptir. Ancak onun bu dinamizminin öznesi dilin gelişimini gerçekleştiren insandır. Bu dilsel yaklaşıma göre kitle iletişim araçlarının içeriğini, dil ve ileti yapısını onların mül-

kiyet ve sahiplik yapısından bağımsız düşünmek olanaklı değildir. Kitle iletişim araçlarının yapısal süreçlerini denetleyen mekanizmalar onun dilsel içeriğini de denetlerler.Aynı şekilde dili, insanın tarihinden ayrı düşünmek de mümkün değildir. Dolayısıyla bu yaklaşıma göre gerek dilbilim çalışmalarını gerekse de iletişim alanındaki çalışmaları insanın tarihinden ayrı düşünmek araştırmacıları yanıltıcı sonuçlara götürebilir.

Genel olarak bakıldığında dilbilim ve göstergebilim etrafında geliştirilen düşüncelerin özünü dil ve gerçek dünya ilişkisi sorgusu oluşturur. Baştan beri merak edilen şey, gerçekliğin dil tarafından ne oranda tanımlandığı ve yansıtıldığıdır. Aynı şekilde işaretle (gösterge) işaret edilen (gösterilen) arasında anlamlı ve mantıklı bir ilişkinin olup olmadığı da her zaman merak konusu olmuştur. Örneğin, kitap sözcüğü ile kitap nesnesi arasındaki ilişkinin mantıksal bir temele mi dayandığı yoksa rastlantısal mı olduğu yönündeki sorular göstergebilimin gelişimini yönlendirmiştir. Özellikle kitle iletişim araçlarının insanların günlük yaşamının ayrılmaz bir kesiti haline geldiği günümüzde göstergebilim iletişim bilimlerinin de ilgi alanında yer almaya başlamıştır. Çünkü kitle iletişim araçları dolayımlı iletişim tümüyle göstergeler üzerine kuruludur. Kitle iletişim araçlarının kurmaca dünyası göstergebilimin olanaklarından yararlanılarak kurulmaktadır. Gerçeklikle en çok örtüşen haber metinlerinin göstergebilimsel yapısıyla, öykü, roman, film, bilim kurgu vb. insanların düş dünyalarıyla daha çok örtüşen kurmaca ürünlerin göstergebilimsel yapısı arasında önemli farklılıklar vardır. Duygulara seslenen bir şiirsel metinle bilişsel duyuya seslenen düzyazı metninin göstergebilimsel yapısı arasındaki farklılık da oldukça belirgindir. Birinde yan anlamlara, çağrışımsal anlamlara, mitik göstergelere vb. daha çok yer verilirken, diğerinde düz anlamlar ve doğrudan bir anlatım biçimi kullanılmasına özen gösterilir. Diğer yandan reklam metinlerinde kullanılan göstergebilimsel yapı ile haber metinlerinde kullanılan göstergebilimsel yapı arasında da önemli farklılıklar vardır.

Kitle iletişim araçlarının ürün yapısı veya içeriksel ortamı üzerinde çalışanlar dilbilimin ve göstergebilimin kuramsal ve yöntembilimsel tüm olanaklarından yararlanırlar. Ama bundan da önemlisi XX. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren sosyal bilimlere yön veren, iletişim bilimlerine de egemen olan yapısalcı ve postyapısalcı düşünsel yaklaşımların temelinde de dilbilim ve göstergebilimin olduğu bilinmektedir. İşte bu nedenle dilbilim ve göstergebilimin hiç değilse en temel yaklaşımları üzerinde genel hatlarıyla durmak, iletişim biliminin gidişatını anlamak açısından önemli olacaktır.

Dilbilim ve Göstergebilimde Öncü Adımlar

Yukarıda da belirttiğimiz gibi Antik Çağlar'dan itibaren filozoflar işaretler üzerinde kafa yormuşlardır. İnsanların spontane olarak çıkardıkları seslerden nasıl alfabetik imler elde ettikleri, bunların nasıl ve hangi koşullar altında sözcüklere dönüştüğü, nesnelerin ve fikirlerin nasıl olup da belli sözcüklerle adlandırıldığı

her zaman merak konusu olmuştur. Özellikle de söz ve konuşmanın Antik Çağlar'da büyük öneme sahip olduğu gözlenmekte. Sözlü kültürün egemen olduğu bu dönemlerde söz ve konuşma üzerine özellikle kafa yormuşlardır. Özellikle de Sokrates'in söze verdiği önem, eserlerini hiçbir biçimde yazılı hale getirmemesinden de anlaşılmaktadır. Sokrates için hiçbir yazılı kaynak sözün ve sesin yerini tutamazdı. Platon ve Aristoteles'in dilbilim konusundaki düşünceleri ise günümüzde hala çoğu düşünürün hareket noktasını oluşturmaktadır. İlk dilbilim kitabının Aristoteles tarafından kaleme alındığını belirtmiştik. Aristoteles bu kitabında dilin sözcük ve gramer yapısı üzerinde durur, söz sanatlarının yazılı iletişimdeki gücüne işaret eder. Aristoteles'in söz ve konuşmaya verdiği önemi ise onun *Retorik* adlı kitabından izlemek olanaklıdır. Aristoteles iletişimin işleyişini konuşan, konuşma, dinleyen ve ortam biçimindeki dörtlü ögeyle açıklamıştır. Daha sonraları iletişimin işleyişini açıklamak üzere geliştirilen çoğu kuram ve modelin Aristoteles'in söz konusu modelini hareket noktası olarak aldıklarına da dikkat çekmiştik.

Eski Yunan filozofu Platon insanların, dış dünyayı duyularıyla algıladıklarını ileri sürer. Bu algılama dış dünyanın somut yansıyışlarına ilişkindir. Burada algılama edimini akıl değil duyular gerçekleştirir. Soyut gerçekliği algılamada ise akıl devreye girer. Platon'un "idea" olarak adlandırdığı şeydir soyut gerçeklik. Düşünceye özgü olan şey. Platon evrendeki bütün varlıkların (canlı ya da cansız) bir özleri olduğunu iddia eder. Bu öz, Tanrı tarafından önceden belirlenmiş ve varlığa içerilmiş olan ideadır. Varlıklar bu öze, yani idea'ya göre oluşur ve sonradan onlara ad verilir (Akerson,2005). Platon'un düşünceyi öncül kabul eden bu görüşü dilin, düşünce içerisinde var olduğunu savunan, özellikle de Bakhtin ve çevresi olarak bilinen bir kısım XX. Yüzyıl düşünürü için de esin kaynağı olur. Diğer yandan Platon'na göre şey ile sözcük arasındaki ilişki çoğunlukla rastlantısaldır. Bir şeyin ya da nesnenin adını değiştirip başka bir ad koyduğunuzda bu kez de o adla anılır ve bunda da hiçbir terslik yoktur. Platon'un şeyler ve adlar arasındaki ilişkinin rastlantısal olduğuna ilişkin bu vurgusu da dilbilime ilişkin düşüncelerini yapısalcı gelenek içerisinde geliştirecek olan dilbilimciler için çıkış noktası olacaktır. Ama Platon dile ilişkin düşüncelerini bununla sınırlandırmaz. Ona göre nesne ve ad arasındaki ilişki her zaman kendiliğinden ve rastlantısal olmayabilir. Söz konusu ilişki kimi zaman da görenekten kaynaklanır, yani toplumsal ilişkiler içerisinde biçimlenir. Platon'a göre gösteren (sözcük veya işaret) ile gösterilen (şey, nesne) arasında, onların ikisinden de farklı başka bir ara bölge, bir alan, bir mesafe vardır. Bu, idealar alanıdır. Raymond Williams'a (1990:23) göre gerçeklik ya da dil araştırmalarının çoğu aslında bu alandaki oluşturucuların (metafiziksel) veya biçimlerin irdelenmesine dayanır. Özellikle dil ve ideoloji ilişkisi üzerine kafa yoranların, tartışmalarını Platon'un ara bölge olarak tanımladığı bu idealar alanında yoğunlaştırdıkları gözlenmektedir. O halde denebilir ki Platon'un dil konusunda ortaya koyduğu görüşler modern dönemlerdeki düşünürlerin hemen tümü için esin kaynağı olmuştur.

Eski Yunan düşünürlerinden Aristoteles' e göre ise dış dünyadaki varlıklar insan zihnindeki birtakım kavramlara karşılık gelir. Bu yönüyle kavramlar, dış dünyanın insan zihnindeki izdüşümleri olarak yorumlanabilir. Bu izdüşümler tüm insanlar için aynı olmakla birlikte dile getirilişlerinde farklılık görülür. Bunun nedeni ise Aristoteles'e göre topluluk halinde yaşamak zorunda olan insanların başka insanlarla uzlaşmak zorunda olmalarıdır. O halde Aristoteles'in savından hareketle dilin, düşüncenin uzlaşımsal dışa vurumu olduğunu söyleyebiliriz. Bu görüşe göre insan, kafasındaki her düşünceyi istediği ölçüde ve biçimde dile getiremez. Düşünce üzerindeki toplumsal sansür dil aracılığıyla gerçekleşir. Aristoteles varlıklara veya nesnelere karşılık gelen kavramların özde değil, insanlar tarafından sonradan geliştirildiğini ileri sürer. Aristoteles'in görüşlerinden hareketle insanların bu kavramsallaştırmaları ve de adlandırmaları, kendi aralarında ortak iletişimsel bir alan oluşturmak amacına dönük olarak geliştirdiklerini söyleyebiliriz. Aristoteles'in dil konusundaki bu düşüncelerini Marksist bir bakış açısıyla okumak da mümkündür. Şöyle ki Aristoteles dili, dış dünyadaki varlıkların veya nesnelerin insan zihnindeki birtakım kavramlara karşılık gelmesi olarak aldığına göre dilin maddi bir temeli olduğuna vurgu yapıyor demektir. İnsanlar kendilerinin de içerisinde yer aldıkları dış dünyadaki nesnelere ilişkin olarak zihinlerinde geliştirdikleri kavramları kendi aralarındaki etkileşimle anlamlı bir dilsel yapıya dönüştürürler. Aristoteles'in vurguladığı bir diğer önemli nokta da konuşma edimidir. Dilin etkin söze dönüşmesi için konuşanın ve dinleyenin varlığı gereklidir. Böylece dil eyleme dönüşür. Ki daha sonra Voloshinov bunu bireyler arası etkileşim ve iletişim, Bakhtin ise diyoloji adlandırmasıyla ele alacaktır. Aristoteles insanların gündelik pratikleri içerisinde gelişen dil ve şiir dili arasında da bir ayrım yapar ve şiir diline özel bir önem atfeder. Şiir dili ustalıklı söz söyleme sanatıdır. Gündelik yaşam içerisinde kendiliğinden gelişen dilin ustaca estetize edilmiş, yeniden kurulmuş halidir. Bakhtin ve çevresi Aristoteles'in bu görüşünden hareketle gerçekliği doğrudan yansıtan metinler ve onu yeniden kuran kurmaca metinler ayrımına giderler. Şiir dili de bu anlamda kurmaca dil kategorisinde ele alınır. Aristoteles bu anlamda dilsel göstergenin bir araç olduğunu ve bilginin taşınmasında önemli bir işlev üstlendiğini ileri sürer. Dolayısıyla da insanlığın gelişme göstermesinde, ilerlemesinde bilgi taşıyıcılığı işlevi nedeniyle dil olmazsa olmaz bir öneme sahiptir.

Dil üzerine kafa yoran Stoacı düşünürler ise gösteren ve gösterilen ilişkisi üzerine yoğunlaşarak bir göstergeler öğretisi geliştirmeye yönelirler. Bu girişimden çok önemli sonuçlar elde edilmese de bir ilk adım olması açısından önemlidir.

Aydınlanma düşüncesinin kapı aralayıcılarından İngiliz düşünür Francis Bacon da dil ve gösterge konularına ilgisiz kalmaz. Öyle ki Bacon üçlü bir göstergebilimsel model bile geliştirir. Bacon'un bu üçlü modeli gösterge, gönderim ve yorumlayıcı kişi olmak üzere üç oluşturucu ögeden oluşur. Bacon'un bu üçlü modeli günümüzde hala göstergebilim kapsamında yapılan araştırmalarda önemle dikkate alınır. Bacon'un ardından söz konusu üçlü modeli derinlemesine inceleyen John

Stoacılık: Tüm evrenin kutsal bir otorite tarafından yönetildiğini düşünme ve bu otorite kötü irade gösterdiğinde bu iradesini insanlara yüklemektir.

Poinsot (1612), *Tractatus de Signis* adlı kitabında bu modelden hareketle göstergebilim alanının oluşturalabileceğini öne sürer.

Dil ve göstergebilim üzerine düşünenlerden biri de İngiliz düşünür John Locke'tur. Hatta göstergebilimin isim babası da sayılır. Locke "İnsanın Anlama Yetisi" adlı denemesinde "semiotike" sözcüğünü kullanır ve onu biraz da belki Stoacılar'dan kopyalayarak "göstergeler öğretisi" anlamında ele aldığını belirtir (1690). O da Platon gibi insanların, dış dünyayı beş duyularıyla algıladıklarını ileri sürer. Ama diğer yandan da Aristoteles'i çağrıştırırcasına Locke de insanların bu algılamalar sonucunda zihinlerinde birtakım kavrayışlar, yani fikirler oluşturduklarını ve bu fikirleri de sözcüklerle dışa vurduklarını ileri sürer (Akerson, 2005). Dolayısıyla Locke de insana ilişkin daha derin çözümlemeler için insanın zihnindeki bu kavrayışlardan ve onların dışavurum aracı olan göstergelerden hareket etmek gerektiğini, bunun için de bir bilim dalı kurulması gerektiğini ileri sürer. Locke'un bu konudaki görüşlerinden önemli ölçüde etkilenen Fransız düşünür J.H. Lambert ise göstergeler öğretisinin Locke'dan sonraki en önemli temsilcilerinden biri olarak dikkati çeker. Lambert'e göre mantık, metafizik, fenomenoloji gibi üç önemli bilim dalının yanına bir de semiyotik'in eklenmesi gerekir. Hoene-Wronski, Bolzano, Husserl gibi felsefeciler de dil ve semiyotik üzerine kafa yorarak aslında bir yanıyla da bir dil felsefesinin gelişmesine önayak olurlar. Bu öncü adımların ardından, özellikle de XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren dilbilim ve göstergebilime ilişkin görüş ve düşüncelerin modern bilimin kuramsal ve yöntembilimsel gelişim süreci içerisinde biçimlendiği gözlenmekte. Bir yandan pozitif bilimler bir yandan da Marksist eleştirel gelenek dilbilim ve göstergebilime ilişkin kuram ve yöntemlerin gelişmesinde etkili olur. Örneğin, Ferdinand de Saussure'ün dilbilim çalışmaları, Peirce'in göstergebilim çalışmaları ve Rus biçimcilerin öncülüğünde gelişen dilbilim ve yazınbilim çalışmaları daha çok pozitif bilimlerin nesnel gerçekçi bakış açısını esas alırken, Bakhtin ve çevresinin dilbilime ilişkin görüş ve düşüncelerinin daha çok Marksist eleştirel gelenekten beslendiği gözlenmektedir.

Marksist yazında dil iki kategoride ele alınır. Bir yanıyla insanın maddi üretim ortamında dil bir etkinlik olarak ele alınırken, diğer yanıyla da tarih içerisindeki gelişiminin incelenmesi gereği üzerinde durulur (Williams,1990:23). Marksist anlayışa göre dil insanlar tarafından, gereksinim duyulduğu için geliştirilmiştir. İnsanlar arası ilişkiler içerisinde varlık kazanmıştır (Marx and Engels,1998). Dolayısıyla da dil, toplumda maddi temeli olan bir olgudur. Bu, İngiliz düşünür Raymond Williams'a göre dilin pratik oluşturucu bir etkinlik olduğu görüşüyle de örtüşmektedir. Buna göre de dil insanal bir etkinlik biçimidir. Bu anlayışa göre dilin, insandan bağımsız bir gerçekliği yoktur. Dil, insan tarafından yaratılmış olup, insanın gerçekliğini yansıtan bir araçtır. Özellikle de Rus dilbilimciler Valentin Nikolayeviç Voloshinov, Mikhail Bakhtin, Medvedev gibi düşünürlerin düşüncelerini bu görüş üzerine temellendirdikleri gözlenmektedir. Burada özellikle dilbilim üzerine yoğunlaşmalarından dolayı Voloshinov ve Bakhtin ele alınacaktır.

Semiyotik = Göstergebilim. Göstergelerin yorumlanması, üretilmesini veya işlevsel anlamda sürecelerini inceleyen bütün felsefelerin sistematik olarak incelenmesi

Bunun karşısındaki yaklaşım ise dilin tikel olduğu, dolayısıyla da insanın etkinlik alanından bağımsız olarak var olduğudur. Hatta bu görüşe göre dil, insanlık tarafından oluşturulan bir etkinlik alanı değil, insanın kurucu ögesi olarak ele alınır. Dilin, doğada, insandan bağımsız, kendine özgü bir nesnel gerçekliği vardır ve insan bu nesnel gerçekliğe ancak ufak çaplı birtakım müdahalelerde bulunmuştur. Vico ve Herder'de (Williams,1990:28) somutluk kazanan bu görüş Saussure'in yapısalcı dilbilim kuramının da temelini oluşturur. Saussure'in kuruculuğunu yaptığı yapısalcı gelenek ise bir yandan Peirce'in göstergebilim kuramının gelişmesine, diğer yandan da postmodernizmin de açtığı yolda Kristeva, Barthes, Derrida, Lacan, Lévi-Strauss, Foucault gibi postyapısalcı düşünürlerin dilbilime ilişkin görüşlerinin biçimlenmesine temel oluşturur.

Burada da öncelikle dilbilim ve göstergebilimin Marksist geleneğin etkisinde Bakhtin ve çevresi tarafından geliştirilen kesiti üzerinde durulacak. Ardından da Saussure'le biçimlenen, Peirce'le devam eden yapısalcı gelenek ele alınmakta. Ancak burada sözü edilen her iki dilbilimsel geleneği birbirinden tümüyle ayrı düşünsel yaklaşımlar olarak da görmemek gerekir. Nitekim her iki gelenek de özde modernizmin aydınlanmacı düşüncesi içerisinde var olurlar. Birbirinden farklı birtakım yaklaşımlar ortaya koysalar da her iki gelenek de özde bütünselcidirler. Yapısalcı gelenekte yapı merkezi bir önem taşımakla birlikte, diğerinde de yapının reddi söz konusu olmamakta, ancak işlevsellik merkeze taşınmış bulunmaktadır. Ancak yine de her iki gelenek etrafında birbirinden farklılaşan önemli görüşlerin geliştiği de gözlenmektedir. Burada bunlara ana hatlarıyla değinilecektir. Bu arada yapısalcı geleneğe Doğu Avrupa'dan destek veren Rus biçimcileri, Prag ve Kopenhag Okullarının görüşleri üzerinde durulacak. Ardından her iki geleneğin bir ölçüde sentezi olarak ortaya çıkan Paris Okulu çevresinde biçimlenen görüşlere kısaca gözatıldıktan sonra dilbilimin Amerika uzantısı olarak gelişen Amerikan Okuluna yine kısaca yer verilecektir. Bunların ardından da postmodernizmin içerisinde gelişecek olan postyapısalcı dilbilim ve göstergebilim anlayışı üzerinde durulacaktır.

Eleştirel Dilbilim Geleneği

Modernizm ve Aydınlanma geleneği içerisinde dilbilim alanında beliren iki temel yaklaşımdan biri Marksist düşüncenin içerisinde gelişen eleştirel dilbilim geleneğidir. Marksist düşünce öncesinde Hegel ve Kant gibi Aydınlanma dönemi felsefecilerinin görüşleriyle temelleri atılan eleştirel dilbilim Marksizmin eleştirel düşünsel iklimiyle filizlenir. XX. Yüzyılın başlarında ise Voloshinov ve Bakhtin gibi dil felsefesi üzerine düşünen Marksist düşünürlerin çabalarıyla dilbilimin eleştirel kanatını oluşturur. Söz konusu yaklaşım elbette adı geçen iki düşünürle sınırlı kalmaz. Ancak kitabın kapsamı içerisinde burada ancak temeli atan iki düşünür Voloshinov ve Bakhtin üzerinde durmakla yetineceğiz.

Voloshinov: Dil ve İdeoloji

Bakhtin çevresinde yer alan Rus düşünür Valentin Nikolayeviç Voloshinov dilbilim ve yazınbilime ilişkin görüşlerini Marksist eleştirel gelenekten beslenerek ortaya koyar. Voloshinov dilbilimi ve göstergebilimi ideolojik bir temele oturtmaya çalışır. Bu yönüyle aslında Voloshinov'un yalnız Marksizmden değil aynı zamanda Antik Yunan düşünürlerinden de beslendiği anlaşılmaktadır. Gösterge ve gösterilen ilişkisinin idea alanında biçimlendiği görüşünü ortaya koyan Platon, dili ideolojik bir yapı olarak ele alan Voloshinov için önemli bir esin kaynağıdır. Terry Eagleton'a göre de Voloshinov göstergebilimsel ideoloji kuramını ilk ortaya koyan düşünürlerden biridir (Serdar, 2001:228). Diğer yandan dilin temelinde söz olduğunu, ancak sözün dile dönüşmesi için konuşmacının ve dinleyicinin varlığının gerekliliğine dikkat çeken Aristoteles de dilin insanlar arasındaki karşılıklı etkileşim, iletişim içerisinde ancak varlık kazandığını ileri süren Voloshinov için önemli bir çıkış noktası olur. *Alman İdeolojisi*'nde de Marx ve Engels dili insanal bir pratik olarak açıklarlar. Voloshinov da dilin insanın gündelik yaşam pratikleri ve ilişkileri içerisinde varlık kazandığı görüşündedir. Bu görüşe bağlı olarak Voloshinov şeyler ve adlar (nesneler ve sözcükler) arasındaki ilişkinin de rastlantısal olmaktan çok kültürel ve tarihsel olduğu düşüncesindedir. Göstergeler toplumsal ilişkiler içerisinde oluşur. Gösteren ve gösterilen ilişkisi de buna bağlı olarak insanın yaşam pratikleriyle, toplumsal ilişki ortamında gelişir. İnsanlar sözcükleri ve sesleri çoğu zaman birtakım değer yargıları, birtakım ideolojik yönelimlerle algılar ve anlamlandırırlar. Bu değer yargıları ve ideolojik yönelimlerin arka planında ise birtakım yaşanmışlıklar, yaşama ilişkin pratikler ve ilişkiler vardır. Bu da sözcüklerin, sözün, dolayısıyla da dilin oluşumunun tarihsel bir temeli olduğu anlamına gelir. Dilin oluşumunun temelinde bir yandan insan pratikleri ve toplumsal ilişkiler olduğunu, diğer yandan da tarihsel süreç içerisinde ele alınması gerektiğini savunan Voloshinov'un böylece dilbilimi hem tarihsel materyalist hem de diyalektik anlayışla ilişkilendirdiği anlaşılmaktadır. Bu yönüyle de Voloshinov'un Marksist düşünsel geleneğin bir hayli etkisinde olduğu söylenebilir.

Bu bağlamda Voloshinov'un dikkat çektiği bir diğer nokta da dilin sınıfsal bir olgu olduğudur. Ona göre söz tek başına anlam ifade etmez. İçinde yer aldığı bağlamla ancak anlam kazanır. Ve bu bağlam çoğu zaman sınıfsaldır. Dilin etkileşim alanında sınıfsal mücadele de devam eder. Buna göre dil belli ilişkiler içerisinde var olurken aynı zamanda içinden çıktığı toplumsal ilişkileri dönüştürücü etkiye de sahiptir (Serdar,2001).

Voloshinov göstergelerin çoğunlukla göreneksel olduğunu, yani toplum içerisinde zamanla biçimlendiğini ileri sürer. Gösteren ve gösterilen ilişkisi keyfi değil, göreneksel olduğuna göre değişmez de değildir. Oysa biraz sonra üzerinde durulacağı gibi Saussure dili durağan, kendi içerisinde tamamlanmış bütünsel bir yapı olarak görmektedir. Voloshinov'a göre diller de tıpkı toplumsal sistemler gibi sürekli değişim ve dönüşüm içerisinde olan hareketli yapılardır. Bu da dilin,

içerisinde geliştiği toplumsal yapılardan bağımsız düşünülmemesi gereğini ortaya koymaktadır.

Voloshinov'a göre sözsel gösteren karşılık geldiği nesnenin tam olarak yansıyışı da değildir. Nesne ve sözcük arasında anlamsal bir bütünleşme olmakla birlikte, bu, genelde toplumsal ilişkiler içerisinde göreneksel olarak yaratılmış dinamik bir anlamsal bütünleşmedir. Biçimsel öge ile anlamın bütünleşmesi dinamik bütünleşme olgusundan dolayı birbirlerine bağlıdırlar. Bu bağ kendiliğinden oluşmuş değil, insanların pratikleri içerisinde ya da toplumsal ilişki içerisinde biçimlenmiştir. Bu da dilin aynı zamanda kültürel bir olgu olduğunu göstermektedir.

Voloshinov'a göre dilin oluşmasını gerektiren konuşma edimi insanlar tarafından toplumsal yaşamın bir gereği olarak geliştirilmiştir. Konuşmaya yön veren işaretler de insanların ürünüdür. Sözcükler insanlar arası etkileşim ve iletişim ortamında anlamlı sözcelere dönüşür. Toplumsal yaşam içerisinde kullanıma giren işaretler gerçek iletişimsel ürünlerdir. Birey, bir toplum içerisine doğar, toplumsallaşma süreci içinde biçimlenir. Ama her insan, içerisinde biçimlendiği toplumun aynı zamanda da toplumsal işleyişinde etkin rol alır. Toplumsal süreçlerin üretilmesinde etkin konumdadır. Toplumda etkin biçimde kullanılan dil de insan tarafından üretilir. Toplumsal değişmeye koşut olarak dil de sürekli değişim halindedir. O halde insan ve toplum yaşamında somut ve durağan bir dilden söz etmek olanaksızdır. Genel olarak dilin gramatik yapısı değişmese de sözcük dağarcığında sürekli bir değişim söz konusudur. Bu noktada Voloshinov'un haklı olduğuna ilişkin pek çok somut örnek verilebilir. Örneğin, Orta Asya'daki yaşamlarından bu yana Türklerin geçirdikleri sosyokültürel değişim ve dönüşümlere koşut olarak kullandıkları dilde de ne denli değişim ve dönüşüm olduğu bilinmektedir. Eğer dil durağanlık özelliğine sahip olsaydı, biz Türkler bugün hala Orta Asya'da yaşamakta olan soydaşlarımızla aynı dili konuşuyor olurduk. Aynı durum İngilizce için de söz konusudur. Yüzyıllar öncesinde İngiltere'den Amerika'ya göçen bugünün Amerikalıları ile İngilizler arasında, konuştukları dil açısından ne denli farklılık olduğu bilinmektedir. Aynı dili konuşmakla birlikte bir Amerikalıyla bir İngilizin çoğu zaman birbirlerini anlamakta güçlük çektiklerine çoğumuz tanık olmuşuzdur. Bir başka örneği de Türkiye'den verebiliriz. Kent yaşamının giderek artan temposuna koşut olarak dilin daha devinimsel bir özellik kazandığını çoğumuz farketmişizdir. "Gideceğim, yapacağım, geleceğim, konuşacağım" sözcüklerinin yerine "gidicem, yapıcam, gelicem, konuşıcam vb." sözcüklerinin konuşma diline yerleşmesi dildeki devinimin somut yansıyışlarıdır. Aynı şekilde İngilizcede, eskisine göre dildeki konuşma ritmini hızlandıran, yazılı anlatıma daha bir devinim kazandıran deyimlerin, sözcelerin kullanım yoğunluğunun artması da buna örnek verilebilir. Bütün bunlar dil ve insan pratikleri, dil ve toplum arasındaki etkileşime dikkat çekiyor. Dolayısıyla da dil ve toplum arasında diyalektik bir ilişki olduğu konusunda Voloshinov'a hak vermek gerekiyor.

Voloshinov'a göre dil, basitçe maddi gerçekliğin bir yansıması da değildir. Maddi gerçeklik, pratik bilinç olarak toplumsal etkinliği içeren ve bu etkinlik

tarafından içerilen dil aracılığıyla kavranır. Bu kavrayış süreklilik özelliğine sahiptir. Bu da dilin sürekli üretim ve değişimine yol açar. Dil, bu devinim halindeki yaşama eklemlenerek var olur ve yaşar. Bu eklemlenme sistemli ve biçimsel olabilir. Fiziksel bir ses bir işarete dönüşebilir. İşaret herhangi bir gerçekliğin bir kesiti olarak var olurken bazen başka bir gerçekliği de yansıtır ve yayar. Bu da dilin metaforik yanını ortaya koyar. Anlamların toplumsal olarak üretilmesi demek, aynı zamanda pratik bir maddi etkinlik oldukları anlamına da gelir. Anlamlandırma dilsel bir üretim aracıdır. Anlamlandırma, ayrıca insanın ve toplumun pratik bilincinin dilsel biçimidir. Toplumsal maddi pratiğe bağlı olarak var olur. Yoksa ondan bağımsız ve onun öncesinde varlık gösteren bir şey değildir (Williams,1990:34). Ki bu da Voloshinov'un dili bir üstyapı ögesi olarak görmekten çok bir altyapı ögesi olarak gördüğünü göstermektedir. Ona göre dil, anlamın üretildiği bir üretim alanıdır. O halde öncelikle bir alt yapı ögesi olarak görülmelidir. İnsanların yaşam pratikleri ve toplumun maddi ilişkileri içerisinde üretilen anlamlar, içerisinde üretildikleri toplumsal sistemde insanların değer yargılarıyla, ideolojileriyle yeniden biçimlendirilerek zamanla ideolojik alanlara dönüşürler. Bu da dilin altyapıdan üstyapıya doğru hareketliliği anlamına gelir (Williams,1990:37).

Voloshinov'a göre dil eğer toplumsal ilişkiler ve insan pratikleri içerisinde gelişen bir sistem olmasaydı, farklı toplumlarda, aynı nesneye farklı adlar verilmezdi. Hatta dünyada birbirinden farklı pek çok dil de olmazdı. Her toplumsal sistem kendi dil sistemini de üretmiştir. Başka bir deyişle her toplumsal yapı kendi dilsel yapısını da geliştirmiştir. Dilsel yapıların, o yapılar içerisinde üretilen anlamların ve işaretlerin temelinde insan pratikleri ve toplumsal yaşam yer almasaydı dünyada farklı dil sistemlerinden söz edilmezdi. Aynı şekilde farklı toplumların dillerindeki anlamsal ve sözsel yoğunlukların farklılığı da söz konusu olamazdı. Örneğin, Eskimolarda kar ve buz gibi şeylere karşılık gelmek üzere çok sayıda sözcük geliştirilmesi, buna karşılık ekvatora yakın yerlerde yaşayan toplulukların dillerinde de kar yerine güneşi ve sıcağı anlatan pek çok sözcüğün yer alması. Diğer yandan Anadolu'nun Karadeniz bölgesinde balık çeşitlerini adlandırmak için çok sayıda sözcük varken, iç kesimlerde bilinen ve kullanılan balık çeşidi ve adının sınırlılığı. Bütün bu örnekler Voloshinov'un dilbilimsel anlayışını güçlendirici nitelikteki tezlerdir. İçerisinde yaşadığımız dönemde bile toplumda değişen yaşam pratiklerine koşut olarak dilde de değişim olduğunu gözlemleyebilmekteyiz. Raymond Williams (1990:38) ise dilbilime ilişkin şu sözleriyle Voloshinov'un görüşlerini özetler.

> "Dil, biyolojik, oluşturucu bir yetenektir. Hem bireysel hem de toplumsaldır. Dilin gelişimi aynı zamanda hem tarihsel hem de toplumsal olarak oluşturucudur. Bu durumda diyalektik bir süreç olarak tanımlanabilir. İnsanların değişen pratik bilinçleri, bu pratik bilinçte evrimsel ve tarihsel süreçler çok önem taşımakla birlikte insanlar ancak bu bilinçte gerçek dil kullanımındaki karışık çeşitlemeler yoluyla ayırt edilebilirler".

Bakhtin: Dilbilimin Diyalektiği

Mikhail Mikhailovich Bakhtin de Voloshinov gibi Marksist düşünsel gelenekten etkilenen, dolayısıyla da dilbilime diyalektiğin içinden bakan düşünürlerden biridir. Aslında Bakhtin ve çevresi olarak adlandırılan ve Bakhtin, Voloshinov ve Medvedev gibi düşünürlerden oluştuğu bilinen düşünce grubunun gerçekte var olmadığı, farklı isimlerle yazılan metinlerin tümünün Bakhtin'e ait olduğu yönünde de birtakım görüşler ortaya atılmakla birlikte bu konuda kesin bir sonuca ulaşılmış değil. Durumun içinden çıkılamayınca da çeşitli yönlerdeki tahminler Bakhtin ve çevresi adlandırmasıyla karşılanmaya çalışılmıştır. Aynı tartışmalı durum adların yazılışında bile dikkati çeker. Bakhtin ya da Bahtin, Voloşinov veya Voloshinov gibi. Ancak şurası bir gerçektir ki Bakhtin ve çevresi düşüncelerini Marksist gelenek üzerine kurmuşlardır. Dil konusundaki düşüncelerinde de aynı durum gözlenmektedir. Yukarıda Voloshinov'un görüşlerine yer verildi. Aynı diyalektik anlayışa Bakhtin'de de rastlanmaktadır. Voloshinov'in dilin diyolojik yapısı vurgusunun Bakhtin'de çok daha netlik kazandığı gözlenmektedir. Bakhtin'e göre de dil bir etkileşim olayıdır ve insanların maddi pratikleri içerisinde üretilmiştir. Bakhtin'e göre insan hep konuşan, etkileşim içerisinde olan ve bu esnada da sürekli olarak üretim yapan, metin üreten bir varlıktır. Dolayısıyla da dil insanal etkileşim ve konuşma pratiği içerisinde varlık kazanan bir olgudur.

Bakhtin dilin ve ona bağlı olarak da söylemin oluşum koşullarına bakar. Ona göre dilin ve söylemin oluşum koşullarını ve bağlamını çözümlemek, toplumsal ve kültürel yapıdaki ilişkileri anlamak açısından büyük önem taşır. Örneğin, Bakhtin roman söyleminden hareketle toplumsal ve kültürel yaşama ilişkin önemli bilgilerin elde edilebileceği görüşündedir. Kendisi de insanlık tarihinde önemli bir kültürel olgu olan karnaval üzerindeki çözümlemeleriyle tarihin derinliklerinde gezintiye çıkar, insanları, toplumları ve onların kültürlerini anlamaya çalışır.

Bakhtin de kendi düşünsel çevresine uygun olarak dilin diyolojik yapısında ısrar eder. Söz, yazı, metin, dolayısıyla da söylem karşılıklı ilişkiler içerisinde üretilir ve varlık kazanır. Söylemin bir söyleyeni, bir de dinleyeni vardır. Söyleyen ve dinleyen karşılıklı ilişki içerisinde sürekli yer değiştirerek söylemin üretimini sürekli hale getirirler. Burada Aristoteles'in konuşan ve söyleyen savını anımsayalım. Aristoteles de dilin oluşma koşulunu konuşan ve dinleyen olarak belirler. Ki zaten Bakhtin ve çevresinin bir yandan Marksist gelenekten beslenirken diğer yandan da Antik Çağ filozoflarından, özellikle de Platon ve Aristoteles'ten esinlendiklerini belirtmiştik.

Bakhtin'e göre bir söylem ya da metin iki konuşmacının karşılıklı etkileşimiyle gerçekleştirilen bir dilsel üretimdir. Her iki konuşmacı da bu etkileşim ortamında bilgi paylaşımı yaparlar ve bu paylaşımdan da birtakım kestirim ve değerlendirmeler çıkar. Bakhtin bu üçlü ilişkinin metin incelemelerinde ve söylem çözümlemelerinde dikkate alınması gereği üzerinde durur. Buna göre bir metin incelemesi ya da söylem çözümlemesi yaparken kimlerin, hangi bilgiyi paylaştık-

ları ve bu paylaşımdan hangi kestirim ve değerlendirmelerin çıktığı sorularına yanıt aranması önemlidir. Dolayısıyla da kimin, neyi paylaştığı, hangi sonuca ulaştığı biçimindeki üç temel sorunun yanıtlanması metin ve söylem çözümlemelerinin temelini oluşturmalıdır.

Bakhtin'e göre hiçbir sözce yalnızca söyleyene bağlı değildir. Söyleyenle dinleyenin karşılıklı etkileşimi sonucudur. Üretilen her söylemin bireyler arası, yani özneler arası bir veri olarak da tanımlandığını görürüz. O halde bir söylem ya da metin tümüyle söyleyene ya da üretene mal edilemez. Bu bir karşılıklı etkileşim ve karşılıklı üretimdir. Söylemin üretim sürecine hem üreten hem de tüketen katkı yapar. Bu noktada ilerleyen sayfalarda üzerinde durulacak olan Foucault'nun herkesin iktidar üretimine katkı yaptığı, Baudrillard'ın, izleyicinin aynı zamanda kitle iletişim araçlarının hipergerçeklik dünyasının sürekli yeniden üretiminde etkin oldukları biçimindeki tezlerini de bu görüşle ilişkili olarak düşünmek gerekir. Bakhtin'i onlardan farklılaştıran ise bu etkileşimi karşılıklı ikili ilişkiler biçiminde tanımlamasıdır. Bu da Bakhtin'in diyalektiğe yönelimini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla da Bakhtin, söylem ve metin çözümlemelerini karşıtlıklar üzerine oturtur.

Ayrıca Bakhtin hiçbir söylemin ya da metnin diğerlerinden bağımsız olmadığını da ileri sürer. Bir söylem başka bir söylemle ilişkili olarak varlık kazanır. Aynı şekilde bir metnin anlamsal içeriği de diğer metinlerle bağlantılı olarak gerçekleşir. Ki bu yöndeki görüşleriyle Bakhtin'in, metinlerarasılık kuramını geliştiren Kristeva'ya etkisi açıklık kazanmaktadır. Bu görüşe göre her metin heterojen bir yapıya sahiptir. Her metin başka metinlerden yapılan alıntılardan oluşur. Dolayısıyla her metin diğer metinlerle ilişkili olarak varlık kazanır. Buna göre her söylem, aynı etkin çevrede üretilmiş ve üretilmekte olan diğer bütün söylemlerle de karşılıklı bağımlılık ilişkisi içerisindedir. Ayrıca her söylem yalnızca kendisiyle eşzamanlı üretilmiş diğer söylemlerle değil, kendisinden önce üretilmiş söylemlerle de ilişkilidir. Bu da söylemin tarihsel bağlamını ifade eder. Bağımsız söylem diye bir şey söz konusu değildir. Her söylem mutlaka içerisinde varlık kazandığı toplumsal ve tarihsel bağlamıyla ele alınıp incelenmelidir. Bu da tıpkı Voloshinov gibi tarihsel diyalektiğin Bakhtin için de önemli olduğu anlamına gelmektedir. Buna göre de Bakhtin'in söylem çözümlemesinin veya metin incelemesinin çatısını oluşturan savlardan biri de söylemin ve metnin diğer söylem ve metinlerle ilişkisinin sorgulanmasıdır.

Bakhtin'e göre metin ister yazılı ister sözlü olsun bütün disiplinlerin ve genelde tüm beşeri bilimler ve felsefedeki tüm düşüncelerin, teolojik ve felsefi düşünce de dâhil olmak üzere başlıca verisidir. Bu yönüyle Bakhtin, metni dolayımsız gerçeklik olarak niteler. Metin yoksa, Bakhtin'e (2001:335) göre hiçbir düşünce ve inceleme nesnesi de yoktur.

Bakhtin ve çevresi geliştirdiği dil felsefesiyle Saussure'e meydan okur. Bakhtin'e göre dil canlı ve diyolojik bir yapıdır. Gösterge sabit bir birim değildir. Yan anlamlar, toplumsal koşullar vb. tarafından sürekli hareket halinde olması

sağlanır. Tıpkı Voloshinov gibi Bakhtin de dilin dinamik yapısını savunur. Yan anlamlar kültürden kültüre, toplumdan topluma sürekli değiştiği için dili durağanlıktan kurtarır. Bu dinamik yapısı içinde dil aynı zamanda ideolojik bir mücadele alanıdır. Dolayısıyla da dil soyut değil maddi bir üretim aracıdır.

Bakhtin dil ve sınıf mücadelesini ilişkilendirmek noktasında Marksizmle yakınlaşır. İnsanlar dilin içine doğmaz, ancak dilin içinde büyürler. Bu arada da dilin biçimlenmesine yardım ederler. Dolayısıyla da her toplumsal sınıfın dili farklı biçimde gelişir. İşçi sınıfı ile üst sınıfın konuştuğu dil arasında büyük fark vardır. Egemen sınıflar dili tektipleştirmeye, tek lehçeli hale getirmeye çalışırken, sömürülen sınıflar dili kendi özgürleşmelerinin aracı olarak biçimlendirmeye çalışırlar. Örneğin, Anadolu'da pek çok lehçe konuşulurken, resmi nitelikteki egemen lehçenin İstanbul Türkçesi olması gibi. Bakhtin'in karnaval üzerine yoğunlaşması da dildeki bu çoklu ve diyolojik yapı üzerindeki ısrarından kaynaklanmaktadır. Karnavalın çoklu, karşılıklı etkileşime dayalı yapısı Bakhtin için dil ve söylem çalışmalarında önemli bir örnek oluşturur.

Bakhtin'e (2001) göre dil, tarih içerisinde taraflı düşünmenin ve eylemin hizmetinde gelişmiştir. Bakhtin burada da aslında dilin ideolojik yanına vurgu yapmaktadır. Benzer görüşü yukarıda Voloshinov'da da gözlemlemek mümkün.

Kısacası Bakhtin özellikle dil konusunda ortaya koyduğu görüşlerle yapısalcılarla önemli oranda ayrışırken Voloshinov'la gösterdiği benzerlik de gözden kaçmamakta. Bakhtin'in diyoloji kavramı Marksizmin diyalektik kavramını akla getirmektedir. Bakhtin'in dili maddi bir üretim olarak görmesi ve tarihsel yanına vurgu yapması Marksist düşünce içerisinde geliştirilen tarihsel maddeciliği çağrıştırmaktadır. Dili, yani ürünü, üreticiden (konuşan-söyleyen) bağımsız düşünmemesi de Ondaki Marksist etkiyi yansıtmaktadır.

Eleştirel Marksist Dilbilim Anlayışı Üzerine Genel Bir Değerlendirme

Voloshinov ve Bakhtin'den hareketle eleştirel Marksist dilbilim anlayışı üzerine genel bir değerlendirme yapmak gerekirse denebilir ki gerek Voloshinov'un gerekse de Bakhtin'in dil ve söyleme ilişkin düşüncelerinin temelinde öz olarak diyalektik ve tarihsel maddeci bir anlayış yatmaktadır. Buna bağlı olarak da Bakhtin'in görüşlerinde söylemin çeşitliliği, ideolojik yapısı, dilin ise çokdillilik yapısı önem kazanmaktadır. Bakhtin ve çevresinin XX. Yüzyılın başlarında oluşmaya başlayan bu görüşlerini aynı dönemde Bolşevik Devrimi vb. siyasal ve toplumsal hareketlerin de etkisiyle Batı düşünce yaşamında yeniden alevlenen Marksist düşünsel gelenekle birlikte de değerlendirmek gerekir. Nitekim aynı dönemde Frankfurt Okulu çevresinde, yine Marksist düşünsel gelenekten beslenerek yaşama geçirilen ve döneme damgasını vuran eleştirel düşünsel oluşumu görmekteyiz. Bakhtin ve çevresinin de dönemin eleştirel kanattaki bu düşünsel ikliminden etkilenmemesi olanaksızdı. Diğer yandan yine XX. Yüzyılın ilk yarısı-

nın, kuramsal temelleri Marksizmle atılan sosyalist düşünüşün eylem alanında varlık göstermesine tanıklık ettiğini görüyoruz. 1917 Bolşevik Devrimi bunun en somut örneği olarak alınabilir. Onun etkisinde dünyanın çeşitli ülkelerinde birtakım kıpırdamaların da başladığı gözlenmektedir. Bu da ister istemez liberal kesimlerin ve liberal düşünce etrafında oluşan düşünsel çevrelerin rahatsızlık duymasına yol açmıştır. Bir yandan modernizmin bütünselci yaklaşımlarına, diğer yandan da Marksizmin tarihsel maddeci ve diyalektik düşünsel anlayışına meydan okuyucu bir düşünsel alan oluşturma çabası içerisine girecek olan yapısalcı ve postyapısalcı yönelimlerin bir de bu çerçeveden ele alınması gereğini burada belirtelim.

Yapısalcı Dilbilim Geleneğinin Doğuşu ve Gelişimi

Yapısalcı dilbilim geleneğinin doğuşunda iki öncü ismi görüyoruz. Biri İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure, diğeri ise Amerikalı dilbilimci Edwad Sapir'dir. Saussure ve Sapir'in başını çektiği, dilin eşzamanlı boyutta incelenmesini savunan, yüzey yapıyla ilgilenen evre birinci evre olarak kabul edilir. Bu evre, belirgin dilsel yapıları tarihsel ve toplumsal bağlamından soyutlayarak ele almakla bilinir. Saussure temel dilsel birim olarak göstergeyi (signe), Sapir ise sembolü (symbole) kabul eder. Aynı zamanda dizimler (syntagmes) ve dizinler (paradigmes) gibi daha büyük birimler üzerine de çalışırlar. Temellerinin atılmasında Sapir'in de katkıları yadsınmamakla birlikte bilimsel bir disiplin haline gelmesi süreci daha çok Saussure tarafından yönlendirilen yapısalcı dilbilim geleneğinin gelişme sürecinde Onu izleyen Rus biçimcilerini, Prag ve Kopenhag okullarını, ardından da Chomsky'nin katkılarını görmekteyiz. Burada da geleneğin temsil edici öncü ismi olarak öncelikle Saussure'ün görüşlerine yer verelim, sonra da diğerleri üzerine duralım.

Saussure ve Yapısalcı Dilbilim

İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saususre'ün *Genel Dilbilim Dersleri* (1916) dilbilimin bilimsel bir disiplin olarak gelişmesinde önemli bir kilometre taşı olarak kabul edilebilir. Ancak bunun Saussure'ün de beslendiği ve üzerine bilimsel bir disiplin olarak dilbilimi inşa ettiği çok daha eskiye dayanan bir süreç olduğunu da belirtelim. Herder, Humboldt, Hegel, Wittgenstein gibi dilbilime de kafa yoran düşünürlerin Saussure'le açıklık kazanan sürecin öncülüğünü yaptıkları bilinmektedir. Nitekim Saussure'ün görüşlerinin adı geçen düşünürlerin görüşleri üzerine temellendiği gözlenmektedir. Örneğin, Humboldt'a göre dil düşünmeyi öğretir, düşünme de dili geliştirir. Fakat öncelik dile aittir. Dili olmayanın düşüncesi de yoktur. Wittgenstein ise "dilimin sınırları dünyamın sınırlarıdır" sözüyle yaşamın sınırlarını dile bağımlı hale getirir. Heidegger de "dil varlığın evidir" ifadesiyle insanın dil içinde devinmekten başka seçeneğinin olmadığını vurgular. Bireyi dilin

yapısı içerisine yerleştiren bu düşünceler Saussure'le biçimlenen yapısalcı dilbilim geleneğinin temelini oluşturmak açısından önemlidirler (Vardar,2001).

Saussure'e göre dil bir göstergeler sistemidir. İnsanlar arasında iletişimin sağlanması ise çeşitli gösterge sistemlerinin kullanılmasıyla olanaklıdır. Bu değinisiyle Saussure yalnızca dilbilimin kuruculuğunu yapmakla kalmamış, aynı zamanda göstergebilimin de temellerini atmıştır.

Diğer yandan Saussure, dil sistemini oluşturan değişmez ve ortak kuralları da "yapı" kavramıyla tanımlar. Böylece Saussure yapısalcılığın da bir bakıma temelini atmış olur. Saussure'e göre gösterge, bir kavram veya sözcükten oluşan, kendi içinde bir bütün oluşturur. Buradaki "kendi içinde bir bütün" vurgusuyla sözcüğü dış dünyayla ilişkilendiren görüşlerle arasına bir mesafe de koymuş olmakta. Bu, bir bakıma dili dış dünyadan, dolayısıyla da insandan ve toplumdan bağımsız bir varlık olarak tanımlaması anlamına da gelir.

Saussure'ün dilsel göstergesi, gösteren ve gösterilenden oluşan iki yönlü bir olgudur. "Gösterilen", zihnimizde oluşan soyut bir kavram, bir imgedir. Bu kavramın belli bir ses zinciriyle ifade edildiği somut şekline, diğer bir deyişle sözcüğe "gösteren" adı verilir. Saussure'e göre gösteren ve gösterilenden oluşan gösterge, bir kağıdın iki yüzü gibi ayrılmaz bir bütündür.

Saussure göstergeler ve nesneler arasındaki ilişkiye de bakar. Ona göre bir topluluğun kullandığı dilde, bir kavramı temsil etmek için seçilen, üzerinde uzlaşılan sözcükler, o dilin şifresini, yani kodunu oluşturur. Bu şifrenin seçilmesinin herhangi bir nedeni yoktur. Bunu Saussure "nedensizlik ilkesi" olarak ifade eder. Önemli olan iletişimin sağlanabilmesi için seçilen sözcük üzerinde toplumsal bir uzlaşma sağlanmış olmasıdır. Saussure aslında nesneler ve onlara karşılık gelen sözcükler arasındaki anlamsal ilişkiyi toplumsal uzlaşma temeline dayandırmakla dili toplumsal bağlamıyla da ele almış olur. Saussure'ün dil yapısıyla toplumsal yapıyı ilişkilendiren bu vurgusu onun görüşlerinin temelindeki aydınlanma dönemi düşünürlerinin etkisini de açıkça ortaya koymaktadır. Diğer yandan Saussure'ün "nedensizlik ilkesi" ile Hegel'in adlar ve nesneler arasındaki ilişkinin çoğunlukla rastlantısal olduğuna ilişkin görüşlerinin de ne denli benzer olduğu dikkati çekmektedir.

Bir dilin şifresi, o dili konuşanlarca öğrenilir. Her toplumun üzerinde anlaştığı bir dil şifresi vardır. Üzerinde uzlaşılan bu şifrelerin sonradan değiştirilmesi zor olsa da mutlak değişmez değildirler. Yeni bir uzlaşıma bağlı olarak gösterilenlerin adı değişebilir ya da yeni sözcükler ortaya çıkabilir. Saussure'ün bu görüşü, dilin, toplumla birlikte yaşayan bir olgu olduğuna vurgu yapması açısından önemlidir. Dilsel yapıyla toplumsal yapı arasındaki bu ilişkilendirmeyle Saussurian yapısalcı dilbilimsel anlayışla yukarıda üzerinde durulan eleştirel dilbilimsel anlayış arasındaki benzerlik de dikkati çekiyor. Ayrı kulvarlarda yollarına devam etseler bile her iki geleneğin de modernizmin bütünselci düşünsel anlayışı içerisinde doğduğunu da göz ardı etmemek gerekir.

Ancak diğer yandan da Saussure dilin toplumdan bağımsız, kendi içine kapalı bir yapısı olduğundan da söz eder. Toplum tek tek göstergeler ve bütün bir dil sistemi üzerinde uzlaşmaya vardıktan sonra, dil toplumdan bağımsızlaşarak kendi içinde bütünsel ve değişmez bir yapı olarak varlığını sürdürür. Dolayısıyla da Saussure'e göre dil, insan pratikleri ve toplumsal ilişki ortamı arasında bire bir ilişkilendirme yapılamaz. Ancak burada Saussure sözünü ettiği toplumsal uzlaşmanın tarihsel ve kültürel arka planını göz ardı etmekte. Oysa ki her toplumsal uzlaşmanın mutlaka bir hikayesi vardır. İnsanların durup dururken, nedensiz yere bir konu, olgu, kavram veya anlam üzerinde bir uzlaşmaya varmalarını beklemek yanıltıcı sonuçlara götürebilir. Zaman zaman birtakım durumlara, olaylara ve konulara ilişkin anlık toplumsal uzlaşmalar olanaklı olsa bile dil gibi önemli bir kültürel olgu konusundaki toplumsal uzlaşmayı tarihsel arka planından bağımsız düşünmek ve nedensizlik ilkesiyle açıklamak işin doğasına aykırı gibi görünüyor.

Diğer yandan Saussure doğanın taklit edilmesi için geliştirilen bazı sözcüklerin nedensizlik ilkesini bir ölçüde bozduğuna da dikkati çeker. Ancak bunun toplumlara göre değişen bir durum olduğu dikkate alınırsa, burada da tam bir nedensellik olmadığı söylenebilir. Cızırtı, şarıltı, patırtı, kütürtü, cıvıltı vb. sesler buna örnek gösterilebilir.

Saussure dili eş zamanlı ve art zamanlı çözümlemeye tabi tutar. Eş zamanlı çözümleme, dilin fotografik biçimidir ve dili verili koşullar içerisinde ele alır. Yapısalcı çözümlemeler bu boyutun etkisinde geliştirilmiştir. Ayrıca kültürel çalışmalar içerisinde geliştirilen çeşitli metin çözümlemeleri de yine bu boyutun etkisinde gerçekleştirilir. Art zamanlı çözümleme ise dili, zaman içerisindeki evrimsel süreciyle ele alır. Etnolojik çözümlemeler buna örnek gösterilebilir. Saussure'ün artzamansal dil çözümlemesi, dil sisteminin toplumsal ve kültürel sistemle ilişkilendirilmesi anlamına gelmektedir. Buna göre her dönem, her dönemin tarihsel koşulları kendi dil sistemini geliştirir. Saususre'ün ardından çoğu dilcinin, dilin yaşayan bir sistem olduğu yönündeki savunularının arkasında da bu görüş yatar. Ancak Saussure yine de dil olgusunu tarihsel ve kültürel süreçlerle açıkça ilişkilendirmek noktasında temkinli davranır.

Saussure dil bilimsel sistem üzerinde de durur. Sesbirim (fonem), dilin en küçük ve temel birimidir. Sesbirimlerin, bir ses sistemi içinde bir araya gelmeleriyle sözcükler oluşur. Sesbirimler, sözcüğe bağlı olarak anlam kazanırlar. Tek başlarına bir anlamları olmamakla birlikte sözcükler üzerinde ayırt edici özelliğe sahiptirler.

Saussere dilde üst kavramlara da dikkat çeker. Bazı sözcükler, başka sözcükleri de içeren bir üst kavram niteliğindedirler (Akerson,2005). Örneğin hayvan sözcüğü kedi, köpek, arı, kuş gibi hayvan türlerini içerir. Aynı şekilde kuş sözcüğü de yine kendi içinde serçe, güvercin, bülbül vb. kuş türlerini içerir. O halde Saussure'ün üst kavram nitelemesinin salkım biçiminde bir işleyişe sahip olduğu eklemesini yapabiliriz.

Tümcelerin kurulması için gerekli olan iki temel kural, sözcük şeklindeki göstergelerin seçilmesi ve bunların bir düzen içinde dizilmesidir. Tümce içinde

birbirinin yerini alabilecek, anlam açısından birbiriyle uyumlu sözcükler listesine dizi (paradigma) adı verilir. Daha sonra bunların bağlı bulunduğu dilin kuralları çerçevesinde ardı ardına dizilmesine ise dizim (sentagma) denir. Tümceler, genellikle metin içinde bir ileti oluştururlar. Metinlerin de belli kuruluş özellikleri vardır. Bir tümcenin kullanıldığı bağlam ve ortam çerçevesinde anlamının değişmesi edimbilimin konusu içine girer. Sağlıklı bir iletişim kurabilmek için dilin kullanım değerlerine hâkim olmak gerekir.

Saussure dil sisteminin çizgiselliğine de değinir. Dil sisteminin birimleri olan sesbirim, sözcük ve tümcelerin anlamlı birer dizge oluşturabilmeleri için, birbiri ardınca sıralanmalarına çizgisellik ilkesi adı verilir. Fakat dil sistemi için geçerli olan bu durum, örneğin resim alanı için geçerli olmayabilir. Bir resmi, herhangi bir noktasından algılamamız mümkündür. Ancak dilde ardışık çizgisellik önemlidir.

Saussure (1998) insan ve dil ilişkisini dil yetisi, konuşma dilleri ve söylem olmak üzere üç ayrı düzlemde ele alır. Bireyin dilsel göstergeleri anlamlandırması ve bunları sistemli biçimde kullanma becerisine dil yetisi denir. Her birey kendi toplumunun dilsel şifrelerini öğrenme ve bunları dil sistemi içerisinde konuşma becerisi gösterebilir. Bireyin iletişim kurarken seçtiği sözcükler söylem düzeyini oluşturur.

Saussure'ün, dil sistemini toplumsal ve tarihsel bağlamından bağımsız, kendi içine kapalı bir yapı olarak ele alması Onun, yapısalcı dilbilim anlayışının öncüsü olarak kabul edilmesinin de nedeni olmuştur.

Rus Biçimciler ve Yapısalcı Dilbilim

Ferdinand de Saussure'ün *Genel Dilbilim Dersleri*'yle yapısalcı dilbilim geleneğinin kuruluşunda öncü isim olduğu bir gerçek. Ancak bu süreçte yalnız olmadığı da görülmektedir. Saussure'le eşzamanlı olarak Avrupa'nın doğusunda da bu anlamda önemli adımların atıldığını görüyoruz. Dilbilim ve yazınbilim tarihine Rus Biçimciler adıyla geçecek olan bir grup düşünürün yapısalcı anlayışa Moskova'dan verdikleri desteğin kısa sürede Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde etkisini gösterdiği ve okullaştığı gözlenmekte. Gerek Saussure'ün gerekse de Rus Biçimcilerin çabalarıyla XX. Yüzyılın özellikle de ilk yarısında Batı düşünce tarihinde yapısalcı anlayışın önemli ölçüde etkili olduğu dikkati çeker. Öncülerinin çoğunun Bolşevik Devrimi'nin merkezi olan Moskova'dan çıkmaları ve sosyalizmin düşünsel temelini oluşturan Marksist geleneğin omurgasını oluşturan tarihselcilik, diyalektik, toplumsal sınıf, maddecilik gibi kavramları dışlamaları onun bir tepki olarak doğmuş olabileceği olasılığını da akla getiriyor. Nitekim yapısalcılık üzerine inşa edilen, ancak ona meydan okuyan postyapısalcı düşünceyle birlikte başlatılan tarihi, ideolojiyi, toplumsal sınıfı, maddi gerçekliği yok saymaya yönelik tavırlarla da Marksist düşünüşün tümüyle baş aşağı edilmesi yönündeki çabalara tanık oluyoruz. Bunlara, kitabın sonraki sayfalarında yeri geldikçe daha ayrıntılı olarak değinilecektir. Burada Moskova merkezli olarak ortaya çıkan ve

oradan Avrupa'ya ve hatta Amerika'ya yayılan yapısalcı dilbilim geleneğinin bazı önemli okulları üzerinde anahatlarıyla duralım (McCauley,1997).

Moskova Okulu: Roman Jakobson ve Pjotr Bogatyrev'in öncülüğünde 1915 yılında kurulur. Rus Biçimciler ilk kez bu okul çevresinde bir araya gelirler. Aynı dönemlerde Rus dilbilim ve yazınbiliminin önemli bir kesitinde Marksist düşünüşün etkisinde gelişen yansımacı geleneğin etkili olduğu gözlenmekte. Dili toplumsal ve tarihsel yapıyla birlikte ele alan, sanat ve edebiyatı da insanal ve toplumsal gerçekliğin yansıtıcısı olarak gören anlayışa karşılık biçimciler dili, edebiyatı ve sanatı tümüyle kendi içerisine kapalı yapılar olarak kabul ederler. Biçimcilere göre dil, edebiyat ve sanat içerikten ziyade biçimleriyle, teknik özellikleriyle varlık kazanan metinsel yapılardır. Dilin ve dille biçimlenen yazınsal ve sanatsal yapıtların insanın ve toplumun varlığından bağımsız, kendilerine özgü bir varlıkları, dolayısıyla da yapıları vardır. Bu nedenle de onları yalnızca bu özgür ve özgün yapılarıyla ele alarak değerlendirmek gerekir. Biçimciler kendi savlarını özellikle de şiir dili üzerindeki çözümlemeleriyle güçlendirmeye çalışırlar. Şiir metinlerinin, yazarlarının duygusal ve ruhsal dışavurumları olmaktan çok birer dilsel sanat çalışması olduğunu, bu anlamda tümüyle de teknik yönüyle ele alınması gereken yazınsal yapıtlar olduğunu ileri sürerler. Buna göre gündelik dil ile şiir dili birbirinden tümüyle ayrılır. Gündelik dil şiir diline malzeme oluştursa da şiir dili gündelik yaşamın gerçekliğini tümüyle saf dışı ederek kendi içerisinde yeni bir gerçeklik kurar. Aynı şey roman, öykü gibi diğer yazınsal metinler için de söz konusudur. Ki biçimciler buna yazınsallık (edebilik) adını verirler. Onlara göre gündelik yaşamın gerçekliğini yazınsal metinlerde aramak boşuna bir çabadır. Çünkü yazınsal metinler gündelik yaşamın ya da dış dünyanın gerçekliğini yansıtmazlar, onu malzeme olarak kullansalar da kendi yazınsal dünyalarında yeni bir gerçeklik inşa ederler. Bu gerçeklik ne gündelik yaşamın gerçekliğidir ne de metni inşa eden yazarın ruh ve duygu dünyasını yansıtır (Moran,2001).

Moskova Okulu'nun önemli bir ismi Vladimir Propp'tur. Rus masalları üzerinde çalışan Propp, Okulun görüşlerini 1928'de yayımladığı *Masalın Biçimbilimi* adlı çalışmayla ortaya koyarken Saussure gibi dilbilim ve göstergebilim alanında özellikle de yöntembilimsel anlamda bir çığır açar. Propp, göstergebilim, budunbilim, halkbilim ve anlatı çözümlemesi alanlarında yaptığı çalışmalarla öne çıkar. Çağdaş dilbilim ve göstergebilimde göstergelerin değerinin tek tek değil, birbirleriyle ilişkilerine göre belirlenmesi gereğinden hareket eden Propp masalların yapısını incelerken de bir metnin diğer metinlerden ayrıldığı noktalara bakar. Böylece masalların çok renkli ve olağanüstü çeşitliliğinin altında yatan tek biçimliliğe dikkat çeker. Bunu yaparken de aslında halk masallarının yapısına temel oluşturan değişmez yasaların da ayırdına varmış olur.

Okulun üyesi olmasa bile ortaya koyduğu çalışmalarla aynı anlayışın önemli temsilcilerinden biri de dilin gramer yapısı üzerine kafa yoran Bulgar dilbilimci Tzvetan Todorov'dur. Rus biçimcilerin metinlerini Fransızca'ya çevirerek Batı ülkelerinde yapısalcı yöntemin gelişmesinde önemli rol oynayan Todorov, uzun

yıllar hem Rus Biçimcilerinin hem de Roman Jakobson'un yakın izleyicisi olur. Todorov, anlatı türündeki yapıtların yapısını çözümlemek amacıyla Rönesans yazarlarından Giovanni Boccaccio'nun *Decameron Öyküleri* adlı çalışmasını, *Grammaire du Décaméron* (Decameron'un Dilbilgisi; 1969) yapıtında inceler. Boccaccio'nun öykülerinin gramer yapısını çözümlemeyi hedefleyen Todorov, "gramer" kavramını öykülerde kullanılan dilin grameri anlamında değil, öykülerin yüzeyde görünmeyen, ancak derinde yatan yapısı anlamında kullanır. Yazınsal yapıtın sanat değerinin de aslında derindeki gramatik yapıyla yüzeydeki anlatı yapısının uyumuyla ilişkili olduğunu ileri sürer.

Moskova Okulu'nun bu görüşleri daha sonraki yıllarda yapısalcı göstergebilimin ve yazınbilimin temellerinin atılması sürecinde de etkili olacaktır. Siyasal iktidarın baskılarına dayanamayarak kapanmak zorunda kalan Okul varlığını ve etkisini Prag, Kopenhag, Tartu, Paris okulları içerisinde sürdürecektir.

Prag Okulu: Moskova Okulu'nun etkisinde, 1926 yılında, Roman Jakobson'un öncülüğünde, Vilém Mathesius, Bohuslav Havránek, Jan Mukařovský, Nikolay Trubetzkoy gibi dilbilimcilerin desteğiyle Prag'da kurulur. Moskova Okulunun dağılmasının ardından yapısalcı ve işlevselci dilbilimcilerin önemli bir kesimi Prag Okulu çevresinde bir araya gelirler Okul, gösterge sistemlerinin çözümlenmesinde işlevselci bir yaklaşım benimsemiş; Ferdinand de Saussure ve Louis Hjelmslev gibi yapısalcıların aksine göstergeleri toplumsal işlevleriyle ilişkilendirerek ele almayı yeğlemiştir. Ancak bunu yaparken de dilin ayırıcı özelliklerini ve kendine özgü bağımsız varlığını da göz ardı etmemekte. Bu da Okulun yapısalcı yanını ortaya koymaktadır. Örneğin, Okulun önde gelen isimlerinden Jakobson edebiyatı öncelikle bir dil olayı olarak görür ve şiir başta olmak üzere edebi metinleri inceleme konusu yapar. Jakobson'a göre gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin bir mantığı yoktur. O da tıpkı Saussure gibi nedensizlik ilkesini dilbilim ve göstergebilim çalışmalarının merkezine koyar. Ona göre de göstergeler bağlam içinde anlam kazanır ve bağlamların farklılaşmasına bağlı olarak da anlamsal ayrılıklar ortaya çıkar. Böylece de her bir gösterge bağlamın farklılaşmasına koşut olarak başka bir göstergeye dönüşebilir (Rıfat, 2000: 35). Örneğin, dalları ipliklerle, bez parçalarıyla bezenmiş bir ağacı yalnızca "ağaç" sözcüğüyle göstergelemek mümkün değildir. İçerisinde yer aldığı coğrafyanın toplumsal, kültürel, hatta tarihsel kodlarıyla birlikte düşünmek ve göstergelemek gerekir. "Kutsal ağaç", "gösteri ağacı", "festival ağacı" vb.

Kopenhag Okulu: Moskova Okulunun türevlerinden biri de Danimarkalı dilbilimciler Louis Hjelmslev ve Viggo Brondal tarafından kurulan Kopenhag Okulu'dur. Diğer biçimci okullara göre Saussure geleneğine çok daha fazla bağlı olan Kopenhag Okulu'nun en önemli temsilcisi Hjelmslev, "glosematik" adını verdiği dilbilim kuramıyla bu alana yeni bir yaklaşım kazandırır. Hjelmslev'in glosematiği hem dilsel hem de "dilsel olmayan diller"i içermektedir. Hjelmslev'in geliştirdiği kuramlar, A.J. Greimas, R. Barthes ve film kuramcısı Christian Metz gibi araştırmacıları da etkilemiştir. Kopenhag Okulu, gösterge dizgelerini, içinde

bulundukları toplumsal bağlamı dikkate almadan inceleyen aşırı biçimci ve yapısalcı yaklaşımıyla Saussure'e, diğer biçimci okullara göre çok daha yakın durur.

Tartu Okulu: Moskova-Tartu Okulu adıyla da anılan bu okul, 1960'lı yıllarda, Estonya'daki Tartu Üniversitesi bünyesinde, Yuri Lotman'ın öncülüğünde kurulur. Lotman bütüncü bir göstergebilimsel kültür kuramı geliştirmek amacından hareketle Okul bünyesinde "kültür göstergebilimi" adıyla bir birim de kurar. Asıl ilgi alanı edebiyat tarihi olan Lotman, yapısalcı yöntemi temel alarak sanat, edebiyat, sinema ve kültür çalışmalarında kullanılabilecek yeni bir göstergebilimsel anlayış geliştirmeye yönelir. Bunun için de sözcük ve desen olmak üzere iki ögeyi temel alır. Sözcüğün yanına deseni de koyması Lotman'ın diğer dilbilimcilerden ve göstergebilimcilerden farkını da ortaya koyar. Bundan da anlaşılacağı üzere Lotman'ın geliştirmeye çalıştığı göstergebilim kuramı yalnızca yazıyla biçimlendirilen metinleri değil, diğer görsel iletişim türleri (sinema, fotoğraf, karikatür, grafik vb.) üzerine yapılacak çalışmalarda da kullanıma elverişli olmaya yöneliktir. Zaten Lotman'a göre de insanlık tarihinde hem birbirinden ayrı, ama aynı zamanda da birbirine eşit iki kültürel gösterge vardır. Biri sözcük, diğeri ise desen (çizim). Birincisinden dilsel, ikincisinden ise görsel sanatlar doğmuştur. Çoğu zaman da her iki öge bir arada kullanılabilir. Lotman'a göre, bir şiir hem dilsel hem de görsel sanatsal niteliğe sahip olabilir. Örneğin, Ahmet Haşim'in şiirleri Lotman'ın bu görüşünü tam anlamıyla da destekleyici yapıdadır. Aynı şekilde bir fotoğraf yalnızca görsel değil, aynı zamanda da dilsel bir metindir. Ve sinema, iki ögenin tam olarak kaynaştığı, bir araya geldiği bir yapı, bir iletişimsel tür olarak örnek verilebilir. Bu nedenle de Lotman'ın görüşleri gerek sinema üzerine yapılan çözümlemelerde gerekse diğer dilbilim ve göstergebilim çalışmalarında yaygın bir kullanım alanı bulmuştur. Lotman yapısalcı ve biçimci anlayışa getirdiği bu katkılarla Batı düşünce yaşamında büyük ilgi uyandırır (Rifat,2000:50-51).

Paris Okulu: Biçimcilerin ve Yapısalcıların destekleriyle, Litvanya asıllı Fransız göstergebilimci Algirdas J. Greimas tarafından kurulan ve yapısalcı göstergebilim anlayışının önemli bir temsilcisi olan Paris Okulu'nun üyeleri arasında J.C. Coquet, C. Chabrol, M. Arrivé, J. Courtés ve F. Rastier gibi araştırmacılar yer almaktadır. Özellikle de Hjelmslev'in göstergebilime ilişkin yöntembilimsel çalışmalarından etkilenmiş olan Paris Okulu yapısalcı göstergebilim içerisinde anlam çözümlemeleri için uygun yöntembilimsel birtakım çalışmalar yaparak genel bir anlamlama sistemi kuramı oluşturma çabası içine girer. Örneğin, Greimas metinsel yapıların anlam çözümlemeleri üzerine yoğunlaşır. Geliştirdiği yapısal anlambilim kuramıyla ve bu konuda yazdığı *Sémantique Structurale* (1966) (*Yapısal Anlambilim*) adlı kitabıyla dikkat çeker. Greimas'in göstergebilim anlayışı özellikle de medya metinleriyle ilgilenen pek çok araştırmacının ilgisini çeker. Göstergebilimin göstergelerden ziyade anlamlama sistemi üzerinde durması gerektiğini savunan Greimas'ın göstergebilim anlayışı oldukça geniş kapsamlıdır. Greimas'ın geliştirdiği göstergebilim kuramı bir yanıyla simgesel mantığa, matematiğe, do-

layısıyla da Hjelmslev'in dilbilim ve göstergebilim kuramına, bir yanıyla da etnolojiye dayanır. Temelde insan ile doğa ve insan ile insan arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlayan Greimas, bu ilişkileri anlamlandırmaya yönelirken, katı ve değişmez kurallara sahip betimleyici bir bilim dalı yaratmak yerine, esnek, gelişmeye açık bir kuramsal ve yöntembilimsel anlayış ortaya koymaya çalışır. Greimas göstergebiliminin en belirgin özelliği, kavramsal ve bilimsel açıdan bir üstdil oluşturmasıdır, yani dil üzerine konuşmaya olanak veren bir yapı olmasıdır. Dolayısıyla da Paris Okulu yapısal çözümleme yöntemini Greimas'ın etkisinde toplumsal ve kültürel olgulara da uygulayarak olabildiğince geniş tutmaya çalışır. Ama diğer yandan da pür yapısalcı bir anlayışla içe kapalı, dış çevreden, toplumsal ve kültürel bağlamdan bağımsız bir göstergebilimsel anlayışı benimser. Bu yönüyle özellikle de Rus Biçimcilerin etkisini belirgin biçimde yansıtsa da içe kapalı bir göstergebilim anlayışı benimsemesi açısından da Saussure'ün gölgesinde bir okul olarak varlığını sürdürür (Rıfat, 2008).

Amerikan Okulu: Dilbilim alanındaki çeşitli ayrışmaların, aynı zamanda birtakım birleşmelere ve okullaşmalara da dönüştüğü dikkati çekiyor. Avrupa'da bu şekilde kurulan okulların yanında Avrupa'dan Amerika'ya göç eden dilbilimcilerin öncülüğünde orada da New York merkezli bir Amerikan Okulu'nun biçimlendiği gözlenmektedir. R. Jakobson ve A. Martinet'in öncülüğünde kurulan okul E. Sapir ve L. Bloomfield'in çabalarıyla Amerika'da yapısalcı dilbilim geleneğinin önemli bir merkezi haline gelir. Okul özellikle de Bloomfield'in çalışmalarıyla daha çok davranışçı paradigma üzerine bir dilbilimsel anlayış geliştirmeye yönelir.

Amerikan amprisizminin burada da etkili olduğu dikkati çekmektedir. Bloomfield, dilbilimi felsefenin soyut kuramsal alanından uzaklaştırıp doğa bilimlerinin ampirik alanına çekmiştir. Bloomfield'e göre doğa bilimlerinin kuramsal ve yöntembilimsel ilkelerinin dilbilim çalışmalarına da uygulanması olanaklıdır. Bloomfield dilsel içerik ve biçimi birbirinden ayırma konusunda de Saussure'ü izler. Dilin bireysel düzeydeki bir takım etkenlerin etkisinde kalan bir mekanizma olmadığını, bunun ötesinde o dili konuşan insanların tümünün üzerinde uzlaşmaya vardıkları genel bir sistem olarak belirdiğini vurgulayarak, buradan hareketle dil sisteminin gramer yapısının karşılaştırma yöntemiyle farklı biçimlerde incelenebileceğini ve dilsel farklılıkların temeline indirgenebilen kurallara ulaşılabileceğini savunur. Yine dışarıdan algılanabilen göstergeler arasında karşılaştırma yapmak yöntemiyle dilsel ifadelerin ne anlama geldiğinin anlaşılabileceğini ortaya koymaya yönelir (el-Arabi,1983).

Dolayısıyla da Amerikan Dilbilim Okulu çevresi daha çok somut dilin ilişkiler sistemi üzerinde çalışmaya yönelmiştir. Yapısalcı geleneğin Amerika'daki iki önemli temsilcisi E. Sapir ve L. Bloomfield konuşma edimi üzerine birtakım deneyler yaparlar. Konuşma edimiyle bireyin diğer tavır ve davranışları arasında birtakım ilişkiler kurmaya, konuşma ediminin bireyler arası ilişkileri yönlendirmedeki etkisi, konuşma edimi ile iletişimsel etki arası ilişki vb. konular üzerinde çalışırlar. Buna göre Amerikan Okulu bir bakıma dil çalışmalarının laboratuvar

ortamına taşınması olarak da nitelendirilebilir. Etkili iletişim, etkili konuşma, ikna vb. özellikle de siyasal reklam ve propaganda çalışmaları içerisinde gelişen dille ilişkili pek çok konuya aslında bir yanıyla Amerikan Okulu çevresindeki dilbilimcilerin çalışmalarıyla dikkat çekildiğini de burada belirtelim. Okul *Language* (1925) ve *Studies in Linguistics* (1942), *Word* (1945) gibi yayın organlarıyla da dilbilim çalışmalarının yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır.

Chomsky ve Sınırsız Anlam Üretimi Alanı Olarak Dil

Yola çıkışı yapısalcılık olmakla birlikte postyapısalcılıkla da flört eden bir düşünür Noam Chomsky. Dili bir süreç olarak ele alan Chomsky (1966) üretici ve dönüşümsel dilbilgisinin temellerini atar. Buna göre dil bilmek, ortaya konulan birimleri (söz, tümce, sözce vb.) sınıflandırmak değil, süreci incelemektir. Böylece dildeki yüzeysel yapılar aşılarak alttaki derin yapıların da anlaşılabilmesi mümkün olur.

Chomsky'ye göre dil, düşüncenin birden çok biçimde ifade edilebildiği bir yapı veya bir sistemdir. Dilin üretken yapısı aracılığıyla bir düşünceyi ifade etmek için sınırsız sayıda tümce üretilir (Searle, 1972). Chomsky'ye göre her tümce tamamlanmış bir birimdir. Ama bu tamamlanmış birimler kullanılarak sonsuz sayıda anlam üretimi yapılır. İnsanın dili kullanma yetisi ve dilsel yaratıcılığı tam da burada devreye girer. Chomsky dilde sınırsız anlam üretimi ile dili kullanan insanın üreticiliği arasında bağlantı kurarken de aslında Saussure tarafından geliştirilmiş olan yapısalcı dilbilim anlayışını aşar. Hatta Chomsky yapısalcılar arasında dili, insanın üreticiliği ile ilişkilendiren tek dilbilimci olarak da kabul edilebilir. Bu görüşten hareketle dilin evrenselliğini saptamak amacına dönük olarak yaptığı analizlerle dikkat çeken Chomsky (1955) bu yöndeki görüş ve çalışmalarıyla yapısalcı dilbilim anlayışına özgün bir boyut katmış olur.

Chomsky için tümce aynı zamanda dilsel yapıların çözümlenmesinde sözcükten sonra kullanılabilecek temel birimlerden biridir. Tümceden sonra da sözce veya söylem gelmektedir. Tümceyi de kapsayan sözce veya söylem dil üzerindeki en genel çözümlemeler için temel birimleri oluşturmaktadır.

Chomsky dilin en küçük yapısal birimi olarak sözcükleri alır. Bir dilin sözcük belleği sınırlıdır. Ama bu sınırlı bellek, kendi içerisinde sınırsız sayıda tümce üretimine olanak verir. "Sınırlı anlamın sınırsız ifadesi" Chomsky'nin bu konudaki düşüncesinin bir özeti gibidir. Chomsky'ye göre bir anlamın, dilde çeşitli biçimlerde sayısız ifade edilişi mümkündür. Konuşma esnasında o anda düşünceleri açıklamak için birçok tümce kurulabilir veya bir tümce birden çok yan tümce içerir. Bu da dilin taşıdığı evrensel sesbilgisi kuralları çerçevesinde gerçekleşir. Konuşma anında kullanılan tümcelerin sesbilgisel kurallar çerçevesinde bir araya gelerek oluşturdukları yapıya dilin "derin yapısı" denilir. Anlam da bu derin yapı içerisinde yer alır. Tümcelerin ve yan tümcelerin içerisinde birçok anlam içerilir. Söz konusu anlamların her biri dilin "yüzeysel yapısı"nı oluşturur. Derin yapı,

böylece çeşitli ifadeler içerisinde dönüşüm geçirerek yüzeyselleşir (Aksan,2009). Yüzeye çıkan anlamlı yapılar bir araya gelerek genel anlamı oluşturur. Yüzeye çıkan anlamların, içerisinden çıktıkları derin yapı ise dilin asıl yapısıdır.

Chomsky (1993) daha sonraları dilin derin yapısı ve yüzeysel yapısı kavramlarını bir tarafa bırakarak sözdizimi bileşeninin mantıksal ve sesbilimsel iki yanının olduğunu ileri sürer. Tümcelerin kuruluşu sırasında dilin bu iki bileşeni seçim sırasını belirler. Buna göre tümcelerin kurulmasında ve anlam dizgesini oluşturmalarında hem mantığın hem de sesbilgisi kurallarının işlevselliğine vurgu yapılır. Chomsky ilk çalışmalarında dilin sözdizimi üzerinde durmuş, anlam üzerinde fazla da durmamıştır. Ama daha sonraki çalışmalarında anlamın giderek önem kazandığı gözlenmektedir. Öyle ki Chomsky anlam olgusunu giderek çalışmalarının merkezine koyar ve bir anlambilim kuramı bile geliştirir. Chomsky tarafından geliştirilen anlambilim kuramına göre dil üç ana bileşenden oluşur. Birincisi tümce üretim işleminin başlangıç noktası olan sözdizim bileşeni. Bu noktada tümce kuralları ortaya konularak derin yapının üretimi gerçekleşir. İkinci bileşen anlamsal yorumlamadır. Bu aşamada tümcelerin kesin anlamları belirlenir. Üçüncü bileşen ise fonolojik yorumlamadır. Bu aşamada anlamsal olarak kesinlik kazanmış tümcelerin ses yapısı belirlenir (Aksan,2009:145).

Çalışmaları genel olarak değerlendirildiğinde Chomsky'nin yapısalcı bir tavır takındığı gözlenmektedir. Anlamı yapı içerisinde araması onu yapısalcı kılmaktadır. Ki Chomsky'ye yöneltilen eleştiriler de çoğunlukla Onun bu yöndeki görüşü nedeniyledir. Chomsky anlamı yapı içerisinde ararken metinlerin oluştuğu bağlama (toplum, kurum, kuruluş, örgüt vb.) vurgu yapmaz. 1980'li yıllardan bu yana geliştirilen çoğu söylem çözümlemesi çalışmasında ise anlamın çok daha geniş yapılarda arandığı gözlenmektedir. Buna göre metinde içerilen anlamın çözümlemesi yapılırken aynı zamanda metnin, içerisinde oluştuğu yapılara, o yapılarla ilişkisine de bakılır. Yani söylem çözümlemesi yalnızca metinle sınırlandırılan bir okuma değil, metnin dışına da taşınan bir okuma olarak belirir. Buna göre de günümüzde ağırlık kazanan düşünce anlamın toplumsal yapıda üretilerek dile aktarıldığı yönündedir. Böylece anlamın yapısının çok boyutlu olduğu düşüncesi de giderek daha geniş bir kesimde kabul görmektedir. Dolayısıyla da var olan anlamı çözümlemek çabası, yerini anlamın üretim sürecini de incelemeye bırakmıştır. Çünkü aslında anlamın kendisine ulaşmak için öncelikle onun kaynağına ulaşmak gerektiği düşüncesi çok daha geçerli hale gelmiş bulunmaktadır.

Peirce ve Yapısalcı Göstergebilim Anlayışı

Göstergebilim de tıpkı dilbilim gibi gerek kuramsal gerekse de yöntembilimsel anlamda iletişim araştırmacıları için önemli açılımlar sağlayan bir alandır. Özellikle de sinema çalışmalarında ve genel olarak medya metin çözümlemelerinde göstergebilimin yöntem ve teknikleri kullanılmaktadır. Hatta 1950'lerden itibaren iletişim bilimleri alanında geliştirilen kuram ve yöntemlerin önemli bir kesitinin

göstergebilimin etkisinde biçimlendiği gözlenmektedir. Bunun da ötesinde göstergebilimin, iletişim bilimleri alanında yeni bir paradigmanın doğmasına temel oluşturduğu da söylenebilir. İletişimi süreç olarak gören anlayışa alternatif olarak doğan ve onu bir anlam üretim alanı olarak gören yaklaşımın temelinde göstergebilimsel anlayışın olduğu bilinmektedir (Fiske,1990). Dilbilim ve göstergebilimi birbirinden ayrı alanlarmış gibi görmek çok da doğru değil, ancak yöntembilimsel anlamda birtakım farklılıklar ortaya koydukları da yadsınamaz. Özellikle de Peirce ile biçimlenen göstergebilimin dilbilimin kavramsal, kuramsal ve yöntemsel alanından beslenmekle birlikte başlıbaşma bir bilimsel kulvar oluşturduğu da kabul edilmelidir.

Saussurian dilbilim kuramı içerisinde beliren göstergebilimin yöntembilimsel ve kuramsal olgunluğa erişmesi Charles Sanders Peirce tarafından gerçekleştirilir. Ona göre bilgi, düşünce ve dış dünyadaki diğer tüm nesneler gösterge niteliğini taşır. Her gösterge bir başkasına gönderme yapar. Peirce'e göre insan da zaman içerisinde birbirine eklemlenerek gelen göstergeler zincirinin bir halkasını oluşturur.

Peirce göstergeyi üç aşamalı bir kavram olarak ele alır. İlk aşama, duyularla algılanan somut algılardır. İkinci aşama, somut algıyla onu temsil eden şey arasında ilişkilendirme yapılmasından oluşur. Üçüncü aşama ise somut nesne ile temsil eden (sözcük, kavram, terim) arasında yorumlamaya dayalı ilişkilendirmenin yapılmasını içerir. Yorumlama aşaması adı verilen bu üçüncü aşamada sürecin temsil edenden edilene, yani gösterenden gösterilene doğru işlemesi söz konusudur. Peirce'e göre her gösterge ise kendisinden önceki göstergeye dayalı olarak geliştirilir. İnsan da bu göstergeleştirme süreci içerisinde yer alan bir varlıktır. Peirce'e göre bilgi de akıl yürütme yoluyla değil, insanın algısına yansıyan göstergeler yoluyla edinilir.

Peirce, bir göstergenin anlamının onun kullanım değerine göre ölçüldüğünü ileri sürer. Bu da göstergeye toplumsal bir değer atfedilmesi, dinamikliğinin ve değişkenliğinin kabul edilmesi anlamına gelir. Bu görüşe göre her toplum kendine özgü bir gösterge sistemi geliştirir. Gösterge sistemleri toplumsal ve tarihsel koşullara göre de değişiklik gösterebilirler.

Peirce'e göre bizim dışımızda bir gerçeklik vardır ve biz onun somut algısını ancak zihnimizde göstergelere dönüştürerek gerçekleştirebiliriz. Böylece göstergelerden hareketle dış dünyayı algılamaya, onun gerçekliğini tanımlamaya ve ona ulaşmaya çalışırız. Peirce'e göre bilgiye de göstergeler aracılığıyla ulaşılır. Göstergeler aracılığıyla elde edilen bilgi, işlevine ve yaşama uygulanabilirliğine göre değer kazanır. Peirce bunu "pragmatik" kavramıyla açıklar. O halde elde edilen bir bilginin değeri, onun ne denli pragmatik olduğuyla, yani yaşama ne ölçüde uygulanabilirliğiyle yakından ilişkilidir. Buna göre gerçek yaşamda işimize yaramayan, uygulamaya koyamadığımız bilginin fazla da bir değeri yoktur. Göstergeler gibi bilginin de eklemli olduğunu söyler Peirce. Her bilgi bir önceki bilgiye dayanır. Buna göre insanlar sahip oldukları, yaşama uyguladıkları ya da uygulamadıkları bilgilerden hareketle yeni bilgilere ulaşırlar.

Peirce bilgi edinme yöntemlerini de tümevarım, tümdengelim ve varsayıma dayalı sonuç çıkarma olmak üzere üç grupta ele alır. Buna göre çeşitli özel durumlara, olaylara ve deneyimlere ilişkin bilgilerden hareketle birtakım genel bilgilere ulaşırız. Ki buna tümevarım yöntemi denilir. Diğer yandan sahip olduğumuz genelleşmiş birtakım bilgileri gerçek yaşamdaki birtakım özel durumlara, olaylara, deneyimlere uygulayarak daha özel ve özgün bilgilere ulaşırız. Ki buna tümdengelim denir. Varsayıma bağlı bilgilenme ise birtakım öngörü ve kestirimlerden yola çıkarak yaptığımız gözlem ve deneyler sonucunda elde edilen bilgileri ifade etmektedir. Bu üç yöntem ayrı ayrı kullanılabileceği gibi zaman zaman iç içe ve bir arada da kullanılabilmektedir.

Peirce, göstergeleri biçim, gönderge ve yorumlayıcılarla olan ilişkileri açısından üç grupta ele alır. Bu gruplardan ilki nitel, tikel ve kavramsal gösterge türlerini içermektedir. Bunlardan nitel gösterge insanın, duyularıyla algıladığı niteliğe karşılık gelmektedir. Örneğin, kelebek sözcüğünü öncelikle bir ardışık sesler zinciri biçiminde duyarız. Tikel gösterge ise tek ve belirli bir varlığa ya da duruma gönderme yapar. Belirli bir söylemin içinde yer alan belirli sözcükler bu grupta değerlendirilir. Örneğin, "odamın penceresinden içeri giren kelebek" tikel bir göstergeyi işaret eder. Tikel gösterge nitel göstergenin tamamlayıcısı ya da belirteci gibi işlev görür. Kavramsal gösterge ise göstergenin kavrayışsal boyutuna karşılık gelir. "Kelebek, kısa ömürlü, uçan bir canlıdır" örneğinde olduğu gibi.

Gösterge türlerine ait ikinci grupta ise görüntüsel gösterge (icon), belirtisel gösterge (index) ve simgesel gösterge (symbol) yer alır. Görüntüsel gösterge temsil ettiği göstergeye benzer. Benzerlik ilkesi nedeniyle hem görsel sanatlarda ve edebiyatta hem de imaj yapım ve reklamcılık alanında sıkça kullanılır. "Ceylan gözlü", "şahin bakışlı", "kiraz dudaklı" vb. Belirti, göstergelerin neden sonuç ilişkisiyle birbirleriyle bağlantılandırılmalarıdır. Etrafta uçuşan, ötüşen martıları gördüğümüzde denize ya da kocaman bir göle yakın bir yerlerde olduğumuzu kestirebiliriz. Aynı şekilde gece yarısı bir ormanın derinliklerinde yolunu kaybeden biri için ağaçların arasından sızan bir ışık, yakında bir yerlerde birilerinin yaşadığının göstergesi olabilir. Simge ise uzlaşıma dayalı göstergelerden oluşur. Ülkelerin dil sistemlerinin temelinde de bu uzlaşım ilkesi vardır. Aynı şekilde etnik grupların veya yerel toplulukların kültürel göstergeleri de topluluğu oluşturan bireylerin genel uzlaşmalarıyla biçimlenir. Medya profesyonelleri kitle iletişim araçlarının içeriğini oluştururken kullanacakları göstergelerin toplumdaki uzlaşımsal boyutunu göz önünde bulundurmak zorundadırlar. Programların geniş toplum kesimlerince izlenmesinde toplumdaki ortak göstergelerin kullanılması önemlidir.

Göstergenin üçüncü grubunu ise gösterge ve yorumlayıcı ilişkisi içerisinde biçimlenen terim, önerme ve sav türleri oluşturur. Terim, belli bir genellemeye karşılık gelen, doğru ya da yanlış gibi değersel anlamlar içermeyen sözcüklerdir. Bu yönüyle ifade ettiği, karşılık geldiği şey ne olursa olsun, her sözcük bir terim olarak görülebilir. O halde terimler, değersel ya da yargısal açıdan nötr sözcük-

lerdir. Örneğin, **çiçek** sözcüğü nötr bir anlama sahiptir. Ama "ona çiçek verdim" tümcesi içerisinde kullanıldığında nötral niteliğini yitirir ve yanlı bir anlamsal içerik yüklenir. Önerme ise birden çok terimin ya da sözcüğün bir bilgiyi ya da yargıyı aktarma amacına dönük olarak bir araya gelmesi ve anlamlı bir yapı oluşturmasıdır. Önerme niteliğindeki bilgi doğrulanmaya ya da yanlışlanmaya açıktır. Örneğin, "erkekler ağlamaz" tümcesi duruma ve koşullara göre doğrulanmaya veya yanlışlanmaya açık bir önermedir. Bu grupta yer alan sav ise bir savın doğruluğunu ya da yanlışlığını kanıtlamak amacıyla neden-sonuç ilişkisi içerisinde bir araya getirilen sözcükler, hatta tümceler bütünüdür. Savlar, önermelere göre çok daha karmaşık göstergelerdir. Medyanın özellikle de haber üretiminde bu nokta oldukça önemlidir. Sözcüklerin nötr bir tavırla ya da taraflı bir biçimde kullanılması medya kuruluşunun veya medya aktörlerinin toplumdaki ilişkilerini ortaya koyabilir. Örneğin, "akaryakıt fiyatlarında yeni düzenleme" demekle "akaryakıt fiyatlarına yine zam" demek arasında anlam bakımından önemli bir farklılık olduğu açık.

Peirce bir göstergenin bu türlerden birçoğuna dahil olabilen devingen bir birim olduğunu ileri sürer. Buna göre Peirce'in göstergeleri yorumlanabilen, bağlamına göre anlam değişikliğine uğrayabilen dinamik bir sürece karşılık gelir. Bu görüşe göre diller yaşayan sistemlerdir. Her dil yapısı zaman içerisinde kendi içinde değişime uğrayarak, dönüşerek, eksilerek, çoğalarak, koşullara göre yeniden biçim alarak varlığını sürdürür. Bir dilde bazı sözcükler zaman içerisinde sistem dışına atılırken, onların yerine yeni sözcükler konulur ya da bazen eskiler ve yeniler birlikte kullanılabilir. **Kültür** sözcüğünün yerine **ekin** sözcüğnün konulması, ama tutmayarak bir süre sonra büyük **ölçüde kullanımdan düşmesi** buna örnek gösterilebilir. Aynı şekilde **imkan** sözcüğünün yerine **olanak** sözcüğünün konulması, ama **imkan** sözcüğünün de dil içerisindeki varlığını koruması. Diğer yandan teknolojik gelişmeler de yeni sözcüklerin eklenmesine yol açar. Televizyon aygıtının insan yaşamına girmesiyle birlikte **televizyon** sözcüğünün de dilin sözcük belleğine eklenmesi örneğinde olduğu gibi. Aynı şey **bilgisayar** sözcüğü için de geçerli. Bunun yanı sıra kültürlerarası etkileşimler de dil sistemlerinin devingenliği açısından önemlidir. "Kendine iyi bak", "bu sabah nasılsın" gibi tümcelerin, cafe, pub, süpermarket gibi sözcüklerin Türkçeye girmesi bunun yalnızca birkaç örneğidir.

Yapısalcı Dilbilim ve Göstergebilim Üzerine Genel Bir Değerlendirme

Temeli dilbilim ve göstergebilime dayanan yapısalcı anlayışın kuramsal ve yöntembilimsel olanakları iletişim bilimciler için de önemli bir hareket alanı sağlamaktadır. İnsanın kendisine değil, pratiklerine önem verir. Pratiklere dilsel anlamlar yüklenir. İnsan özne geri plana itilir ve yok sayılır. Önemli olan anlam yüklenmiş yapılardır. Bu anlayışa göre metinsel yapıların çözümlenmesiyle bü-

tün bir yaşama ilişkin çıkarımlarda bulunulmaya çalışılır. Diğer yandan yapısalcılık dil üzerinden insanı anlama, anlamlandırma çabası olarak da nitelendirilebilir. Bu noktada da yapısalcı anlayış ve iletişim arasında doğrudan bir ilişkilendirme yapma olanağı doğmaktadır.

Yapısalcı çözümlemede insan öznenin yok sayılması gibi yapıların tarihsel bağlamları da göz ardı edilir. Tarihi insan yapar. İnsanı, daha doğrusu özne olarak insanı kendi düşünce ve çözümleme alanından dışlayan yapısalcılığın buna bağlı olarak insanın yaptığı tarihi yok sayması da doğaldır. Aslında yapısalcılığa karşı çıkanlar, onun, insanı tarihsel, toplumsal, kültürel, ekonomik bağlamından kopardığını ileri sürerler. Özellikle sınıf ve tarih kavramlarını merkezi bir yere koyan Marksistlere göre yapısalcılık tarihsel ve sınıfsal sorgulama ve çözümlemeleri dikkatlerden uzaklaştırmak amacı güdenlerin çabalarıyla Batı düşüncesi içerisinde yaygınlık kazanmıştır. Yapısalcı düşüncenin Batı düşüncesi içerisinde belirdiği döneme bakılırsa bu görüştekilerin hiç de haksız sayılmadıkları da anlaşılır. Gerek Saussure yapısalcılığının gerekse de Rus Biçimcilerin yapısalcı görüşlerinin, Batı dünyasında sosyalist düşüncenin yalnızca kuramsal alanda kalmayıp uygulamaya da dönüşmeye başladığı dönemde belirmesini yalnızca bir rastlantı olarak kabul etmek mümkün olmasa gerek.

Yapısalcılıkta insan özne merkezi konumda değildir, ötelenmiştir. Öznenin ötelenmesi veya yok sayılması onun edim alanı veya somut üretimi olan nesnenin de yok sayılmasını gerektirmiştir. Özne ve nesnenin yerini öznesiz, tarihsel ve toplumsal bağlamından koparılmış yapılar almıştır. O halde yapısalcı çözümlemeden hareketle sözgelimi toplumsal sistem üzerinde ancak, kapsadığı yapılar arası ilişkiler incelenerek bir çözümleme yapılabilir. Buna göre sisteme yön veren egemen güçler ve ezilenler arası ilişkiler üzerinde ayrıntılı çözümlemeler yapılması mümkün değildir. Yapısalcılığın insanı ve onun tarihini, toplumsal ve ekonomik koşullarını göz ardı eden sığ alanında ancak metinlerin sığ anlam örüntüleri incelenebilir.

Lévi-Strauss'a göre yapı, toplumun değil, düşüncelerin yapısıdır, insan aklının kalıplarının yapısıdır. Yapısalcılara göre gerçeği üreten insanın kendisi değil dilin yapısıdır. İnsanlar ancak dil yoluyla düşünebilirler (Alemdar ve Erdoğan, 2010:322). Başka bir deyişle düşünce dili değil, dil düşünceyi üretir. Gerçeklik de buna bağlı olarak dil aracılığıyla şifrelenmiştir. Bu şifreleri çözmek ise gerçeğe ermek demektir. Anlamın kaynağı insan değil, dildir. Anlamlar ikili karşıtlıklar üzerine kurulur. İyi-kötü, siyah-beyaz, erkek-kadın, yer-gök, şeytan-melek vb. Yapısalcı anlayışa göre anlamı insan değil, dilsel yapı oluşturur. Dolayısıyla anlamı üreten de insan değil, yapıdır. İnsanı anlamak, çözümlemek için anlamdan hareket etmek gerekir. Bu da yine yapı üzerinde çözümleme yapmaya yönelmek demektir.

Yapısalcılıkta özne tümüyle yok sayılmasa da bireyden soyutlanmıştır. Bu da insansız özne anlamına gelir. Bu arada birey de özneden soyutlanmış, kendi başına bir bütünsel yapı olarak tanımlanır. Dolayısıyla modernizmin bütünselci anlayışı bir bakıma yapısalcı dilbilimde de yansımasını bulmuş olur.

Modernizmin bütünsel yapıları, toplumsal uzlaşmayı savunan aydınlanmacı düşünürleri ile yapısalcıların dili uzlaşımsal bütünsel bir yapı olarak kabul eden bakış açıları arasındaki örtüşme açıktır. Aynı şekilde modernleşme düşünürleri aklı ve gerçekliği ilişkilendirirler. İnsan, aklı sayesinde gerçekliği keşfedebilir. Akıl ise dil aracılığıyla düşünme yetisine dönüşerek insanlığın gerçeğe erimi sağlanır. Yapısalcı dilbilim anlayışına göre insan, onun aklı, düşüncesi önemsiz değil elbet, ama insanın aklını düşünsel yetiye dönüştürebilmesi de, gerçekliğe erişebilmesi de dil içerisinde ancak mümkün olabilmektedir.

Aslında genel olarak modernleşmeye bakıldığında hayatın hemen tüm kesitlerinde bütünsel, değişmez, kendi içine kapalı yapılara dayalı bir anlayış dikkati çeker. Örneğin, ulus devlet yapısı, sosyalizm, liberalizm vb. büyük ideolojik kuramlar, pozitivizm, eleştirelizm gibi değişmez bilimsel gelenekler, burjuvazi, işçi sınıfı, aristokrasi gibi kendi içerisinde bütünsel bir yapı oluşturduğu varsayılan toplumsal sınıflar vb. Durağan, içe dönük yapılar biçiminde kesitlere ayrılmış, ama bir yanıyla da çoğu arasında eşgüdümsel bir işleyiş bulunan genel sistemik yapılar. Tıpkı bunlar gibi yapısalcı dilbilim de dili kendi içerisinde gösteren ve gösterilen ilişkisi üzerine kurulu, kendine özgü gramatik yapısıyla bütünsel ve değişmez sistemik bir yapı olarak ele alır. Diğer yandan nasıl ki modernleşme anlayışında insan ögesi sistemin içerisinde, onun en küçük birimi olup bütünü yansıtan edilgin bir kesittir, yapısalcı dilbilimde de etkin bir insan ögeden söz edilmez. Onun yerine dil aracılığıyla ancak düşünebilen ve dil içerisinde kurulan gerçekliği, yine dilin olanakları içerisinde geliştirdiği düşünsel yetiyle keşfetmeye çalışan edilgin insanın varlığı kabul edilir. Postmodern düşünüşün belirmeye başlaması ise dilbilimde de postyapısalcı anlayışın gelişmesine alan açacaktır.

Postyapısalcı Dilbilim ve Göstergebilim Anlayışı

Yapısalcı anlayış ve bu anlayış etrafında oluşan okullar bir yandan Rus Biçimcilerin, diğer yandan da Saussure'un görüşlerinin etkisinde biçimlenmiş ve bütün bir yüzyıl boyunca da Batı düşüncesinin önemli bir kesitine yön vermiştir. Özellikle de insan ve toplum bilimlerinin XX. Yüzyılın ortalarına kadarki yönelimlerinde önemli ölçüde etkili olan mantıkçı pozitivist geleneğin yapısalcı anlayışla biçimlendiği gözlenmektedir. Modernleşmenin içerisinde gelişip güçlenen yapısalcı anlayışın II. Dünya Savaşı sonrası yıllarda modernleşmenin tahtının sarsılmasına koşut olarak etkisini yavaş yavaş yitirmeye başladığı gözlenmektedir. Savaşın ardından özellikle Batı dünyası yalnızca siyasi ve ekonomik anlamda değil, entelektüel anlamda da yeni bir döneme girmeye başlamıştır. Bu yeni dönem ise o zamana kadar süregelen sistemin, yapıların ve değerlerin yeni baştan sorgulanması anlamına geliyordu. Dolayısıyla da son iki yüzyıldır dünyanın gidişine yön veren modernizmin büyüsünün bozulması, gücünün kırılması, onun içerisinde gelişen bütünsel yapıların parçalara ayrılarak çözümleme konusu yapılması söz konusuydu. Parçalama işlemi en küçük bütünden, yani bireyden başlatılıp en

büyük bütüne, yani ulus devlete kadar götürüldü. Birey, özne ve nesneye dönüştürülürken, modernizmin en büyük, en güçlü yapısı olan ulus devlet de etnik, dinsel, mezhepsel parçalara ayrılarak çözümlemeye konu edilmeye başlandı. Aynı şekilde aydınlanmacı düşüncenin en büyük buluşu olan aklın sınırlarının, akıl dışılığın tartışma gündemine taşınmasıyla zorlanmaya başlandığı gözlenmektedir. Bunun yanı sıra modernizmin akılcı düşünüşü temel alan pozitivist bilimsel geleneğinin yanına modern öncesi dönemlerin metafiziğinin yeniden getirilip konulduğu dikkati çekmekte. Yine modern dönemin bir diğer bilimsel ve düşünsel geleneği olan eleştirel paradigma içerisinde geliştirilen pek çok kuram ve kavramın ters yüz edilmeye başlandığı dikkati çekmekte. Yeni Marksizm, yeni sol gibi düşünüşlerin de bu kulvarda geliştiği gözlenmekte. Bütün bunlar XX. Yüzyılın ikinci yarısının yeni bir düşünsel döneme kapılarını açmakta olduğunun göstergeleri olarak değerlendirilebilir ki, bu yeni döneme modern sonrası anlamında postmodernizm adı verilir. Aynı süreç dilbilim ve göstergebilim açısından da söz konusu olur.

Postmodernist entelektüel ortam dilbilim ve göstergebilimde de postyapısalcı anlayışın doğup gelişmesine zemin oluşturur. Yapısalcı dilbilimin bütünsel ve durağan dilsel yapıları postyapısalcı anlayışta yerini kesintisiz hareketliliğe sahip, kaygan ve parçalı yapılara bırakır. Nesnel gerçeklik, mutlak doğruluk, pozitif mantık gibi kavramlar ve yöntembilimsel kurallar postyapısalcılıkta kendilerine yer bulamaz. Yapılar ve yapıların içerisinde üretilen anlamlar yok sayılır. Çünkü sürekli dönüşen ve değişen süreçler içerisinde anlam üretimleri mümkün değildir. Yapısalcılığın durağan ortamının ikili karşıtlıkları (gösteren-gösterilen) da postyapısalcı anlayışta yerle bir edilir. Bunun yerine sürekli olarak içiçe geçen, birbiri içerisinde dönüşüm ve değişime uğrayarak hareket eden göstergeler vardır. Kristeva'nın metinlerarasılık kuramı bu anlamda postyapısalcılık için merkezi öneme sahiptir.

Yapısalcılık için anlam ve gerçek metnin içindeyken, postyapısalcılıkta metin ve okur ilişkisi asıl üretkenlik olarak görülür. Anlamların hareketliliği, gösterilenin kayganlığı da buradan gelir. Aynı metin, dolayısıyla da aynı gösterge, okur değiştikçe anlam değiştirir ve sürekli olarak farklı gösterilene karşılık gelerek yoluna devam eder. Asıl olan gösteren, yani metin olsa da onun hareket alanında okurun katkısı gözlenir (Aktay, Göka, Topçuoğlu, 1996:200). Bu yönüyle postyapısalcılar yapısalcıların gösteren-gösterilen ikilisinin kapalı kutusunu açarak ilişkiyi dışa açık hale getirirler. Böylece okurun metne müdahale etmesi olanaklı hale gelir. Her okur bu ilişkiye kendince bir yön verdiğine göre gösteren ve gösterilen ilişkisini belirleyen toplumsal uzlaşma olayı da ortadan kalkmış olur, bunun yerine okurdan okura değişen çoklu anlamlandırmalar ortaya çıkar.

Modernizmin içerisine doğan yapısalcılıkta yapının bütünlüğü önemlidir. Yapısalcılıkla postyapısalcılığın belki de en temel çatışma noktası da budur aslında. Postmodernizmin, moderenizmin bütünlüklü yapılarına meydan okuyan tavrı postyapısalcılığın da yapısalcılığın bütünsel yapılarına meydan okumasına

temel oluşturur. Yapı ve bütün postyapısalcılıkta anlamını tümüyle yitirirken, yerine birbirine eklenerek, birbiri içerisine geçerek sürekli değişim ve dönüşüm geçiren, hiçbir anlamsal ya da sistemik temele dayanmayan parçalar geçer. Postyapısalcı analiz ise kaygan zeminde sürekli değişerek hareket eden bu parçaları izlemekle yetinir. Buna göre de postyapısalcı çözümleme bir tür izsürüm olarak da görülebilir. Marshall Berman'n ünlü kitabının adı "katı olan her şey buharlaşıyor" belki de iki yaklaşımın ayrışma sürecinin en çarpıcı ifadesi.

Julia Kristeva, Lévi-Strauss, Jacques Lacan, Jean Baudrillard, Roland Barthes gibi düşünürlerin düşünsel üretimleriyle biçimlenen, Jacques Derrida'nın yapısökümcü yöntembilimsel yaklaşımıyla da toplum ve kültür bilimlerinin hemen her alanında önemli açılımlar yapan postyapısalcı anlayış postmodernist düşünüşün yaygınlık kazanmasına koşut olarak etki alanını giderek genişletmektedir (Güncü,2005:18). Burada özellikle ortaya koydukları yöntembilimsel ve kuramsal çalışmalarla iletişim bilimciler üzerinde de etkili olan postyapısalcı dilbilimciler üzerinde kısaca durulmaktadır.

Kristeva ve Metinlerarasılık Kuramı

Eleştirel dilbilimin, yapısalcılığın ve postyapısalcılığın kavşağında duran bir düşünür Bulgar asıllı Fransız göstergebilimci Julia Kristeva. Bir yandan Marksist dil felsefecilerinden, özellikle de Bakhtin'in görüşlerinden etkilenir, diğer yandan da Rus Biçimcilerden ve Saussure'den etkiler taşır. Farklı anlayışlardan beslenen Kristeva'nın, ortaya koyduğu görüşlerle, geliştirdiği kavram ve kuramlarla konumlandığı ve tanımlandığı yer ise postyapısalcılıktır. Kristeva yalnızca farklı bilimsel geleneklerden beslenmekle kalmaz ayrıca farklı bilimsel disiplinlerden de yararlanarak kendi kavram, kuram ve yöntembilimsel çalışmalarını gerçekleştirir. Kristeva dilbilimin yanı sıra mantık, matematik, psikanaliz gibi bilim dallarından da yararlanır. Farklı bilim dallarının kuramsal, kavramsal ve yöntembilimsel olanakları Kristeva için kuramsal ve yöntembilimsel çalışmalarını gerçekleştirirken önemli bir hareket alanı da sağlamış olur. Özellikle de diyalektik maddeciliğin eleştirel yaklaşımının etkisiyle Kristeva göstergebilimin de özünde eleştirel bir bilim dalı olması gereğini öne sürer. Diğer yandan göstergebilimsel çözümleme için önerdiği göstergeçözüm ya da anlamçözüm kavramlarıyla metin çözümleme çalışmalarında özellikle psikanalizin kavramsal ve yöntembilimsel olanaklarının kullanılması gereğini vurgular.

Bütün bunların yanında Julia Kristeva'nın dilbilim ve göstergebilim alanındaki asıl şöhreti Bakhtin'in "metinlerarası ilişkiler" kavramından esinlenerek geliştirdiği "metinlerarasılık" kavramıdır. Postmodern düşünüşün önemli kavramlarından biri olarak da kabul edilen metinlerarasılık postyapısalcı dilbilim ve göstergebilim anlayışının da anahtar kavramlarından biri olarak belirir. Her şeyimetin olarak görme eğiliminde olan postmodernizm için metinlerarasılık dilbilim ve göstergebilim alanında geliştirilmiş oldukça parıltılı bir kavramdır.

Metinlerarasılık kavramı, her metnin kendi içinde başka metinleri barındırdığı görüşü üzerine temellendirilmiştir. Metinlerin iç içe gimesinden ve birbirine eklenmesinden oluşan metinlerarasılık durumu metinlerarasılık kavramıyla tanımlanır. Metinlerin birbirleri içerisine eklemlenmesiyle sonsuz bir anlamsal hareketlilik ortaya çıkar. Metin üretimi de bu sürekli eklenme durumuna bağlı olarak sonsuzluk özelliğine sahiptir. Metinlerarasılık kavramının bu sınırsız eklektikliği ve anlamsal üretimdeki sonsuzluk özelliği onun postyapısalcı anlayışla ilişkilendirilmesini sağlar. Ancak Kristeva metinsel eklemlenmeler ve metnin anlam üretim özelliği üzerinde dururken ideoloji olgusunu asla dikkate almaz. Metni ideolojiden soyutlayan bu anlayışı nedeniyledir ki Kristeva postyapısalcı anlayışın içerisinden yapısalcı anlayışa gülümsemeyi de ihmal etmez. Kristeva'nın metinlerinin üretim sürecinde insan ögesi de yoktur. Metinler birbirlerinin içerisine geçerek, birbirlerini dönüştürerek sürekli ve sonsuz üretilirler. Ama bu üretimin bir insan öznesinden sözedilmez. Kristeva'nın bu görüşü Derrida'nin différence kavramını çağrıştırmaktadır. Anlamın süreklilik içinde değişiminden ve ertelenmesinden söz eden Derrida ile Kristeva'nın sürekli eklemlenen ve üreyen metin anlayışı arasındaki benzerlik iki düşünürün postyapısalcı bir buluşması olarak da değerlendirilebilir. Ama diğer yandan da Kristeva'nın Saussure'den etkiler taşıdığı dikkati çekmektedir. Onun metinlerarasılık kuramının temelinde bir yanıyla da Saussure'ün rastlantısal gösteren-gösterilen ilişkisinin yer aldığı söylenebilir.

Diğer yandan Kristeva'nın Rus biçimcilerden etkilendiği gözlenmektedir. Metni toplumsal bağlamından soyutlayan tavrıyla Biçimcileri çağrıştırır. Kristeva'nın metinleri toplumdan bağımsız, yalnızca birbirleriyle bağlantılı yapılardır. Anımsanacağı gibi Rus biçimciler de metinleri, özellikle de yazınsal metinleri toplumdan soyutlamalarıyla bilinirler. Aslında Rus Biçimcilerin eserlerinin önemli bir kısmının Fransızcaya çevrilmesinde ve görüşlerinin Fransa'ya taşınmasında Kristeva'nın katkısı da yadsınamaz. Dolayısıyla postyapısalcı bir anlayışı benimsemiş olsa da Kristeva'nın yapısalcılara yakınlığı da açıkça anlaşılmaktadır. Bu yönüyle Kristeva'nın yapısalcılık ve postyapısalcılık arasında bir köprü görevi gördüğü de söylenebilir.

Kristeva'nın metinlerarasılık kavramı Bakhtin'in **söyleşimcilik** kavramından da etkiler taşır. Yukarıda da belirttiğimiz gibi söz konusu kavramın geliştirilmesi sürecinde Freud, Marx, Lacan gibi düşünürlerden de yararlanılmıştır. Bakhtin'in söyleşimcilik kavramı, iki sesin kesişmesi savından hareketle geliştirilir. Yani diyolojik bir ilişki söz konusudur. Metinlerarasılık kavramı ise pek çok metnin birbirine eklenmesinden oluşur. Diyolojik yapının yerini çoklu girift yapı ya da çok katmanlı yapı anlayışı alır. Üretilen her yeni metin çok katmanlı metinsel yapıların üzerine yerleşir, böylece o da katmanlardan biri olarak varlık gösterirken aynı zamanda da başka metinsel katmanlara temel oluşturur.

Kristeva'ya göre dil üç boyutludur. Yazan özne, alıcı ve dış metin. Buradaki yazan özne kavramı doğrudan yazara karşılık gelmez. Bu süreçte ya da metinsel üretim ortamında yazar geri plana atılmıştır. Onun yerine özne ve alıcı ikilisi ile

metin ve içerik ikilisi öne çıkar. Ama bu ikililer arasında diyolojik bir ilişki yoktur. Bundan daha çok iç içe geçme, örtüşme söz konusudur. Metinler bir araya gelerek bir içerikler mozaiği oluştururlar.

Diğer yandan Kristeva tarihsel bağlamı da yok sayar. Kristeva'nın metinleri sürekli çoğalarak, iç içe geçerek yeni metinsel üretimlere temel oluştururlar. Ama bu hareketlilik ve sürekli üretimde tarihsellik diye bir şey söz konusu değildir. Tam tersine sürekli bir değişim, dönüşüm, dolayısıyla da tarihsizlik ya da tarihsizleştirme, geçmişi silme durumu söz konusu olmaktadır.

Kristeva'ya göre metinler birbirlerine eklenirken ve çoğalırken aslında bir kültürel üretime temel oluştururlar. Diğer yandan kültür de bir metindir aslında. Bir toplumun kültürü örneğin, aynı zamanda kocaman bir metinsel yapıdır (Rızvanoğlu, 2006:101). Dolayısıyla da metin çözümlemeleri aynı zamanda kültürel çözümlemelerdir. Her bir kültürel yapıyı bir metin olarak kabul etmek gerekir. Nitekim 1960'larda Birmingham Üniversitesi bünyesinde başlatılan kültürel çalışmalar geleneği içinde metin çözümlemelerinin önemli bir yeri olduğunu da burada anımsamakta yarar var. Hatta kültürel çalışmalarda çoğu zaman metin indirgemeci tavrın oldukça da aşırıya götürüldüğü dikkati çeker. Dolayısıyla da kültürel çalışmalara ilgi duyan, özellikle de metin çözümlemelerinde söz konusu alanın kuramsal ve yöntembilimsel olanaklarından yararlanan çoğu araştırmacının Kristeva'nın görüşlerinden de önemli oranda beslendiği dikkati çeker. Özellikle de medya metinleri ve yazınsal metinler üzerine yoğunlaşanlar için Kristeva'nın metinlerarasılık kuramı önemli bir hareket noktası olarak gözlenir.

Sözün özü, Bakhtin'den yola çıkan, Saussure yapısalcılığında konaklayan, oradan Rus biçimcilere uğrayan, Barthes'le yola devam ederken Freud, Derrida, Lacan gibi düşünürlere de sempati göstermeyi ihmal etmeyen bir göstergebilimci Julia Kristeva.

Barthes: Mit, Söylem ve Göstergebilim

Yapısalcılık, postyapısalcılık ve Marksizmin kavşağında duran bir göstergebilimci Roland Barthes. Öğrencisi Julia Kristeva'nın metinlerarasılık kuramı Barthes'in postyapısalcı göstergebilim anlayışına kaymasında önemli ölçüde etkili olur. Ancak Barthes'in aynı zamanda Saussure'den, Rus Biçimcilerden ve Marksist dil felsefesinden de etkilendiği gözlenmektedir. Bakhtin ve çevresi de Barthes için önemli bir esin kaynağı sayılır.

Barthes geliştirdiği göstergebilimsel yaklaşımla iletişim bilimcilerin de ilgisini çeker. Özellikle de popüler kültürel metin çözümlemeleri konusunda ortaya koyduğu yapıtlar iletişimciler için önemli başvuru kaynaklarıdır. Barthes giyim kuşam, mekânsal kompozisyonlar, semboller gibi birtakım popüler kültürel olgu ve metinlerin göstergebilimsel çözümlemesini yaparken hem Saussure'ün yapısalcı dilbilim anlayışının, hem biçimcilerin, hem de Marksist dilbilimcilerin yöntembilimsel olanaklarından yararlanır. Kristeva gibi Barthes için de metin merke-

zi konumdadır ve bütün yapılar herşeyden önce birer metindir. Metinlerde içerilen göstergelerle oluşan ve taşınan anlamlar çözümlenerek insana ve topluma dair pek çok bilgiye ulaşılır. Barthes'in anlam merkezli bu yönelimleri anlamlama (signification) kavramı aracılığıyla göstergebilime bağlanır. Barthes anlam ve anlamlama kavramlarını kullanarak postyapısalcılarla çelişir. Barthes'in çözümlemelerinde anlamlama (signification) kavramına bağlı olarak öne çıkan bir başka kavram da yananlam kavramıdır. Yananlam kavramıyla Barthes'in anlatmak istediği şey ise mitlerdir. *Mytologies* (1957) adlı eserinde Barthes göstergelerin özellikle mitsel anlamları üzerinde durur. *Çağdaş Söylemler* (1998) adlı kitabında mitleri kültürel anlam taşıyan göstergeler olarak ele alır. Ona göre mitler bu özellikleriyle aslında egemen sınıfın ideolojik amaçlarına hizmet etmeye elverişli karmaşık iletişim sistemleridir. Özellikle de günümüzün yaygın kültürünün popüler kültür olduğu, bunun da toplumun güçlü kesimleri, yani egemen sınıf tarafından üretildiğini dikkate alacak olursak, söz konusu kültür içerisinde oluşan mitlerin de egemen sınıfın ideolojisini taşımaları olağandır. Barthes, mitleri ideolojiyle ilişkilendirirken yapısalcılardan uzaklaşarak Marksist dilbilimcilere, özellikle de Voloshinov ve Bakhtin'e yaklaşır.

Barthes bir yandan göstergebilimin anlam alanını ideolojiyle ilişkilendirerek Marksist dilbilimcilere yaklaşırken diğer yandan da Kristeva'nın metinlerarasılık kuramına sempati göstererek postyapısalcılara yakınlaşmaktadır. Barthes de tıpkı Kristeva gibi her metnin metinlerarasılık özelliğine sahip olduğunu belirtir. Her metin kendisinden öncekiler üzerine kurulmuş olan yeni bir dokudur. Her metinde içerilmiş olan pek çok metin vardır. Bu metinlerin varlığı kimi zaman açık kimi zaman da muğlaktır. Ama her metin mutlaka başka metinlerden beslenerek, onları da içerisine alarak varlık kazanır. Barthes de postyapısalcılar gibi metinlerin sürekli olarak birbirlerine eklemlenerek kendi kendilerini ürettiklerini savunur. Metinlerin üretimini sağlayan özneyi yok sayar Barthes. Her metin başka metinlerden türer ve başka metinlerin üretilmesine de temel oluşturur. Aslında Barthes'in Kristeva'nın etkisinde geliştirdiği bu görüş ile anlamlama kavramı, dolayısıyla da metinler içerisinde anlam arama çabası arasında önemli bir çelişki göze çarpıyor. Her şeyden önce metinlerarasılık kuramı ile anlam kavramı çelişmektedir. Metinler sürekli birbirlerine dönüşerek çoğalırken herhangi bir anlam üretmeleri söz konusu bile edilemez. Oysa Barthes bir yandan Kristeva'nın metinlerarasılık kuramını dikkate alırken diğer yandan da metinsel yapılarda ideolojik anlamlar araması onun yapısalcılık, postyapısalcılık ve bir ölçüde de Marksist dil anlayışı arasında sıkışıp kaldığının bir kanıtıdır.

Barthes'te yazarı da göremiyoruz. Metinsel üretimin bir insan öznesi yoktur. Tıpkı Kristeva gibi Barthes de metinlerin giderek üretici öznenin yerini aldıklarını ve kendi üretici özneleri haline geldiğini ileri sürer. Barthes insan özneyi yok sayan bu görüşüyle hem yapısalcıların hem de postyapısalcıların takdirini kazanır. Hem Kristeva hem de Barthes metinsel üretimde insan ögesini ve toplumsal bağlamı tümüyle yok sayarak metni yaşamın merkezine koyar. Öte yandan

Barthes için metin bir yapılanmadır. Barthes yazarı önemsizleştirirken okuru merkezi konuma taşır. Ona göre her yapı, dolayısıyla da her metin okundukça çoğalır, yeni anlamlar kazanır, anlam değişimine uğrayarak sürekli bir üretimsel süreç izler. Barthes'in bu görüşü ile postyapısalcıların sürekli değişim ve dönüşüme vurgu yapan görüşleri arasında bir benzerlik olmakla birlikte, Barthes için metin aynı zamanda bir yapıdır. Oysa postyapısalcılar yapı kavramını dışlarlar. Bu noktadaki görüşüyle Barthes bir yandan postyapısalcılığa yakınlaşıyor gibi görünmekle birlikte diğer yanıyla da yapısalcı bir anlayış ortaya koymaktadır.

Diğer yandan Barthes'e göre dil de tıpkı toplum ve kültür gibi kendi başına bir sistem, bir bütündür. Bu noktada da Barthes'in yapısalcı yanı öne çıkar. Ama diğer yandan da dil sisteminin devingen bir yapıya sahip olduğunu ve diğer sistemlerin pratikleri tarafından sürekli olarak değişime uğratıldığını ileri sürer. Ki bu yöndeki görüşüyle de Barthes'in yapısalcılardan ayrıldığını, dili toplumsal bağlamıyla ele alan Marksist dilbilimcilere yakınlaştığını görüyoruz.

Barthes de tıpkı Saussure gibi gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin rastlantısal olduğu görüşündedir. Bir sözcüğün içerdiği anlam ile onun tınısı veya sesçil özelliği arasında mantıksal bir ilişkilendirme söz konusu değildir. Ses ve sözcük rastlantısal olarak oluşturdukları bütünü anlama dönüştürürler. Ses ve sözcük bütünlüğünden doğan yan anlamlar ise toplumsal ve kültürel mitlere karşılık gelir (Barthes, 1993). Örneğin, kurt sözcüğü düz anlamıyla vahşi, yırtıcı bir hayvanın adıdır. Oysa Türk mitolojisinde kurt sözcüğünün mitsel bir anlamı vardır. Aynı şekilde geyik de düz anlamıyla yabanıl bir hayvanın adıdır, ama Türk mitolojisinde mitik bir anlama karşılık gelir. Beyaz güvercinin, beyaz renkli bir kuş olmasının yanında barışı da simgelemesi gibi.

Barthes geliştirdiği göstergebilim kuramıyla yapısalcı ve eleştirel geleneği, hatta bir ölçüde de postyapısalcı anlayışı sentezleme çabası içerisine girer. Dili ideolojiyle ilişkilendirmesi, mitsel anlamlara vurgu yapması, dili bir anlamlandırma ve anlam üretim alanı olarak görmesi üç farklı anlayışı bir araya getirme çabasının göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Barthes'e göre mitler dil yapıları içerisinde yalnızca yan anlamsal göstergeler değil, aynı zamanda dilin ideolojik yanını gizleme işlevine de sahiptirler. Böylece mitlerle dokunmuş bir dil yapısı iktidar çatışmalarının ört bas edilmesine de hizmet edebilir. Barthes, mitlerle biçimlendirilen üst dilin karşısına üretici insanın dilini koyar. Bu dil gerçeği dönüştürmek için kullanılan devrimci bir dildir (İnal, 2002). Mitsel anlatıma yer vermeyen devrimci dil gerçek yaşamdaki siyasal ve ideolojik ilişkileri ortaya koyma işlevine de sahiptir (Barthes,1990a :181, akt: İnal, 2002). Barthes mitsel üretimde de süreklilik olduğu vurgusunu yapar. Her mit, kendisinden öncekiler tarafından üretilir ve yeni mitler üretmek için de işlevsellik kazanır. Barthes'in bu görüşü Kristeva'nın metinlerarasılık görüşüyle benzeşmektedir.

Barthes yapısalcılardan ve postyapısalcılardan farklı olarak dili tarihsel bağlamıyla ele alır. Bu noktada Barthes'in Marksist dilbilimcilere yaklaştığı gözlenmektedir.

Barthes'ın bir diğer ayrımı ise metne ilişkindir. Barthes'e göre bazı metinler yalnızca okunmak içindir. Bunlara **okunurlu metinler** adını verir. Bazı metinler ise yazılabilirdir. Bunlara işe **yazınırlı** metinler adı verilir. Didaktik ve düzanlamın egemen olduğu metinleri okur yalnızca okumakla yetinir. Onlara olduğundan başka anlamlar yüklenmesi, onlardan başka anlamların çıkarılması vb. mümkün değildir. Dolayısıyla da okunurlu metinler daha çok düzanlamsal dokulardır. Yazınırlı metinler ise yananlamların sık kullanıldığı, daha kurmaca ya da ideolojik metinlerdir. Yazınırlı metinler okur tarafından başka anlamsal yüklemelerle yeniden yazılabilir. Başka bir deyişle okur, yazınırlı metni okurken, onu kendi anlam dünyasına eklemleyebilir, kendi anlam, hayal ve düşün dünyasından ona bazı eklemeler yapabilir. Yananlamlarla kurulu metinler buna daha uygundur. Yazınsal ve sanatsal metinler bu anlamda yazınırlı, didaktik metinler ise okunurlu metinler olarak nitelenebilir (Edgar and Sedgwick, 2002:18). Barthes'ın bu görüşü Biçimcilerin gündelik yaşamın dili ve kurmaca dil ayrımını akla getirmektedir. O halde Barthes'ın yazınırlı metinleri entelektüel alana karşılık gelirken, okunurlu metinleri gündelik yaşamın sıradanlığının düz anlatımı olarak görülebilir.

Metni ikiye ayırması Barthes'ın okuru da farklı bir yere koymasına zemin hazırlamıştır. Özellikle yazınırlı metinler olarak nitelediği metinlerle okur arasındaki ilişkiyi dinamik bir ilişki olarak gördüğü anlaşılıyor. Bu anlayışa göre okur, metnin edilgin alıcısı değil, aynı zamanda metne etkin biçimde katkı yapan biridir. Okur ve metin arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Okur, metni kendi durduğu konumdan, bakış açısından yeniden yazabilmekte, yeniden yaratabilmekte. O halde metin Barthes için merkezi önemdedir. Onu okurun konumu izler. Yazar ise fazla bir öneme sahip değildir. Barthes'ın bu yaklaşımı bir yandan postyapısalcıların yazarı yok sayan, diğer yandan da kültürel çalışmaların metin indirgemeci yaklaşımlarına temel oluşturmaktadır. Stuart Hall'ın metin ve okur ilişkilendirmesini burada anımsayabiliriz. Barthes'in yazınırlı metni ve okur ilişkisi ile Hall'ın tartışmacı okuru arasında çok açık olmasa bile bir örtüşme dikkati çekmektedir.

Barthes yazdığı metinlerde sinemanın, müziğin, gazetelerin, dergilerin diline yönelmiş, onlardaki söylemi çözümlemeye çalışmıştır. Medya, toplumdaki en belirgin mit üretme aracıdır. Barthes, dil ve mit çözümlemesini bir Fransızca derginin kapağı üzerinde yapar. Siyahi bir genç, Fransız bayrağını selamlamaktadır. Dil açısından durum bundan ibaret. Mit açısından ise Fransa'nın kültürel çeşitliliği, büyük devlet olması, herkesin onun önünde saygıyla eğiliyor olması vs. pek çok anlam çıkarılabilmektedir.

Bütün bu irdelemeleriyle Barthes metin üzerine odaklanan bir düşünür olarak ele alındığında geliştirdiği kuramsal anlayış ve çözümleme yöntemlerine ilişkin önerileriyle iletişim alanındaki çalışmalara da önemli ölçüde yön vermiştir. Kitle iletişim alanında gerçekleştirilen ürün merkezli çalışmalara –ister kültürelcilerden gelsin, isterse de yapısalcılardan ve postyapısalcılardan gelsin- Barthes'in katkısı asla görmezden gelinemez. Öte yandan Barthes yapısalcı, postyapısalcı ve Marksist dilbilimi kaynaştırma çabası içerisine de girmiştir. Ancak bunun bilinçli

mi yoksa tümüyle rastlantısal olarak mı gösterilen bir çaba olduğu konusu tartışmalı. Ne olursa olsun açık olan şudur ki Roland Barthes ortaya koyduğu çalışmalarla, gerçekleştirdiği çözümlemelerle dilbilim ve göstergebilim için hem yapısalcılıktan hem de postyapısalcılıktan beslenen, ama ikisiiyle tam olarak bağdaşmayan yeni bir açılım sağlamıştır.

Derrida ve Yapısökümcülük

Postyapısalcı geleneğin en çok ilgi gören temsilcilerinden biri de Cezayir asıllı Fransız enteleküel Jacques Derrida'dır. Geliştirdiği yapısöküm kuramıyla postyapısalcılığa yöntembilimsel katkı yapan Derrida'nın hareket noktası yapısalcıların ikili ilişki üzerine kurulu içe dönük yapıları olur. Özellikle de Saussure'ün nedensizlik ilkesine dayandırdığı, toplumsal uzlaşma ilkesiyle biçimlendirdiği, gösteren ve gösterilen ilişkisinden türeyen gösterge kavramı Derrida'nın yapısalcılığa eleştirel yaklaşımının odağında yer alır. Derrida'ya göre madem ki gösteren ve gösterilen ilişkisi nedensiz ve rastlantısaldır, o halde o ilişkiden anlamlı yapılar doğmasını beklemek de anlamsızdır.

Derrida, yapısalcılığın, üzerinde toplumsal uzlaşma sağlanmış bu ikili yapılarına ilişkin eleştirel çözümlemelerini, geliştirdiği yapısökümcü yöntembilimsel yaklaşım aracılığıyla yapar. Görüşlerini postmodernizmin modernizme meydan okuyuş saflarında biçimlendiren Derrida modernizm içerisinde yapılanan yapısalcılığın bütünlük üzerine kurulmuş sistemli yapılarına karşı çıkar. Bu karşı çıkışın odağına somut olarak Saussure'ün dilbilim kuramını koysa da Derrida'nın eleştirel tavrı bununla sınırlı kalmayıp genel olarak modernizme ve onun içerisinde biçimlenen yapısalcı anlayışa yönelik olmaktadır. Buna göre Derrida modern bilimin temelini oluşturan mantıkçı pozivizme karşı dururken, onun temel ilkesi olan nesnel gerçekliği de yok sayar. Bununla bağlantılı olarak pozitivizmin yöntembilimsel dayanağını oluşturan ve nesnel gerçekçilik ilkesinden hareket eden amprisizm de Derrida için geçerliliği olan bir yöntembilimsel anlayış değildir. Çünkü gerçek yaşamda mantıkçı pozitivizmin ampirik yöntembilimsel ilkeleriyle çözümlenebilecek gerçek olgulara ve nesnelliğe yer yoktur. Bu nedenle somut verilerin toplanması ve çözümlenmesiyle ulaşılabilecek bir gerçek, toplumun genel kabulüne karşılık gelecek bir doğru da yoktur. Derrida için herşey kaygan bir zeminde hareket halindedir. Hiçbir şey, kendi özünü koruyarak var kalmamakta. Dolayısıyla hiçbir şeyin kendine özgü bir yapısı, koruduğu bir töz de yoktur. Bu nedenle de amprisizmin kurallarıyla incelenebilecek somut olgular ve nesnel veriler de söz konusu değildir. Birbirine eklenerek, birbiri içerisine geçerek değişen, dönüşen parçaların akıp gittiği bir dünyada bilim insanı doğrunun, gerçeğin peşinden koşan değil, birbiri peşi sıra akıp giden parçaların izsürücüsü olabilir ancak.

Bu görüşleriyle Derrida ve Onun gibi düşünen postyapısalcılara göre üzerinde uzlaşılmış belli birtakım değerlerin gerçekte varlığı da söz konusu değildir.

Yapısalcıların gösteren ve gösterilen ikilisi içerisinde yapay olarak varlık kazanmış, gerçek yaşamla ilişkisi olmayan kurmaca değerlerden sözedilebilir ancak. Gerçeklik diye sunulan şey ve onun içerisinde biçimlenen değerler aslında birilerinin dili kullanarak insanlara yönelttikleri dayatmalardan başka şey değildir.

Diğer yandan yapısalcılığın, kendisinden öncekini inkar etmesine, başka bir deyişle tarihi yok saymasına da karşı çıkar Derrida. Ancak Derrida'nın savunusunu yaptığı kaygan zeminde de tarihsel olanın varkalabilmesi olanaksız görünüyor. Ama yine de yazıya atfedilen değer ve yazıyla tutulan kayıtların kalıcılığı tarihe verilen önemi ortaya koymaktadır. Ancak diğer yandan da yazılı metnin okur merkezli yorumlanışı Derrida'nın tarih anlayışının da aslında tarihsel gerçekliğin varlığını kabul etmekten uzak olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre tarihi metinler de tıpkı diğer metinler gibi yorumsamacılığın kaygan zemininde hareket eden, yani sürekli değişen ve dönüşen anlam örüntülerinden oluşmakta.

Diğer yandan Derridacı postyapısalcı yaklaşım, yapısalcılığın yok saydığı özneyi öne çıkararak özneler yerine anlamı toplumsal bütünle ilişkilendiren yanını da alaşağı etmeye yönelir. Özneler çokluğu diğer yanıyla da içe kapalı benmerkezci bakışı alaşağı ederek öteki'nin devreye girmesine olanak verir. Böylece modernizm içerisinde biçimlenmiş olan Batı düşüncesinin aslında tümüne bir meydan okuyuş söz konusudur.

Derrida'yla temsil bulan yapısökümcü bakış, aslında postmodernizmle de bu yönüyle örtüşmektedir. Bütünsel toplumsal yapılar yerine parçalı toplumsal yapılar, ben'in merkezi konumu yerine ötekinin de kabulü, tekli yapı yerine çoklu toplumsal yapılar. Etniklik, çokkültürlülük, öteki gibi kavramlar da bu yeni anlayışın iskelet yapısını oluşturacaktır. Derrida'ya göre her toplumsel kesit, etnik kesit, kültürel kesit vb. önemli sayılmalı ve birlikte yaşam hakları olduğu kabul edilmelidir. Onları bütünün içerisinde eritmek, yok etmek yerine kendi varlıklarıyla bütünün parçaları, bütünü var kılan etkin yapılar olarak kabul etmek gerekir. Bu savlarıyla Derrida, yapısökümcü yaklaşımı bir yıkma, yok etme değil, bir yeniden yapılandırma kuramı olarak geliştirir.

Derrida'nın görüşlerinin merkezi bir kavramı da différence ya da differance'tır. Bunu hem anlam farklılaşması hem de anlam ertelenmesi olarak almak olanaklıdır. Derrida'ya göre gösteren ve gösterilen ilişkisinde gösterenin karşılığı olan gösterilen hep aynı değildir, sürekli farklılaşır. Bir metin, her okur tarafından ayrı bir anlam yüklemeyle algılanır. Öte yandan okur metinle üretimsel bir ilişki kurdukça ve ona kendince anlamlar yükledikçe, yazarın metne yüklediği anlamda bir erteleme, bir öteleme söz konusu olmaktadır. Bu da gösteren ve gösterilen ilişkisinde anlamın ertelenmesini ifade eder. Aynı metnin farklı okurlarca her okunmasında ona yüklenen anlam farklılaşırken, yazarın yüklediği anlam sürekli olarak ertelenir. Gösterenin, gösterilenin altında sürekli kaymasıyla ifade edilen şey tam da budur. Anlam ertelemesi de bundan dolayıdır.

Derrida'nın yapısökümcülük kuramı kendisini yeni bir şüpheci anlayışla ortaya koymakta. Mantıkçı pozitivizmin dil içerisine hapsettiği gerçekliği postyapı-

salcı yaklaşım dışa açarak, ondaki gerçekliği oradan alıp kaygan zeminde tartışmaya sunarak değişim ve dönüşüm sürecine girmesini sağlar. Böylece hiçbir gerçeklik ya da değer katı yapısıyla kalmamakta, esnek yapıya bürünerek kaygan zeminde hareket kazanmaktadır. Bu açıdan da kuşkusuz önemli bir katkı yapmakta (Sim, 2000). Ancak bu kez de gerçeklik diye bir şey kalmamakta. Yapısalcılığın yapay, zorlama anlamlandırmaları eleştirilirken yerini kaygan zeminde anlamsızlık almakta.

Yapısökümcü yöntembilimsel anlayışta yazarın öncelikli konumu, yani özne alaşağı edilirken, metnin de aslında hükmü, okura göre zayıflatılmaktadır. Her okumada yeniden üretilerek dönüştürülen bir metnin kendine özgü değerinden ve belirgin bir iletisinden söz etmek böylece olanaksız hale gelmektedir.

Derrida aslında yapısökümcü anlayışın merkezine koyduğu differance kavramıyla dilin, içerisinde bulunduğu gerçeklikten soyutlanmış gücüne de bir karşı çıkış ortaya koyar. Ki yapısalcılar dili hayatın merkezine koyarlar. Oysa Derrida herşey gibi dilin de merkezi bir öneme ve güce sahip olmadığını, insanların kullanım alanı içerisinde ancak yetkin hale geldiğini vurgular (Sim,2000). Böylece her şeyin kaygan zeminde hareket ettiği bir ortamda dil de kendisine atfedilen değerden soyutlanarak yerinden oynatılır ve postyapısalcılığın oynak zemininde hareketli döngüye dahil edilir.

Derrida modernizmin mantıkçı pozitivist alanında geliştirilen ve sabitliğin, durağanlığın temsilcisi olan öz, töz, gerçeklik gibi kavramlara karşı çıkar. Buna bağlı olarak birilerinin kendi durdukları yerden dayatmaya çalıştıkları doğrulara da karşı çıkar. Mutlak doğru diye bir şey yoktur. Herkesin kendi doğrusu vardır. Ayrıca koşullar değiştikçe doğru da değişime uğrar.

Derrida'nın postyapısalcı anlayışında yine modernizmin içerisinde geliştirilmiş olan büyük ideolojilere de yer yoktur. Çünkü mutlak doğrularla temellendirilen büyük ideolojileri dönüştürmek, değiştirmek ve koşullara göre yeniden biçimlendirmek mümkün değildir. Oysa ideoloji denilen olgunun temelinde idealar, yani fikirler yatar. İnsanların fikirsel ve düşünsel yönelimleri de asla durağan ve değişmezlik özelliğine sahip değildir. O halde değişmezliğe mahkum edilen ve bütünsel toplumsal yapılara yapıştırılan büyük ideolojilerin de Derrida'ya göre aslında herhangi bir geçerliliği yoktur. Onun yerine duruma ve özne bireylere göre değişebilen, zamana ve koşullara göre esneyebilen küçük ideolojilerden söz etmek çok daha doğru olur. Aslında Derrida, şimdiye kadar üzerinde uzlaşılmış büyük ideolojilerin ve o ideolojiler temel alınarak inşa edilmiş bütün yapılara karşı çıkar ve onların tümünün başaşağı edilerek yeni baştan kurulması gereğini öne sürer. Ulus devlet yapıları da bunun içinde yer alıyor, Avrupa merkezli bakış açıları da. Ona göre bu yapıları ve Avrupa merkezli olarak kurulmuş ideolojik ve kültürel sınırları yeni baştan düzenlemeyi programına alan bir küreselleşme sürecinin desteklenmesi insanlık yararınadır (Akaş,2002:97).

Dolayısıyla da Derrida bugüne kadar ortaya konulmuş, üzerinde bilimsel anlamda uzlaşma sağlanmış ve sabit olarak konumlandırılmış kuramlara, kav-

ramlara da karşı çıkar. Çünkü kuram, kavram ve yasalar bilgiyi belli güç odaklarının etki alanına çekmektir diye düşünür. Söz konusu kuram, kavram ve yasalar içerisinde varlık kazanan gerçeklik ve doğruluğun da geçerliliği yoktur. Onlar yalnızca birilerinin, özellikle de sistemlerin iktidar alanlarını ellerinde tutan odakların doğrularıdır. Yazar, metin ve okur ilişkisi de bu açıdan ele alınmalıdır. Yazar, yazdığı metin içerisine kendi doğrusunu yerleştirir. Oysa o doğru, okurun doğrusuyla her zaman tıpa tıp örtüşmeyebilir. Dolayısıyla da okur, metinden yazarın yüklediği anlamı aynen çıkaramayabilir. Bu da okurun, metne kendince bir anlam yüklemesi, yani metni yeni bir üretim sürecine tabi tutması anlamına gelir. Her okur, hatta her okuma metnin yeni bir üretim sürecine dahil edilmesi demektir. Bu da metnin sürekli olarak yeniden üretilerek, yeni anlamlar eklenerek, çoğalarak, çeşitlenerek, kendisinden yeni metinler türeterek yoluna devam etmesi anlamına gelir. Yani Derrida'nın deyişiyle gösteren, gösterilenin altında sürekli kayar. Anlam sürekli olarak farklılaşırken, yazarın yüklediği anlam sürekli olarak ertelenir (Easthope and McGowan,1998:110)

Derrida'ya göre önce yazı vardı. Tarih, yazı içinde varlığını sürdürerek gelmiştir. Yazı da tarih içinde sürekli yeni anlamlarla çoğalarak, yeni anlam üretimlerine olanak vererek süregelmiştir. Söz ise Derride için fazla bir anlam taşımaz. Çünkü söylenir ve biter. İleriye doğru uzantısı yoktur. Bu noktadaki görüşüyle Derrida, Antik Yunan düşünürlerinden, özellikle de söze merkezi bir değer atfeden Aristoteles'in çağlar içerisinde süregelen ve bir bakıma da pozitivist dilbilimsel düşüncenin temelini oluşturan görüşünü de alaşağı etmiş olur (Derrida, 1999a:166).

Derrida dil içinde kurulan ikili karşıtlıkları yok sayar. Doğu-Batı, iyi-kötü, siyah-beyaz, dolayısıyla gösteren-gösterilen vb. modernizmin içerisinde varlık kazanan yapısalcı düşünce içerisinde kurulan bu ikili karşıtlıklar içerisine hapsedilen gerçeklik algısına karşı çıkar. Ama bu arada Marksist düşüncenin de aslında toplumsal değişimi ve tarihsel sürecin işleyişini tez-karşı tez ve sentez biçimindeki diyalektik ilişki üzerine oturttuğunu anımsatalım. Derrida bir yandan liberal kanattan Marksizme gelen saldırılara kendince bir karşı duruş sergilerken, diğer yandan da kendi düşüncelerinde Marksizmden beslendiğine ilişkin fazla da bir kanıta rastlanmaz. Tarihi yok saymaz, ama tarihin işleyiş sürecini yazı merkezli bir izsürümden ibaret sayar. Değişim ve farklılığı görüşlerinin merkezine koyar, ancak bu değişim Marksist düşüncede olduğu gibi diyalektik ilişki üzerine temellenen bir değişim değil, yazı merkezli anlam farklılaşması, hatta eklemlenmesi biçiminde işleyen bir değişimdir. Öte yandan Derrida'nın görüşlerinde Marksizmin temelini oluşturan tarihsel materyalizmi çağrıştıran hiçbir ize de rastlanmaz. Tam tersine Derrida nesnel gerçekliği, mantıkçı pozitivizmi, bütüncül yapıyı yok sayarak aslında Marksizmle büyük bir çelişki de ortaya koymaktadır.

Buna göre hayatın içerisinde somut gerçekliğe dönüşerek süren bir değişim değil, yazının işaret dünyasında yalnızca izi sürülebilir soyut bir değişimden söz

etmekte. Bu da akla Baudrillard'ın simülasyon kuramını getirmektedir. Sürekli bir değişim, farklılaşma, akıp giden simülasyonlar.

Modernizmin düşünsel temelini oluşturan Aydınlanmacı düşüncenin ve onun içerisine doğan yapısalcılığın içe kapalı bütüncül yapılarına, tek tip aklın egemenliğine, tek kültürlülüğe, tek milliyet ilkesine dayalı ulus devlet yapısına vb. değerlerine bir karşı çıkış olarak doğan postyapısalcı düşünce modernizmin dışladığı pek çok değeri öne çıkarmaya yöneldi. Marjinal olarak nitelendirilen karşı kültürler, dışlanmış topluluklar, hasta olarak kabul edilen ve toplumdan dışlanan deliler, anormal olarak nitelenen her tür insan ve yapı postyapısalcı düşünüşün onay dünyasında yer buldu kendisine (Derrida,2001). Ki bütün bunlar da Derrida ve onun gibi düşünenlere göre gerçek anlamda özgür bir dünya ve özgür bir insanlık için gereklidir.

Lacan: Psikanaliz ve Dil

Dilbilim üzerinde kafa yoran çağdaş düşünürlerden biri de Jacques Lacan'dır. Aslında bir psikiyatrist olan Lacan, Freudian psikanaliz kuramın XX. Yüzyılın ikinci yarısındaki temsilcisi olarak da kabul edilebilir. Ama diğer yandan da Saussure'le başlayan yapısalcı dilbilim kuramını, postyapısalcılıktan da beslenerek yeniden inşa etmeye yöneldiği psikanaliz kuramına entegre etmeye çalışan bir entelektüel.

Dilbilimle ilgisinde Lacan'ın hareket noktası yapısalcı dilbilim olsa bile, yola devamında postyapısalcılara benzerliği dikkati çeker. Öznenin, bireyin benlik ve bilinçaltı dünyasındaki konumunu olabildiğince önemsizleştirirken, bilinçaltını tıpkı dil gibi geçmişten soyutlayarak ve içe kapalı bir yapı olarak ele alışıyla yapısalcıları izler. Ancak diğer yandan da göstergeyi başka göstergelerle ilişkilendirerek, buna bağlı olarak da özneyi başka öznelerle ilişkilendirerek tanımlaması, öznelerin ve de göstergelerin birbirlerine dönüşerek tanımlanabileceklerini, ama bu tanımlamaların hiçbir zaman sonal tanımlamalar olmayacağını, dolayısıyla da gösteren ve gösterilen ilişkisinin kaygan zeminde sürekli hareket eden, değişen, dönüşen, ama asla tamamlanamayan bir yapı olduğu biçimindeki görüşleriyle de postyapısalcıları, özellikle de Derrida'yı çağrıştırır.

Lacan'a göre dilden bağımsız bir özne yoktur. Özneyi dil belirler. Bunu birey ile bilinçdışı ilişkisine benzetir. Nasıl ki bilinçdışı bireyden ya da benlikten bağımsız, onun kontrolünün dışında gelişir, dil de öznenin kontrolü dışında gelişir. Özne, bireyden bağımsız olarak dilsel ilişkiler içerisinde oluşur ve göstergeler yoluyla tanımlanır. Hiçbir özne kendi başına bir anlam taşımaz. Her özne, diğer öznelerle ilişkisi içerisinde tanımlanır. Ama bu, durağan değil, hareket halinde olan, dolayısıyla da sürekli değişen, dönüşen bir ilişki biçimi olup, bu ilişki içerisinde biçimlenen özne de hiçbir zaman nihai tanımına ulaşamaz.

Lacan ortaya koyduğu görüşlerle bir bakıma da yapısalcılıkla postyapısalcılığın kesişme çizgisinde bir entelektüel olarak ele alınabilir. Özünde

Freud'u izlemekle birlikte Freudian psikanaliz kuramı önemli ölçüde değiştiren bir bilim adamı olarak tanınır. Freud'un kuramını dilbilim ve iletişim alanının enteleküel zenginliğinden de yararlanarak yeniden yapılandırması onun, çağın en dikkat çeken bilim insanlarından biri olmasının temel nedenlerindendir. Diğer yandan ortaya koyduğu görüşlerle aslında postyapısalcılar için de esin kaynağı bir düşünür olduğu söylenebilir.

Lacan'a göre iletişimsel edimde ve anlamlandırmadaki dilbilimsel süreçler bilinç dışıyla yakından ilişkilidir. Hatta bilinçdışının kendisi de tıpkı dil gibi kendi içinde, özneden, öznenin ruh ve duygu dünyasından ve de geçmişinden bağımsız olarak inşa edilerek dilin simge alanında ifadesini bulur. Ki burada Saussurian bir etki dikkati çekiyor.

Diğer yandan Lacan, Freud'un baskılama kuramını dilin işlevleriyle ilişkilendirirken, yapısalcı dilbilimin gösteren ve gösterilen ilişkisini biraz daha ileriye taşır. Bunu da gösteren ve gösterilen arasında belli bir mesafe olduğu yönündeki görüşüyle açıklar. İşte Lacan'ın, yapısalcı dilbilimin sınırlarını zorlayarak postyapısalcı dilbilimsel anlayışla temas ettiği nokta tam da burasıdır. Lacan'a göre söz konusu mesafe nedeniyledir ki gösteren ve gösterilen tam olarak karşılık gelmez, örtüşmez. Aradaki bu boşluk iki ögenin birebir örtüşmesine engel oluşturur. Gösteren ve gösterilen ilişkisinin değişim biçimindeki hareketliliğinin nedeni de bu boşluk veya engellemelerdir aslında. Gösteren ve gösterilen arası mesafe nedeniyle göstergenin anlamsal içeriği sürekli olarak değişime uğrar, farklı anlamlara karşılık gelerek varlığını sürdürür. Lacan'ın bu vurgusunun Derrida'nın anlam ertelenmesi görüşüne benzerliği ilginç.

Yola çıkışı yapısalcılık olmakla birlikte Lacan'ın, yoluna postyapısalcı kulvarda devam ettiğinin bir başka göstergesi ise özneyi dilin anlamlandırma dünyasının tümüyle de dışına atmamış olmasıdır. Lacan'a göre özneden tümüyle bağımsız bir dil olamaz. Dilin gösterge dünyasında eğer birtakım anlamlar, bilgiler, düşünceler akıyorsa, bunun özneden, yani insandan bağımsız gerçekleşmesi mümkün değildir. İnsanlar tarafından dilin simge alanına taşınan anlam, bilgi ve düşünceler dil tarafından aktarılmaktadır. İnsan öznenin zihninde soyut olarak üretilen birtakım düşünceler, hayaller, duygular dilin simge dünyasında somutluk kazanır. Lacan bunu, hayali olandan sembolik olana geçiş olarak niteler. Dilin sembol dünyasında oluşan anlam yüklü şifrelerin çözümü ise yine insan özne tarafından gerçekleştirilir. Böylece bilgi ve düşünceler dil aracılığıyla özneler arasında taşınırken, aynı zamanda özneler arası ilişki de gerçekleşmiş olur. Dilsel sembole anlam yükleyen öznenin ardından, sembole yüklü anlamı çözen diğer özne dil içerisinden diğer özneyle de ilişki kurmuş olur. Böylece öznelerin dilin sembolik ortamına taşınması durumu gerçekleşir. Bu noktada da öznenin dil içerisinde inşası ve diğer öznelerle ilişkisi söz konusu olmaktadır.

Lacan'a göre özne, ruhsal ve duygusal derinliği ile de yansır. Ancak bu derinlik onun kendi bilinçdışı ya da geçmişiyle kurduğu ilişkiden değil, "öteki" ile yansıtıcı ilişkisi içerisinde oluşur. Özneler arası bu yansıtıcı ilişki ise bir bütün

olarak ego'nun oluşmasına olanak verir. Örneğin, çocuk özne, kendi ben'ini diğer öznelerle (bireyler) kurduğu yansıtıcı ilişkilerden, onlardan kendisine yansıyan ben'lerden hareketle konumlandırır (Jameson,2001:129). Ki Lacan bu ilişkiyi "ayna benlik" kavramıyla açıklar. Buna göre bilinç bir ego'dan çok bir ilişki alanıdır (Easthope and McGowan,1992:72).

Lacan, dilden bağımsız bir özne olamayacağı görüşündedir. Her türlü anlam, söylem içinde inşa edilir, ortaya çıkar ve sürekli yer değiştiren metin ve söylem içinde de farklılaşarak sürer. Bir başka deyişle gösteren gösterilenin altında sürekli kayar. Bu nedenle sözcük ve nesne arasında sürekli bir boşluk vardır. Bu nedenle de adlandırmalar hiçbir zaman tamamlanmaz, hep eksik kalır. Dolayısıyla da imlemenin ya da göstergelemenin sonu yoktur. Gösterenin kendi gösterileniyle ilişkisi ise ancak diğer gösterenlerle ilişkisi içerisinde biçimlenir (Jameson, 2001:128). Özne ve dil olgularına ilişkin bu görüşleri nedeniyle Lacan tam anlamıyla bir postyapısalcı olarak kabul edilebilir.

Lacan, dilbilimin psikanalitik çözümlemeler için de uygun bir yöntem olacağı düşüncesindedir. Dolayısıyla da Ona göre psikanaliz de yapısalcı anlayışı benimsemeli ve uygulamaya koymalıdır. Çünkü Lacan'a göre psikanaliz yalnızca gözlemle yetinmemelidir. Bunun yanı sıra gözlemle farkına varılamayacak denli derin yapıları da ortaya çıkarmaya çalışmalıdır. İşte burada dilsel gösterge sistemi devreye girer. Sözgelimi terapi sırasında doktor, hastanın hikayesini dinlerken, hikayenin parçalarını göstergeler sistemi içerisinde birleştirerek birtakım sonuçlar çıkarmaya çalışır. Böylece bilinçdışına gizlenen birtakım bilgiler dilin gösterge sistemi içerisinde bilinç alanına taşınır ve orada çok daha ayrıntılı bir çözümlemeye konu edilir. Böyle bir çalışma biçimi, doktorun ya da psikanalistin yalnızca inceleme konusu yaptığı birey düzeyinde değil, genel düzeyde de birtakım sonuçlar elde etmesine yarar. Bu şekilde bir yol izlenirse ancak psikanaliz yalnızca bir terapi biçimi olarak kalmaz, aynı zamanda bilimsel bir disiplin olarak da gelişme olanağı bulur.

Althusser'in de belirtmiş olduğu gibi Lacan'ın psikanaliz kuramının temel kavramlarından en önemlileri imge, simge ve gerçeklik olarak belirmekte. Lacan, biyolojik bir varlık olan insanın kültürel bir varlığa dönüşmesi sürecini bu kavramlarla açıklamaya çalışır. Ego başlangıçta imgesel alanda biçimlenir. Daha sonra babanın adı devreye girer, böylece simgesel alanın hakimiyeti, imgesel alanın ise bastırılması süreci başlar. Simgesel alan, aynı zamanda bireyin kültürel sistemin bir parçası haline gelmesi sürecinin de işlediği bir alandır. Doğuştan gelen biyolojik gereksinimleri içgüdüler olarak değerlendiren Lacan, bu içgüdüsel gereksinimlerin anne tarafından doyurulduğunu, ancak belli bir noktadan sonra bu sürecin cinsel kimlik anlamlandırmasıyla simgesel yasalarla kontrol altına alındığını belirtir. İç güdüler, bilinç dışı arzular olarak tanımlanarak bireyin cinsel kimlik alanından dışlanır. Bu, aynı zamanda bireyin biyolojik bir canlı olmaktan çıkıp kültürel bir varlık olmaya da geçiş yapması anlamına gelir. Ki bu da simgesel alanda gerçekleşen bir süreçtir.

Lacan'ın psikanaliz kuramının temel kavramı bilinç dışı olup bilinç dışının çözümleme aracı da dilbilimsel yöntemdir. Ancak Lacan dilbilime ilişkin görüşlerini yapısalcılıkla postyapısalcılık arasında gidip gelen bir tavırla biçimlendirir.

Söylem Çözümlemesi

Söylem çözümlemesi 1960'larda geliştirilen bir çözümleme yöntemidir. O yıllara kadar özellikle medya metinlerinin çözümlenmesinde içerik çözümlemesi tekniği kullanılmaktaydı. Nicel değerlendirmeyi esas alan içerik çözümlemesi metinde hangi sözcüklerin, tümcelerin hangi yoğunlukta kullanıldığına bakmakta, ancak metnin anlatı yapısıyla ve anlam örgüsüyle ilgilenmemekte. Söylem ise içerik çözümlemesini aşarak metnin anlam dünyasını irdelemeye, anlatı yapısını çözümlemeye yöneliktir (Ülkü,2004:372).

Söylem (discourse) sosyopsikolojik ve kültürel bir terimdir. Disiplinlerarası özelliğe sahip olmakla birlikte yöntembilimsel bir teknik olarak yapısalcı gelenek içerisinde ortaya çıkmıştır. Özneyi dışlayan yapısalcı yaklaşım, bunun yerine yapıları koyarken, dilbilimciler kanadında da öznenin yerine söylem, yani metnin kendisi konulur. Buna göre dil bir iletişim aracı olarak algılanmanın ötesinde her tür ilişkinin kurulduğu ve üretildiği bir alan olarak da görülmeye başlanır. Yapısalcılığı izleyen postyapısalcılık ise söylemi ve de metni yine önde tutmakla birlikte, okurla ilişkilendirerek değerlendirmeyi önerir. Ama bir yandan söylem çözümlemesi geleneği de, özellikle kültürel çalışmalar içerisinde merkezi yerini koruyarak kullanılagelir.

Söylem çözümlemesi metindeki (şiir, roman, haber programı, film, reklam, vb.) içeriğin analiz edilmesi, metne içerilmiş anlamların, kullanılan dilsel birimler (sözcükler, tümceler vb.) aracılığıyla incelenmesidir. Söylem çözümlemesi içerik çözümlemesinden daha fazla şey ifade eder. Söylem çözümlemesi metinde kullanılan dilin görünürdeki anlamlarına bakmakla yetinmez, sözcüklerin, terimlerin, kavramların içerisinde üretildikleri ilişkilere, tarihsel süreçlere, paradigmaya da bakar. Söylem çözümlemesi metinlerin semantik ve sentaktik yapısını inceler. Buna göre söylem çözümlemesi bir bakıma dilden hareketle metnin sosyopolitik, psikolojik, kültürel içerimlerinin incelenmesidir. Bu açıdan Foucault'nun çalışmaları önemlidir. Söylem çözümlemesine, haber söylemi üzerine yaptığı çalışmalarla katkı yapan ve iletişim bilimlerine bu anlamda önemli bir açılım sağlayan van Dijk de burada ele alınacak diğer bir araştırmacıdır. Diğer yandan söylem çözümlemesi yapısalcı paradigmadan postyapısalcı paradigmanın etki alanına doğru kaydıkça okur da söylem çözümlemesi içerisinde önemli bir yer almaya başlar. Dolayısıyla da postyapısalcı anlayış çerçevesinde yapılan söylem çözümlemelerinde metnin anlamsal içeriğine ilişkin incelemeler okur alımlamalarıyla da birleştirilir. Okurun bilişsel ve psikolojik süreçleri, toplumsal ve kültürel ilişkileri, duygu yapısı vb. de metnin söyleminin çözümlenmesi sürecinde dikkate alınır. David Morley'in çalışmaları bu anlamda temsil ediciliğe sahiptir. Haberin üretim süre-

cini incelemeye yönelik çalışmalarında haber metinlerinin semantik ve sentaktik yapısını çözümlemeyi de ihmal etmeyen Glasgow Medya Grubu'nun çalışmaları da söylem çözümlemesine yaptıkları katkı nedeniyle burada ele alınmaktadır.

Foucault: İktidar ve Söylem

Son yılların en popüler düşünürlerinden biri olan Michel Foucault postyapısalcı ideoloji çözümlemeleriyle iletişim bilimciler arasında da saygın bir yere sahiptir. Özellikle de toplumu kuşatan bilgi teknolojileri ve bilgi üzerine yoğunlaşması Foucault'nun iletişim bilimciler için de önemli referans düşünürlerden biri olmasını sağlamıştır.

Modern toplumda iktidarın nasıl işlediğini, söylemin bu işleyişteki yerini, öznenin merkezsizleştirilmesini ele alır. Foucault iktidarı Marksist anlayışın savunduğu üretim pratiğinden söylemin alanına çekerek Marksizme bir meydan okuyuş da sergiler. Marksist yaklaşımın materyalist bakış açısının yerini Foucault'da söylem alırken, ekonomi indirgemeci anlayıştan metin indirgemeci yaklaşıma doğru bir yönelim gözlenmektedir. Ayrıca Marksizmin bütünselci bakışı, diğer yapısalcılar ve özellikle de postyapısalcıların yaptığı gibi Foucault tarafından da paramparça edilir. Bu bağlamda örneğin, Marksist görüşün temel kavramlarından biri olan sınıf Foucaultcu yaklaşımda yok sayılır. Foucault toplumsal sınıf yerine nüfus terimini kullanır. Böylece toplumu sosyoekonomik veya politik birtakım kategorilere ayırma gereği de ortadan kalkmış olur. Ki bu, özellikle son yıllara damgasını vuran postmodernist düşünüşün de temel mücadele alanlarından biridir. Foucault'nun, düşüncelerini iktidarın sınıf temelli işleyişini yok saymak üzerine kurması Onun, postmodernist düşünsel anlayışın en parıltılı isimlerinden biri haline gelmesindeki en önemli etkenlerden biridir. Buna göre iktidar, toplumda gücü elinde tutan belli bir kesimin, bir toplumsal sınıfın güdümünde değildir, belli bir yerde merkezlenmemiştir. İktidar her yerdedir. Toplumun bütün dokularına işlemiştir, yaşamın her kesitindedir, gündelik yaşam pratikleri içerisindedir, söylemdedir. Toplumdaki herkes, her işleyiş aynı zamanda iktidar üretimi yapar. İnsanlar iktidarın hem üreticisi hem de mağdurudurlar. Bu görüşe göre birileri iktidarı yukarıdan aşağıya doğru dayatmaz. Buna göre toplumu da egemen azınlıklar ve bağımlı çoğunluk olarak keskin hatlarla ayırmaya gerek yok. İktidar, Marksist yaklaşımda varsayıldığı gibi bu denli açık hiyerarşik ilişki içerisinde işlemez. Eğer öyle olsaydı işleyişi de zor olurdu. Nitekim açık iktidara tepkiler de daha yoğun ve keskin olur. Oysa çağdaş toplumda iktidar örtük ve sinsice işlemektedir. İnsanlar iktidarla kuşatıldıklarının ve iktidarın üretiminde bizzat rol aldıklarının farkında olmaksızın işleyişin içerisinde yer alırlar. Farkında olmadıkları, ya da en azından açıkça farkına varmadıkları bir iktidara karşı direnç göstermeleri de pek olanaklı değildir. İktidarı ele alışıyla Foucault Marksist yazındaki egemenlik ve bağımlılık ayrımını da geçersizleştirmiş olur.

Buna bağlı olarak Marksist yaklaşımdaki iktidar tekeli sınıf, onun güdümündeki kitleler, emeği sömürülmekte olan işçi sınıfı gibi kavramlar da önemini yitirir.

Foucault'ya göre iktidarın iki işleyiş zemini var: Mekan ve söylem. İktidar her yerdedir, her mekansal ortamda, her mekansal organizasyondadır. Eşyaların konumlanışı, mekanların düzenlenişi, hatta kentsel tasarımlarda bile iktidar üretimi yapılır. Diğer yandan iktidar söylemde işler. Her söylenen sözde iktidar üretimi yapılır. Sözü kimin söylediği, ne söylendiği, kimin dinlediği ve yeniden ürettiği önemlidir. Bir kimse aynı anda iktidarın hem üreticisi, yani öznesi, hem de nesnesi olabilmektedir. Bu nedenle de iktidarın makro düzeyde değil, mikro düzeyde çözümlemesine önem verilmelidir.

Foucault gibi postyapısalcılar mikro iktidar alanlarıyla ilgilenirken, iktidarın üretiminin ve tüketiminin, insanların küçük dünyalarında yapıldığını savunurken, aslında büyük güç odakları, ekonominin ve siyasetin seçkinleri dünyaya, kendi çıkarları doğrultusunda yön vermeye ve dünyayı biçimlendirmeye devam etmektedirler.

Foucault bireyi de yok sayar. Diğer postyapısalcılar gibi o da bireyin yerine özneyi koyar. Özne ise bütünlüğü olmayan bir varlıktır. Bir özne aynı anda nesneleşebilmekte. İnsan aynı anda özne ve nesne konumunda olabilmekte, sürekli yer değiştirerek, birbirinin yerine geçebilmektedir. Böylece bütünsel bir yapı olarak kabul edilen, dönüştürülemeyen, kendi bütünsel birimi içerisinde sabit konumda kalan birey parçalara ayrılarak dönüştürülebilir.

Foucault insanları birey olarak ele almak, bireysel, dolayısıyla kişisel özelliklerine göre sınıflandırmak yerine cinsiyet ve etnik kimliğine göre sınıflandırır. Böylece bireyin ve kişinin yerini kimlik alır. Kimlik de tıpkı özne gibi dönüşüme, değişime, her tür esnemeye açıktır. Bir insan aynı anda birçok kimliğe sahip olabilmekte, bu kimlikler duruma göre değişebilmekte, bir kimlikten diğerine kolaylıkla geçiş yapılabilmektedir. Oysa modernist düşünce içerisinde geliştirilen birey toplumda üstlendiği rollerle belli kimlikler kazanır ve o kimliklerin kolayca dönüşmesi ve değişmesi de söz konusu olmaz. Modernizmin bireyi üstlendiği rollerle, dolayısıyla da sahip olduğu kimliklerin bir aradalığı ile karakter oluşturmaktadır. Rolleri ve kimlikleri ona karakteristik bir bütünlük kazandırırken, aynı zamanda da içerisinde yer aldığı genel toplumun belli bir yerinde, belli işlev tanımlamalarıyla konumlandırılır. Birey, toplumda aynı anda pek çok rol üstlenir ve her üstlendiği rol toplumsal bütün içerisinde ona ayrı bir işlev yükler, onu ayrı bir toplumsal işleyişin içerisine dahil eder, ayrı pratiklerin gerçekleştiricisi olarak konumlandırır. Ama toplumda hangi rolleri üstlenirse üstlensin, hangi işlevsel alanlara dahil edilirse edilsin birey kendi içerisinde bütünsel bir yapı olarak kabul edilmekle birlikte toplumsal bütün içerisinde anlam kazanmaktadır.

Foucault'da ise birey, bir yandan özne ve nesne ayrımı içerisinde parçalara ayrılmış, diğer yandan da toplumdaki farklı kimliklerle (etnik, dinsel, cinsiyet vb.) özdeşleştirilerek kişiliğin parçalanması sağlanmıştır. Dolayısıyla da modernizmin bütünsel bir yapı olarak beliren bireyi, Foucault gibi postmodernist düşü-

nürlerin görüşlerinde parçalı bir yapıya dönüşmüştür. Bireyin parçalanması toplumun da parçalanması anlamına gelir. Dolayısıyla postmodernist anlayışta toplum da bütünsel bir yapı olarak değil, parçalarıyla (etnik, dinsel, dilsel, cinsiyet vb.) anlamlandırılır.

Ayrıca insanı kimlik özelliklerine göre ele almak, toplumu da kimliksel konumlanışlara göre ele almaya zemin hazırlamıştır. Böylece toplumun Marksist düşünüşte olduğu gibi sınıfsal özelliklerine göre ayrıştırılmasına gerek kalmaz. Diğer yandan klasik sosyolojik düşüncenin yaptığı gibi toplumu tabakalandırmaya da gerek kalmaz. Etnik, cinsiyet, din, dil gibi kimlik merkezli ayrımlara öncelik verilmesi de zaten toplumu tabakalara ayırmayı olanaksızlaştırır. Nitekim gerek klasik sosyolojinin toplumsal tabakaları, gerekse eleştirel ekonomi politiğin toplumsal sınıf ayrımında kullanılan temel kriter ekonomi olup sınıfsal ya da tabakasal ayrım çok kolay yapılabilmektedir. Oysa postmodernist anlayış içerisinde geliştirilen kimlik merkezli ayrımlarda ne tabakasal ne de sınıfsal ayrıma yer yoktur. Dolayısıyla da insan ve toplum çözümlemelerinin etnik, din, cinsiyet vb. kimlikler üzerinden yapılması, dikkatlerin ekonomi politik sorgulama ve çözümlemeden uzaklaşmasını sağlamış olur. Bu nedenle Foucault gibi postyapısalcı ve postmodernist düşünürleri aynı zamanda küreselleşme çağının düşünürleri olarak nitelemek de yanlış olmaz.

Foucault, çözümlemesinin merkezine söylemi koyarken Marksizmin temelini oluşturan praksisten de uzaklaşmış, hatta bütünüyle onun karşısına geçmiş olur. Foucault'ya göre her tür iktidar ilişkileri ve üretimi söylem ortamında gerçekleşmektedir. Oysa Marksist yaklaşımda insanların üretim ilişkileri, yani üretim pratikleri içerisinde iktidar üretimi gerçekleştirilmekte ve dayatılmaktadır. Foucault'nun düşüncesinde iktidarın bir yerden, bir merkezden yönlendirilmesi diye de bir şey söz konusu değildir. Öznenin merkezsizleştirilmesine bağlı olarak iktidarın üretimi ve uygulanması da merkezsizleştirilmektedir. İktidar her yerde, herkes tarafından, her koşulda, her söylemde üretilir ve işletilir (Foucault,1998:166).

Foucault modern toplumlarda iktidarın araçlarının da değişime uğradığını söyler. Modern öncesi toplumlarda beden üzerinde dövmeler, işkenceler, öldürmeler gibi doğrudan baskı yapılırken, modern toplumda bedenin, doğrudan şiddet uygulanmaksızın, disipline edilmesi biçiminde bir iktidar uygulanışı söz konusudur. Foucault denetleme, gözetleme ve disiplinin yeni toplumun iktidar uygulama araçları olduğunu belirtir. Buna göre suç işleyen insan hapse atılarak disipline edilir. Fabrikadaki işçi patron tarafından denetlenerek ve gözetlenerek iş yaptırımı sağlanır. Okul, aile gibi kurumlarda da yine denetleme ve gözetleme yoluyla iktidar uygulamaları söz konusudur. Modern toplumun egemen kurumsal işleyişi olan bürokrasi de bu anlamda merkezi bir role sahiptir. Denetim ve gözetim üzerine kurulu bürokraside insanlara doğrudan iktidar uygulanması söz konusu değildir, ancak sürekli denetim ve gözetim yoluyla onların belli bir pratik dizge içerisinde tutulması sağlanır (Foucault, 2006).

Aslında Foucault'un iktidar çözümlemesi bir ölçüde Gramsci'yi bir ölçüde de Althusser'i çağrıştırmaktadır. Gramsci modern toplumda egemenlik ilişkilerinin rıza odaklı işlediğini söyler. Aynı şekilde Foucault'nun iktidar anlayışında da herkesin katılımıyla ve katkısıyla bir üretim ve işleyiş söz konusudur. Althusser aile, okul, bürokrasi gibi kurumları devletin ideolojik aygıtları olarak tanımlarken, bu kurumların aslında egemen ideolojinin sürekli olarak üretimini yaptıklarını ileri sürmektedir. Foucault ise söz konusu kurumların iktidarın üretim ve işleyiş alanının içerisinde yer aldıklarını savunur. Althusser'den farklı olarak Foucault'da devlet kavramı yoktur. Çünkü Foucault bütünlüklü yapılara herhangi bir değer biçmez. Devleti yok saymaz, ama çözümlemelerinde de yer vermeye değer bulmaz. Çünkü ona göre devlet tek başına iktidar üreten ve uygulayan bir kurum değildir. Onun varlığı, toplumdaki insanların varlığına bağlıdır. İktidarı asıl üreten ve işleten insanlar, toplumdaki öznelerdir (Erdoğan-Alemdar, 2010:338). Bu anlayışa göre insan iktidarın hem üreticisi hem de mağdurudur. Başka bir deyişle insan, iktidarın hem öznesi hem de nesnesidir. Örneğin, sandık başına giderek kendi yöneticisini seçen birey bir bakıma maruz kalacağı iktidarın oluşumuna katkı vermiş olur aslında.

Foucault karşıtlıklar üzerinde de durmaz. İyi-kötü, zengin-yoksul, üst-ast, alt sınıf-üst sınıf, işçi-patron, efendi-köle, egemen-bağımlı gibi ikili ayrımları görüşlerinin dışında tutmasıyla Marksist anlayıştaki diyalektik yaklaşımı da dışlamış olur. İkili ilişkilere ve karşıtlıklara rağbet etmeyişi bir yandan da yapısalcılığa bir karşı duruş olarak algılanmalıdır. Foucault'ya göre toplumdaki ilişkiler, iktidar ilişkileri elbette ki karşıtlıklar üzerine kurulu değildir. Zincirleme ve çok katmanlı bir işleyiş vardır. Bir insan bir ilişkinin öznesiyken aynı anda başka bir ilişkinin nesnesi olabilir. Aynı şekilde bir insan iktidar üretimi yaparken, aynı anda bir iktidar uygulamasının mağduru olabilmektedir. Bir insan aynı anda pek çok ilişkinin içerisinde yer alabilmekte, pek çok iktidar işleyişinin parçası olabilmektedir.

Foucault iktidar ve bilgi arasındaki ilişkiyle yakından ilgilenir. İktidar ile bilgi arasındaki ilişkinin yeterince incelenmediğini, oysa birinin diğeri üzerindeki etkisinin önemli olduğunu, iktidarın bilgiye, bilginin ise iktidara sürekli eklemlendiğini (Yıldırım, 2010) söyleyen Foucault iktidarın işleyişinin bir yanıyla da sürekli bilgi üretimi olduğunun altını çizer.

Metin de merkezi bir yere yerleşir Foucault'nun görüşünde. Yaşamdaki tüm pratiklerin metne yansıdığı ve metinde temsil edildiği, dolayısıyla da metin üzerinde yapılacak çözümlemeyle gerçek yaşamdaki tüm pratiklerin ve iktidar ilişkilerinin anlaşılabileceği iddia edilir. Foucault'nun metin indirgemeci bakışı kültürel çalışmalar geleneği içerisinde de büyük ilgi görür.

Bir iktidar üretme ve uygulama biçiminin de beden dolayımlı olduğunu belirtir Foucault. Spor, jimnastik, askerlikteki egzersiz vb. yoluyla insanların bedeni üzerinde iktidar oluşturulur. Spor, moda, kozmetik vb. yoluyla bedenin belli biçimlere sokulmasıyla insanın kendi bedenini arzulaması sağlanır ki, bu da bir tür iktidardır. İnsan bedeni üzerinde hem başkalarının hem de insanın kendisinin

iktidar uygulamasıdır. Diğer yandan öldürme veya yaşamasına izin vermek de beden üzerinde uygulanan bir tür iktidardır. Modern toplumlarda idam cezasının kaldırılarak yerine hapis cezasının konulması, beden üzerindeki iktidarın doğrudan baskı biçiminde değil dolaylı baskı (denetleme, gözetleme, disiplin) biçiminde uygulanmasını getirmiştir (Yıldırım, 2010).

Foucault *Deliliğin Tarihi, Kelimeler ve Şeyler, Cinselliğin Tarihi* gibi kitaplarda yukarıda sözünü ettiğimiz konuları ayrıntılı olarak ele alır. Foucault, düşünce yaşamının üç farklı döneminde üç eksen üzerinden geliştirir düşüncelerini. Buna göre 1965-72 yılları arasındaki düşüncelerini epistemoloji merkezli olarak geliştirir. Burada epistemolojik özne terimi onun düşünsel eksenini yönlendirir. Burada özne, bilgiyle birlikte ele alınır. Burada bireyin bilginin öznesi, bilen kişi ya da bilginin nesnesi olarak kurulması söz konusudur. Tarihi epistemik dönemlere ayırır. Her tarihsel dönemin kendi epistemesini oluşturduğunu ileri sürer. Tarihsel epistemeler arasında herhangi bir ilişkilendirme yapılmasına da gerek olmadığını ileri sürer. Belli bir dönemdeki epistemolojik durumun arkasında önceki dönemlerin olmasının gerekli olmadığını ileri sürer. İkinci dönemi olan 1972-1980 yılları arası düşünsel ekseninin merkezinde politik özne yer alır. Bu anlayışta Foucault, öznenin iktidar ilişkileri içerisinde biçimlendiğini savunur. Bir toplumun bireyi, bir devletin vatandaşı, bir siyasi partinin yandaşı olmak vb. biçimlerde kurulan iktidar ilişkileri içerisinde konumlanan öznelere dikkat çeker. 1980 sonrasında ise Foucault'nun düşünsel ekseninin temelinde etik öznenin yer aldığı gözlenmektedir. Toplumda belli değerlerin üreticisi ve savunucusu olmak, belli bir ahlaki anlayışı temsil etmek, belli birtakım etik değerlerin içerisine konumlandırılmak. Burada birey özneler kendilerini ahlaki failler olarak kurarlar (Foucault,1997).

Van Dijk: Haberde Söylem

Söylem çalışmalarının yapısalcılığın etkisinden çıkarak giderek postyapısalcılığın etkisine girmesinin önemli örneklerinden biri de Hollandalı akademisyen Teun A. van Dijk'in çalışmalarıdır. Özellikle de gazete haberi üzerine yoğunlaşan van Dijk metin indirgemeci yaklaşımı, izleyiciyi kapsayarak posyapısalcı çizgiye çekerken haberin üreticisini de çözümleme kapsamına alarak bir yanıyla postyapısalcılığı da aşan daha kapsamlı bir anlayış ortaya koyar. Haberin söylemini çözümlemenin merkezine almakla birlikte van Dijk okurun, metin üzerindeki yaratıcı etkisini önemsemekte. Her okur, haber metnini kendi durduğu yerden, kendi dünya görüşünden, ideolojik bakışından ve en önemlisi de bilişsel algısından hareketle okurken, ona farklı bir yorum getirebilmekte, onu farklı bir etkiyle alımlayabilmektedir (Ülkü, 2004). Van Dijk'in okura doğru açtığı çözümleme penceresi Barthes'in yazınırlı metin kavramını akla getirmektedir. Barthes, bazı metinlerin, okurların yaratıcı eklemeler yapmasma uygun olduğunu belirtmişti. Özellikle de kurmaca nitelikteki metinlerin bu yönüne dikkat çekmişti. Haber metni de gerçek olaylardan beslenmekle birlikte kurmaca metin sayılır.

Haber, her ne kadar gerçek olaylara dayansa da sonuçta olayı izleyen gazetecinin (muhabir) zihinsel sürecinden geçer ve orada işlenir. Burada habere konu olan olayı haberin hammadesi olarak alalım. Bu hammadde, muhabirin bilişsel algı, yorum ve değerlendirme ortamında işlenerek habere dönüştürülür. Gerçek olayı gözlemleyerek ya da olay hakkında birtakım görgü tanıklarından, ilgili kaynaklardan, olayın taraflarından, olayı değerlendiren başka haber kaynaklarından vb. çok çeşitli kesimlerden veri toplayan muhabir bu bilgileri bir de kendi bilişsel ve zihinsel süreçlerinden geçirerek haber metnine dönüştürür. Dolayısıyla haber metni gerçek olayın birebir yansıtılması olmaktan uzaklaşır. Böylece medya haberleri aslında gerçek olaylara dayansalar bile onların tıpkısı değil, gerçek olaydan beslenmiş ve çeşitli yeniden üretimsel süreçlerden geçerek oluşturulmuş kurmaca anlatısı olabilir ancak. Bu kurmaca metnin çözümlenmesinde ise van Dijk'e göre üreticinin mutlaka çözümleme kapsamına alınması gerekir.

Van Dijk'in, söylemi merkeze koymakla birlikte metnin üreticisi ve okurunu da çözümleme kapsamına almaya yönelik bu tavrı bir yanıyla da Bakhtin'i anımsatmaktadır. Bakhtin gibi van Dijk için de metin yazarın ve okurun bir karşılaşma, dolayısıyla da etkileşim alanıdır. Başka bir deyişle söylem, dil kullanıcılarının, yani söyleyenin ve dinleyenin bir tür etkileşiminden oluşur. Daha önce de anlatıldığı gibi Bakhtin söylemin, söyleyen ve dinleyenden bağımsız ele alınmaması gerektiği üzerinde ısrarla durur. Van Dijk söylemin üreticisinin ve izleyicisinin bilişsel yapılarına da özel bir önem verilmesi gereğini vurgular. Biliş yapısının söylemin, dolayısıyla da metnin hem üretim aşamasında hem de alımlanma aşamasında büyük rol oynadığını vurgular.

Van Dijk'in, söylem çözümlemesi çalışmalarında ısrarla üzerinde durduğu boyutlardan biri de söylemin toplumsal bağlamıdır (Ülkü, 2004). Ona göre her söylem bir sosyal ortamda oluşur. Toplumsal ortamın fikir iklimi ve ideolojik yapısı söylemin üretim süreci üzerinde büyük etki yapar.

Van Dijk metnin söylem çözümlemesinde ise makro ve mikro olmak üzere ikili bir şablon geliştirir.

Bir söylem çözümlemecisi, van Dijk'e (1977) göre, metnin öncelikle ne söylediği, neyle ilgili olduğu, yani metnin anlamı üzerinde durmalıdır. Bu anlamda metnin semantik çözümlemesi yapılır. Sözcükler, tümceler, paragraflar metnin semantik yapısını oluşturan ögelerdir. Tümcelerin kavramsal yapıları semantik bir değer taşır. Metnin toplumsal bağlamı, tümceler arasındaki anlamsal ilişki de semantik yapı kapsamında ele alınır. Ki bu tür ilişkilendirme ve anlamsal çözümlemeler metnin fikirsel ve ideolojik yapısını anlamayı olanaklı kılar. Semantik yapı aynı zamanda metnin üst yapı örgütlenmesi olarak da değerlendirilmelidir. Van Dijk'in haber çözümlemelerinde haberin başlığı ve spot bu anlamda önemlidir.

Semantik yapıyı haberin biçem ve retorik yapısına ilişkin çözümleme izler. Biçem sözcüklerin ardışıklığı ve aralarındaki söz dizimsel yapıyla ilişkilidir. Belli sözcüklerin seçilmesi, belli sözcüklerin ardı ardına getirilerek sözdizimsel yapının elde edilmesi metnin biçemsel yapısı açısından önem taşır. Burada hangi sıfatla-

nın, hangi adların, hangi eylem sözcüklerinin seçildiği ve hangi sırayla bir araya getirildikleri haberin söylemi açısından önemlidir. Örneğin, "insanlar yoksulluktan ölüyor", "yoksul insanlar ölüyor", "yoksulluk insanları öldürüyor", "insanlar yoksulluğa öldürtülüyor", "yoksullaştırılan insanlar ölüyor", "yoksulluğa bırakılan insanlar ölüyor", "yoksul bırakılan insanlar ölüyor" gibi tümcelerdeki sözdizimine bakıldığında her biri farklı bir anlam taşımakta. İlk tümcede yoksulluk vurgusu öncelikli yapılıyor. İkinci tümcede yoksul sözcüğü sıfat, insanlar sözcüğü daha öne çıkarılmış durumda. Herkes ölüyor, ama yoksul insanlar daha çok ölüyor biçiminde bir anlam. Üçüncü tümcede yoksulluğun öldürücü gücü vurgulanırken, yoksulluğun dışsal bağlamlarına örtük gönderme yapılıyor. Sonraki tümcede insanları, birileri yoksulluğa öldürtüyor. Burada belki de sistemin yöneticilerine bir gönderme yapılıyor. Kim öldürtüyor, yetkililer, güçlü olanlar öldürtüyor. Diğer tümcede yoksullaştırılan insanlardan söz ediliyor. Birileri insanları yoksullaştırarak ölüme bırakıyor. Yoksulluğa bırakılan insanlar tümcesinde yönetimlerin doğru ve uygun politikalar üretmeyerek insanları yoksulluğa terk ettikleri vurgusu yapılıyor.

Özetle metindeki tümce yapısı ve sözdizimi metnin genel söylemi açısından önem taşımaktadır. Aynı sözcüklerin farklı biçimde sıralanması anlamı da farklılaştırmaktadır. Bu tür sözcük ve sözdizimsel seçimler metnin farklı ideolojik anlamlar yüklenmesine neden olmaktadır. Bu da çoğunlukla muhabirin olayı nasıl, hangi açıdan, hangi zihinsel veya bilişsel süreçlerden geçirerek algıladığıyla ilişkili bir durumdur. Muhabir, olayı algılama ve değerlendirme biçimine göre haber metninin sözdizimsel kurgusunu yapar. Sözgelimi şiddetten dolayı evli çiftler arasındaki boşanma olayının kadın muhabir tarafından haber metnine dönüştürülmesiyle, erkek muhabir tarafından habere döinüştürülmesi arasında farklılık olmaması mümkün değildir. Kadın muhabir büyük olasılıkla kadının, kocasından gördüğü şiddet üzerine odaklanarak haber metnini oluşturacaktır. Erkek muhabir ise toplumda giderek artan boşanma olayları vurgusuyla olayı haber metnine dönüştürecektir. Örneğin, Türkiye'de soğuk kış günlerinde aylarca süren grev eylemlerini sürdüren tekel işçilerine ilişkin olarak muhalif basında çıkan haberlerle iktidar yanlısı basında yer alan haberler arasındaki söylem farkı oldukça belirgindir. İktidar yanlısı basın işçilerin protestolarına inatla devam ettiklerini yazarken, muhalif basın işçilerin eylemlerini sürdürmekte ısrarlı olduklarını yazdı. Örneğin, 6 Şubat 2010 tarihli *Radikal Gazetesi* haberi manşetten "TEKEL işçileri çocukları için süresiz açlık grevinde" başlığı ile vermekte. 31 Ocak 2010 tarihli *Hürriyet* ise aynı haberi şu spot başlıkla veriyor: *"Ankara'da 36 gündür özlük hakları için eylem yapan TEKEL işçilerinden 100'ü Türk-İş Genel Merkezinin girişindeki salonda alınlarında ve ağızlarında siyah bantla, üzerlerinde beyaz kefenle açlık grevine başladı"*. Diğer yandan Nethaber adlı sitenin de 24 Mayıs 2010 tarihinde attığı başlık *"TEKEL işçileri, Türk-İş binasını İŞGAL ETTİ... İşgal eylemi, 'AÇLIK GREVİ'ne dönüştü"* biçiminde. Görüldüğü gibi bu haberde TEKEL işçileri işgalci olarak betimleniyor.

Bilişsel yapı çözümlemesinde ise metinde verilen tümceler ve sözdizimlerinde altta yatan, örtük biçimde metinde içerilmiş olan anlamlar, fikirler ve ideolojilerin çözümlenmesine çalışılır. Bunun için de metni kimin ürettiği, hangi üretim süreçlerinden geçtiği, hangi toplumsal ve kültürel bağlamlara sahip olduğu, kime yönelik olarak üretildiği gibi incelemelerin yapılması önem taşımaktadır. Burada haberi yazan muhabirle, haberin okurunun bilişsel süreçleri, toplumsal, kültürel ilişkileri, ideolojik duruşları, politik bağlantıları, sosyoekonomik konumlanışları vb. önemlidir.

Van Dijk'e göre söylem bağımsız bir yapı değildir, sosyal ve kültürel bağlam içerisinde var olur (Ülkü, 2004:374). Bu açıdan da van Dijk'in Bakhtin'le aynı görüşte olduğu dikkati çekmektedir. Van Dijk medya söylemini, metne dayalı yorumsal ve bağlama dayalı sosyal gelenek biçimindeki yaklaşımların harmanlandığı bir çerçevede ele alır. Ona göre ideoloji söylemde ifadesini bulur ve söylem aracılığıyla da sürekli yeniden üretilir. Biz ve öteki ayrıştırmaları söylemde kurulur. Tarih içindeki çatışmalar, güç ilişkileri söylemde ortaya çıkar. Metinde verilen bilgiyle birtakım mantıksal nedensellik ve ardışıklık bağları kurulur, karşılaştırmalar yapılır. Bu yanıyla metnin anlamlandırılması söylemin iletişimsel ve bilişsel boyutuyla ilgilidir. Anlam yalnızca dilsel bir yapı değildir, aynı zamanda bilişsel bir yapıdır (Ülkü, 2004:378). Metnin özet bilgisi üst bilgide verilir. Buna göre bir haber metninin başlığı ve spot tümcesi üst bilgidir, yani metne içerilen anlama ilişkin özet bilgiyi verir. Haberin ayrıntısında sunulan bilgide ise çeşitli seçeneklere yer verilir. Ayrıntılarda da metne egemen olan bir genel bakış açısı bulunmakla birlikte, farklı seçeneklerin sunumu da yapılır. Sözgelimi bir olayın farklı taraflarının ve tanıklarının bilgisine başvurularak elde edilen verilere metinde yer verilmesi. Ancak ayrıntılarda sunulan seçenekli bilgi bile bir bakış açısı, bir ideolojik yaklaşım doğrultusunda seçilerek bir araya getirilmiş bilgilerin örgütlenişidir.

Haber metni önemli bilgiden önemsize doğru bir hiyerarşik yapıya sahiptir. Haberi üreten kendi bakış açısına göre topladığı verileri önem sırasına koyarak iletir. En önemli bilgiyi, haber metninin genel tavrını da yansıtacak biçimde başlıkta kullanır. Haberin spotu ise önemli bilginin yoğunlaştığı bir kesittir. Haberin ayrıntılara yer verilen metni ise bilgilerin öncelik sırasıyla ve önem vurgusuyla verilmesi biçiminde örülür. En önemsiz ayrıntılar son tümcelerde yoğunlaşır. Van Dijk, haberin söylem çözümlemesinde bu hiyerarşik yapıyı da dikkate alır (Keskin, 2004:392).

Türkiye'de van Dijk'in söylem çözümlemesi yöntemi üzerinde ilk çalışmanın Güler Ülkü tarafından gerçekleştirildiği söylenebilir (Ülkü,1992). Van Dijk'in ve kullandığı söylem çözümlemesi yönteminin Türkiye'de, özellikle iletişim bilimciler arasında tanınmasında ise M.Ayşe İnal'ın katkısı önemlidir. İnal'ın söz konusu yöntemi kullanarak hazırladığı doktora tezi (1992), yayımladığı kitap (İnal,1996) ve makalelerin yüksek lisans ve doktora çalışması yapmakta olan çok sayıda iletişim öğrencisinin de konuya ilgi göstermesinde bir kulvar açtığı söylenebilir.

Özet

İletişim, dilbilim ve göstergebilim ilişkisinin ele alındığı bu bölümde Antik Çağlar'dan günümüze kaba hatlarıyla bir öyküleme yapıldı. Dilbilimin, özellikle de iletişim bilimiyle kesişen yanları dikkate alınarak çağdaş düşünce içerisindeki gelişim süreci özetlenerek verilmeye çalışıldı. Buna göre dilbilim ve göstergebilimin çağdaş düşünsel yaşamda öncelikle modernizm ve postmodernizm olmak üzere iki gelenek içerisinde biçimlendiği görülmektedir. Modernizm içerisinde dilbilim ve göstergebilime ilişkin kuramsal ve yöntembilimsel yaklaşımların iki ayrı gelenek içerisinde biçimlendiği gözlenmektedir. Bir yanda mantıkçı pozitivizm içerisinde biçimlenen yapısalcı anlayış, diğer yanda ise Marksist düşünsel gelenek içerisinde biçimlenen eleştirel dilbilim. Dilbilim ve göstergebilimin postmodernizm içerisinde biçimlenen kesiti ise postyapısalcı yaklaşım olarak bilinmektedir. Postyapısalcı yaklaşımın hareket noktası yapısalcı yaklaşım olmakla birlikte asıl beslendiği, içerisinde kuramsal ve yöntembilimsel olarak dal budak saldığı mecra postmodernizmdir. Ama diğer yandan da Kristeva, Barthes, Derrida gibi bazı postyapısalcıların düşüncelerinde eleştirel esintilere de yer yer rastlanmaktadır. Modernizmin düşünsel mecrasından beslense bile postyapısalcı yaklaşımın kendisinden öncekilere tam anlamıyla bir meydan okuyuş olduğunu da burada belirtelim. Postyapısalcı dilbilimciler bir yandan modernizm içerisinde biçimlenen yapısalcı yaklaşımın kuramsal ve yöntembilimsel yönelimlerini yerle bir ederken, diğer yandan da Marksist düşünsel geleneği alaşağı etme çabası içerisine girmişlerdir. Genel olarak modernizmin bütünselci anlayışı postmodernizmin parçalı anlayışı içerisinde darmadağan edilmeye çalışılırken, postyapısalcılar da yapısalcıların bütünsel yapılarını yapıyı yok sayan düşünceleri altında ezme çabası içerisine girmişlerdir. Diğer yandan ayrı postyapısalcı anlayış Marksizmi yeniden ele alıp değerlendirmek adına sınıf, emek, diyalektik, maddecilik, tarihselcilik gibi söz konusu düşünsel geleneğin iskeletini oluşturan kavramların içini boşaltmaya yönelmiştir. Postmodernizm içerisinde gelişen postyapısalcı anlayışın, son yıllarda dünyanın gidişatına yön vermekte olan küreselleşme süreciyle de örtüşmesi dikkat çekicidir. Modernizmin bütünsel yapılarına (ulus devlet, milliyet, dilde, dinde birlik bütünlük vb.) karşı çıkan postmodernizmin etniklik, yerellik, ulusal sınırların ortadan kalkarak küresel sermayeye hareket olanağı vermesi vb. savunuları ile postyapısalcıların yapıları yok sayan, tarihi ve onun içerisinde biçimlenen büyük kuramsal ve ideolojik yönelimleri dışlayan, giriftliği, herşeyin birbirine dönüşebilirliğini, sürekli değişimi görüşlerinin merkezine koyan anlayışlarıyla tam bir örtüşme gösterdiği dikkati çekmektedir. Bu nedenle de postyapısalcı anlayış günümüzde, özellikle de küreselleşme yanlısı kesim arasında yaygın kabul görmektedir. Küreselleşmenin Batı merkezli işlediği de düşünülecek olursa gerek postmodernizmin, gerekse de onun içerisinde doğup gelişen postyapısalcı dilbilimsel yaklaşımların günümüz Batı düşüncesinin en gözde düşünsel yönelimi haline gelmesi de olağan karşılanmalıdır.

Bölüm VIII

İletişim ve İdeoloji

Giriş

Üzerinde belki de en çok konuşulan, yazılan, ama bir o kadar da tartışmalı konulardan biri ideoloji. En temel tanımları bile tartışmalı olmanın da ötesinde birbiriyle çelişkili. Bunun temel nedeni ise konuya ilişkin tartışmaların bir yandan mantıkçı pozitivist gelenek içerisinde, diğer yandan ise eleştirel gelenek içerisinde süregelmesidir. Hangi gelenek içerisinde gelişirse gelişsin felsefeden psikolojiye beşeri bilimlerin hemen tüm alanları ideoloji konusunu bir biçimde ele alır. İdeolojiyle yakından ilgilenen, hatta çoğu zaman onu çalışma alanının merkezine koyan bilim dallarından biri de hiç kuşkusuz iletişimdir. Bir yandan kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı, güç ilişkileri üzerine yoğunlaşan ekonomi politikçiler için ideoloji önemli bir çekim alanı haline gelirken, diğer yandan da söz konusu araçların üretim süreçleri ve içerikleriyle ilgilenenler ideolojiyi çalışmalarının merkezine taşımışlardır. Özellikle de kültürel çalışmalar ve söylem çözümlemesinin iletişim boyutuyla ilgilenenler için ideoloji temel uğraş alanı haline gelmiş bulunuyor. Bunların yanında en mikro düzeyden en makro düzeyde insana özgü bütün iletişimsel edimlerin mutlaka ideolojik bir niteliğe sahip oldukları da söylenebilir. Aslında çok daha genel düzeyde söylemek gerekirse insanların bir arada bulundukları her ortamda, birbirleriyle girdikleri her tür iletişimsel edimde ideoloji açık ya da örtük olarak yer alır. İnsanın her ortamda fikirsel ve düşünsel üretim yaptığı düşünülecek olursa, insanın içinde yer aldığı her tür ilişki ve etkileşim ortamında ideolojinin yer alması da kaçınılmazdır. İşte bu nedenle de iletişim ve ideoloji arasında yakın bir ilişki vardır ve iletişim bilim-

ciler de iletişimin hangi boyutuyla ilgileniyor olurlarsa olsunlar ideoloji konusuna da az ya da çok eğilmek zorundadırlar. Kitabın bu bölümünde de ideolojiye kavramsal düzeyde kısa bir gözatışın ardından konunun iletişim bilimciler arasında popüler hale gelmesine katkı sağlayan, hatta iletişim alanındaki ideoloji çalışmalarına temel oluşturan iki önemli düşünür Louis Althusser ve Stuart Hall'ın görüşlerine yer verilecektir. Nitekim Althusser'in, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* kitabıyla ideolojiyle kitle iletişim araçlarını ilişkilendirmeye yönelik analizi onun iletişim bilimciler arasındaki popülaritesinin temel nedenidir. Hall ise medya metinlerinin analizine ilişkin geliştirdiği yöntembilimsel katkıyla popülarite kazanmıştır. İtalyan düşünür Antonio Gramsci ise her iki düşünür için önemli bir esin kaynağı olmuştur. Bu nedenle de burada Althusser ve Hall'ın görüşleri üzerinde durmadan önce Gramsci'nin görüşlerine kısaca gözatmak gerekecek. Ama ondan da önce genel olarak ideolojinin ne olduğuna, nasıl tanımlandığına kısaca gözatalım.

İdeoloji

İnsanın düşünsel yetisi, fikir geliştirme edimi Antik Çağlar'dan itibaren düşünürlerin ilgisini çekmiştir. Hatta felsefenin tam da bu anlamda bir bilimsel ve düşünsel uğraş alanı olarak geliştiği bile söylenebilir. Felsefeyle ilgilenenler bir yandan insanlığın, evrenin, dünyanın varoluşu ve gidişatı üzerine kafa yorarken diğer yandan da insanın zihinsel ve düşünsel dünyasını anlamaya çalışmışlardır. Ancak insanın "idea" adı verilen fikir ve düşün dünyasını pozitif bilimin nesnel mantıksal alanına taşıyarak bilimsel çözümlemeye konu edilmesini ilk olarak Fransız düşünür Destutt de Tracy sağlamıştır. İnsanın düşünsel ve fikirsel yanının da tıpkı biyolojik ve psikolojik özellikleri gibi bilimsel incelemeye konu edilebileceğini ileri süren Tracy bu anlamda zoolojinin de bir alt dalı olarak kabul edilmek üzere ideoloji (fikirbilim) kavramını geliştirir. Tracy'e göre insanın zihinsel yeti ve özellikleri de pozitif bilimin deney ve gözlem teknikleri kullanılarak incelenebilir. Dolayısıyla da fikir ya da idea olarak bilinen şey insanın psikolojik ve biyolojik özellikleriyle ilişkilidir. "İdea" ve "loji" sözcüklerinin bir araya getirilerek ideoloji (fikirbilim) sözcüğünü de bu nedenle üretir.

Tracy'nin bu tanımının karşıtını ise Karl Marx'da görmekteyiz. Marx, ideolojiyi biyolojik veya psikolojik değil doğrudan doğruya kültürel bir olgu olarak ele alır ve insanın içerisinde yer aldığı maddi koşullarla ilişkilendirir. Marx'a göre her tarihsel dönem kendi fikirsel ve düşünsel özelliklerini de kendi koşulları içerisinde belirler. İnsanlar içerisinde yer aldıkları ve gerçekleştirdikleri maddi pratiklere, başka bir deyişle ekonomik koşullara uygun olarak belli birtakım fikirler oluştururlar. Dolayısıyla da her bir tarihsel dönem aynı zamanda kendi fikirsel ve düşünsel iklimini de yansıtır. Ancak Marx'a göre her insan ya da toplumdaki her kesim kendi ideolojisini yaratmak için eşit şansa da sahip değildir. Toplumdaki güçlü kesimler, yani üretim-araçlarına sahip olan, dolayısıyla da üretim ilişkilerini belirleyen kesimler aynı zamanda toplumun kültürel yapısını, ona bağlı

olarak da ideolojik üretim sürecini belirleme gücüne sahiptirler. Dolayısıyla da herhangi bir toplumsal sınıfın ideolojisi her koşulda ve her zaman o sınıfın gerçek yaşamının yansıtıcısı olmayabilir. Genellikle toplumdaki egemen güçler kendi gerçekliklerinin yansıtıcısı olan bir ideolojiyi toplumun geri kalan kesimlerine dayatırlar. Ya da toplumdaki egemen sınıf kendi çıkarlarına hizmet etmek üzere oluşturduğu veya ürettiği bir ideolojiyi toplumun geri kalan kesimine farklı araçlar kullanarak aktarmak yoluyla yayılmasını sağlar. Ki Marx ideolojinin bu şekildeki üretim ve işlevsellik sürecini yanlış bilinç kavramıyla açıklar. Marx ve Engels *Alman İdeolojisi*'nde (1987:79, akt.Atılgan,2001) egemen sınıfın düşüncelerinin bütün çağlarda egemen düşünceler olduğunu, toplumdaki egemen maddi gücün aynı zamanda toplumun egemen manevi gücü olduğunu belirtirken de egemen ideolojinin üretim ve yayılım süreçlerine dikkat çekerler. Marx ve Engels'e göre toplumsal sistemlerin işlemesine temel oluşturan din, hukuk, eğitim gibi kurumsal yapılanmalar da herşeyden önce ideolojik tasarımlardır ve bütün bu tasarımların arkasında maddi ilişki süreçleri yatmaktadır. Buna göre de Marx ve Engels egemen sınıfın ideolojik egemenliğine karşı mücadelenin de öncelikle maddi pratikler düzeyinde başlatılması gereğine dikkat çekerler. Onları diğer aydınlardan ayıran en temel nokta da bu olsa gerek. Çünkü gerek aydınlanma düşünürleri gerekse de sonraki dönem aydınları egemen güce karşı mücadelelerini genellikle entelektüel alanla sınırlı tutmuşlardır. Oysa Marksist anlayışta söz konusu mücadelenin hareket noktası maddi pratikler, yani ekonomik alt yapı olarak gösterilmiştir.

İdeolojinin yanlış bilinç mi yoksa insanın gerçek anlamdaki düşünsel, fikirsel veya bilinç dünyasını mı yansıttığı konusuna kafa yoranlardan biri de Georg Lukács'tır. Klasik Marksizmin ideolojiye ilişkin yaklaşımını göz ardı etmemekle birlikte Lukács ideoloji ve insan bilinci arasında bir ilişkilendirme yapmaya yönelir. Ona göre gerçeklik, düşüncenin doğruluğu için ölçüdür, ancak gerçeklik de olan değil, oluşan bir şeydir. Oluşması için de düşüncenin katılımı gereklidir. O halde düşünce hem bilişsel hem de yaratıcıdır. Baskıcı bir grup kendi gerçekliğinin farkına vardığı anda bu koşulları değiştirmeye katkı sağlayacak düşünsel koşulları oluşturmaya, bilinç biçimlerini sergilemeye yönelir. Ki bu da bilincin kendiliğinden var olan bir şey değil, insanların veya toplumların birtakım düşünsel tasarımları olarak oluşurlar. Bu tasarımlar da bir yanıyla ideolojik sayılır. O halde bilinç hiçbir zaman insanın gerçekliğini tam olarak yansıtmaz. Tam tersine, insan ya da toplumlar çıkarlarına ve oluşturmak istedikleri algıya uygun bilinç biçimleri tasarlarlar. Aslında bu görüşleriyle Lukács, Marx ve Engels'ten bir adım daha ileri giderek ideolojinin bir yanlış bilinç olmasından da öte bilincin oluşum sürecini analiz etmeye yönelir. Ona göre bilincin kendisi daha başında ideolojiktir, yani belli çıkarlar doğrultusunda oluşturulur. Dolayısıyla da her sınıf kendi bilincini ideolojik olarak oluşturur. Bilim, gerçek ve kuram da bu durumda ideolojinin karşıtları olarak değil, pekiştiricileri olarak ele alınmalıdır (Eagleton,1996:144). Buna göre Lukács bilim ve ideolojiyi iki karşıt alan olarak

görmez. Her ikisinin temelinde bilinç olduğu gibi her ikisi de bilinç üretme işlevine sahiptirler. Bir toplumsal sınıfın bilimsellik ve ideolojik anlayışları genelde uyum ve eşgüdüm içerisinde işleyiş gösterir. Örneğin, burjuvazinin ideolojik konumlanışıyla bilime yönelik tavrı arasında herhangi bir çelişki söz konusu olamaz. Buna göre bir ideoloji olarak kabul edilecek olan liberalizm ile Batı bilimsel düşünüşünün önemli bir kuramı olan Darwinizm arasındaki örtüşme ve uyum açıktır. Her ikisi de güçlünün güçsüze yaşam şansı tanımayacağı ortak düşüncesi üzerine temellenirler. Dolayısıyla da Lukács bir bakıma bilimin de ideolojik alanda değerlendirilmesi gerektiğine dikkat çeker. Ona göre belli bir ideolojinin belli bir sınıfla tam olarak özdeş görülmesi de her zaman aynı düzeyde doğru olmayabilir. Örneğin, burjuvazi kendi sınıf ideolojisini oluştururken kendisinden önceki aristokrat sınıftan birtakım ögeler alabilir. Aynı şekilde proletaryanın da XIX. Yüzyıldaki ideolojisiyle sonraki yüzyıldaki ideolojik yönelimleri birebir örtüşmeyebilir. XIX. Yüzyılda tamamen sosyalist bir ideolojik yapıya sahip işçi sınıfı değişen ve gelişen koşullara uygun olarak örneğin, XX. Yüzyılda kendisini liberalizme daha yakın görebilir. O halde Lukács için ideoloji yanlış bilinç olmaktan çok toplumsal sınıfların değişen koşullarına, çıkarlarına, dolayısıyla da gerçekliğine göre sürekli değişim ve dönüşüm geçiren bir süreç olup bilinç üretiminin de temel oluşturucu ögesidir.

Çağdaş düşünürlerden Slavoj Žižek'e göre ise ideoloji katlanılmaz hale gelen bir gerçeklikten kurtulmak için oluşturduğumuz ve sığındığımız düşsel dünya tarzı bir yanılsama değil, gerçekliğimizi maskelemeye yönelik olarak, bilinçli biçimde oluşturduğumuz fantezi alanıdır (Eagleton,1996:257). Žižek'in bu tanımında ideoloji bir yanılsama değil, bilinçli bir yanıltma olarak tanımlanmaktadır aslında. İnsanın veya toplumsal sınıfların başkalarında, kendileri hakkında oluşturmak istedikleri algı da denilebilir. Bir bakıma insanın kendi gerçekliğini maskeleme yolu. Aslında Žižek'in bu tanımıyla Lukács'ın tanımı arasındaki yakınlık da dikkati çekiyor. Her ikisi de ideoloji, bilinç ve gerçeklik arasındaki ilişkiyi insanların, başkalarına yönelik oluşturmak istedikleri tasarımlar bütünü olarak ele almakta.

Diğer yandan siyasetin hem kuramcısı hem de uygulayıcısı olan Lenin'e göre ideoloji bilimsel bir gerçekliktir. Toplumsal sınıflar kendi ideolojileri yoluyla kendi gerçekliklerini yansıtırlar. Buna göre proletaryanın gerçekliği sosyalizmdir (Williams, 1990:59).

Buna karşılık siyasetin uygulayıcısı Napolyon Bonapart'a göre ise insanlığın başına iyi ya da kötü ne geliyorsa ideologların yüzünden geliyor (Williams, 1990:59). Bu vurguda örtük de olsa ideoloji ile aydınlar arasında bir ilişkilendirme yapılmakta, aydınların veya ideologların toplumda ne denli önemli bir yere sahip olduklarına dikkat çekilmekte. Ancak bir siyasetçi gözüyle de aydınlar ve de ideologlar aynı zamanda sistemdeki her tür hareketin sorumlusu gibi de gösterilmektedirler.

Konuya dilbilimsel çerçeveden bakanlar ise ideolojiyi bir gösterge ve de söylem alanı olarak görürler. Örneğin, Voloshinov'a göre ideoloji göstergeler yoluyla bir anlam üretme sürecidir (Williams, 1990 59). Aynı şekilde bir önceki bölümde

de üzerinde durulduğu gibi Bakhtin dilin ideolojik özelliğine dikkat çeker. Barthes ideolojiyi mitlerle ilişkilendirerek bir söylem alanı olarak değerlendirir. Aynı şekilde Foucault da dilin söylem alanının aynı zamanda ideolojik bir üretim alanı olduğunu iddia eder. İdeolojiye ilişkin tanım ve açıklamaların tümünü burada vermeye kalkışmak çılgınlık olur. Bu nedenle burada hem iletişim alanıyla daha ilişkili gördüklerimizi hem de çok temel düzeydeki tanım veya açıklamaları vermeye çalıştık. Belki kısaca şu söylenebilir: İdeolojiye pozitif bilimsel gelenek içerisinden bakanlar, onun da tıpkı diğer insanal ve toplumsal olgular gibi bilimsel bir gerçeklik olduğunu, dolayısıyla da bilimin deney ve gözlem alanında inceleme konusu yapılabileceğini ileri sürerler. Oysa konuyu daha eleştirel bir bakış açısıyla ele alanlar ideolojinin, pozitif bilimlerin mantıksal ve deneysel ortamında incelenemeyecek kadar soyut bir konu olduğunu savunurlar. Onlara göre ideoloji bir yanıyla bilimsel bir olgu olarak kabul edilse bile onu anlayabilmek için bu kadarı yetmez. Diğer bilimsel olgular gibi ideolojiyi pozitif bilimlerin deney ve gözlem alanında incelemek mümkün değildir. Çünkü ideoloji yalnızca bilimsel bir olgu değil, ondan çok daha fazlasıdır, yaşamımızın her kesitinde, her şeyde, her yerde açık ya da gizli olarak varlığını sürdürür. Çevremizdeki her şeye ideolojik bir anlam yükleyebiliriz. Ya da çevremizdeki herşeyden ideolojik anlamlar çıkarabiliriz. Her an ideolojiyle iç içe olabiliriz. Farkında olarak ya da olmayarak etrafa her an birtakım ideolojik iletiler gönderebiliriz. Başkaları bize farkında olarak ya da olmayarak her an birtakım ideolojik iletiler gönderebilir. Bunları bazen bilerek bazen de farkında olmadan alabiliriz. Dolayısıyla da ideoloji her yerde, her an bizimle birliktedir. Bir olgunun bilimsellik niteliğine sahip olabilmesi için öncelikle nesnel ve somut değerlendirmeye elverişli olması gerekir. Bilim insanının ideolojiyi bilimsel bir olgu olarak ele alabilmesi için öncelikle onunla kendisi arasına bir mesafe koyabilmeli, onu nesnel bir olgu olarak ele alabilmelidir. Oysa ideoloji söz konusu olunca bu pek de mümkün olamayabilir. Çünkü ideoloji yaşamımızın her kesitine içerilmiş bir şeydir. Kendimize yakın gördüğümüz bir ideolojik kesit mutlaka vardır ve kendimizi ondan tümüyle soyutlayabilmemiz mümkün değildir. İdeoloji özellikle de kültürle ilişkili olarak ele alındığında insandan tümüyle soyutlanması ve nesnel gerçekliği olan bir olgu olarak ele alınması pek de olanaklı değildir. İdeoloji kimi zaman insanın ve toplumun kültürel tasarımlarına arka plan oluşturur, çoğu zaman da kültürün içerisinde biçimlenir. Aynı şekilde ideoloji insanların her tür iletişimsel ediminin hem nedeni hem de sonucu olabilmektedir. İdeolojiyi yalnızca politik pratikle birlikte düşünmek doğru olmaz. Yaşamın her kesitindeki her tür pratiğin ideolojik bir gizilgücü olduğunu göz ardı etmemek gerekir.

Buraya kadar ideolojiye ilişkin kavramsal düzeyde tanım ve açıklamaların bazılarına kısaca gözatmış olduk. Buna göre ideolojiyi bir yandan mantıkçı pozitivizmin penceresinden ele alan sosyolojik görüş, diğer yandan ise onu daha eleştirel bir bakış açısıyla ele alan epistemolojik yaklaşımdan söz etmiş olduk. Her iki yaklaşım içerisinde ideolojiye ilişkin tartışmalar devam etmektedir. Ancak bu

yöndeki tartışmaları burada keserek iletişim bilimleri açısından önemli gördüğümüz düsünürlerin görüşlerine geçelim.

Gramsci, İdeoloji ve Hegemonya

Siyasetin hem uygulayıcısı hem de kuramcısı olarak tanınan bir düşünür Antonio Gramsci. XX. Yüzyılın erken dönem düşünürlerinden Gramsci gençlik yıllarını İtalya'daki sol hareketin içerisinde, işçi sınıfı adına verdiği mücadeleye adar. Ancak ülkede faşizmin galibiyeti onun için de büyük darbe olur. Hem siyasi aktör hem de entelektüel olarak yaşamının en verimli ve etkin dönemindeyken tutuklanır ve ömrünün sonuna kadar da tutuklu kalır. Düşüncelerini de mahkumiyeti boyunca kaleme aldığı *Hapishane Defterleri*'nde toplar.

Marksist gelenekten beslenen bir düşünür Gramsci. Ancak klasik Marksizmin indirgemeci anlayışı Gramsci'de yerini daha etkileşimci bir anlayışa bırakmaktadır. Buna göre alt yapının üst yapıyı belirlemesi değil, her iki düzeyin etkileşim içerisinde, daha doğrusu diyalektik bir ilişki içerisinde birbirlerini belirlemeleri gereğine dikkat çeker. Aslında Gramsci'nin yapmak istediği şey bir yandan klasik Marksist kuramın merkezinde yer alan ekonomiyi göz ardı etmemek, ama diğer yandan kültüre de aynı oranda merkezi bir rol yükleyerek ekonomi ve kültürün işbirliğiyle ortaya çıkacak çok daha bütünsel bir alanda devrim mücadelesinin sürdürülmesi önerisiydi. Ancak zaman içerisinde ideoloji, kültür, devlet gibi üstyapısal ögeler Gramsci'nin düşüncesinde merkezi bir konuma taşınır. Düşüncelerinin anahtar kavramlarından hegemonyayı da söz konusu üstyapısal ögelerle ilişkili olarak geliştirir.

Praksis felsefesine göre insan, doğası tarihsel olarak belirlenmiş ilişkilerin tümü, yani bazı sınırlar içinde, filoloji ve eleştiri yöntemleriyle saptanabilecek olan tarihsel bir olgudur (Gramsci, 2003: 217). Dolayısıyla da insan tarafından üretilmiş ve insan yaşamına yön veren, onun tarihini oluşturan bütün değerler ekonomi, dil, kültür vb. mücadele ve devrim sürecinde de aynı oranda işlevsel olmalıdır. Kültürün öne çıkarılması, mücadelenin de ideolojik alana taşınması anlamına gelir. Gramsci'nin ***hegemonya*** kavramı da zaten bu noktada anlamlı hale gelmektedir.

Egemenlik kavramından farklı bir anlam yükleyerek geliştirdiği hegemonya kavramıyla Gramsci bağımlı ve egemen kesim arasındaki güç ilişkisinin işleyişini de alışılagelenden çok farklı biçimde açıklamaya yönelir. Gramsci'ye göre hegemonya, güç ilişkilerinin doğrudan değil dolaylı, açık değil örtük işlediği bir alandır. Bu alanın işleyişi de toplumda gücü elinde bulunduran egemen kesim tarafından belirlenir. Dolayısıyla bu alan da aslında egemen kesimin denetimindedir. Ancak bu alanda egemenliğin işleyiş biçimi ve araçları alışılagelenden farklılık göstermektedir. Geleneksel toplumsal ve de siyasal sistemlerde (otoriter ve monark yapılar) toplumda kimin iktidara sahip olduğu, hangi kesimin iktidardan yoksun, dolayısıyla da bağımlı olduğu açıktı. Egemenliğin kayıtsız koşulsuz

kimde olduğu belliydi. Dolayısıyla da egemen kesim, egemenliğini sürdürmek için birtakım dolaylı yol ve yöntemlere başvurmak zorunda değildi. Oysa geleneksel toplumdan modern topluma geçilmesi, buna bağlı olarak demokratik olarak bilinen siyasal sistemlerin kurulmasıyla birlikte durum değişti. Temsili demokrasiyle yönetimlerin, iktidarı yönetilenlerle sözde de olsa paylaşmaya başlamalarıyla birlikte egemen ve bağımlı kesim arasındaki güç mücadelesi de ister istemez farklı biçimde, farklı yol ve yöntemlerle sürdürülmek zorundaydı. Madem ki demokrasi vardı, madem ki yönetimde yönetilenler de söz sahibiydi, o halde bir kesimin başka kesim üzerinde güç uygulaması diye bir durum söz konusu olamazdı. Ancak bir diğer tarafta da liberalizmin örtük de olsa "güçlü olan yaşar, güçsüz olan gider" ilkesine dayanan anlayışı vardı. Buna göre gücü elinde bulunduranın onu başkalarına kaptırmamak yönündeki çabası da doğaldı. Öte yandan toplumun, yönetimde güya söz sahibi olan kesimi de yaşamını en asgari maddi koşullarda sürdürebilmek için yaşamla kıyasıya mücadeleye devam etmekteydi. Bu kesim de haklı olarak yönetimdeki söz sahipliğinin sözde kalmaması, yaşamındaki maddi koşullara da yansıması için mücadelesini sürdürecekti elbet. İşte tam da bu noktada iktidarı elinde bulunduran egemen kesim egemenliğini sürdürmek için gücünü yeni sistemin meşru alanlarından almaya yönelir. Bir yandan ülkeyi ve toplumu yönetmek için yetki kullanımında doğrudan başvurduğu yasalar egemen kesim için önemli bir destek alan oluştururken, diğer yandan da halkın, yani bağımlı kesimin desteğini alarak yoluna devam etmek işini kolaylaştıracaktı. Bu noktada da kültürel, ideolojik alan ve araçlar devreye girer.

Gramsci'ye göre devrim süreci herşeyden önce bir ideolojik mücadele biçimidir ve hegemonik ilişki alanında gerçekleşir. Devletin, yani egemen kesimin elinde fiziki güç kullanım araçlarının yanında bir de dolaylı güç kullanım araçları vardır, ki bunlar eğitim, hukuk, kültür, medya gibi ideolojik üstyapı kurumları tarafından yapılandırılan araç ve kurumlardır. Bu araç ve kurumlar yoluyla egemen kesim veya yönetici azınlıklar bağımlı kesimin yani, halk kitlelerinin rızasına dayalı bir yönetimsel ilişki biçimi geliştirirler. İşte parlamenter ya da temsili demokrasi denilen yönetim biçimi tam anlamıyla da bu tür bir yönetimsel ilişki alanıdır. Bağımlı kesimler, yani halk kitleleri, egemen kesimin elindeki gücün sürekli kılınması için ideolojik alanda oluşturulan politikaların da etkisiyle yönetici kesime rıza göstermeye ikna olur. Böylece de yönetici kesimin iktidarı, yönetilenlerin desteğiyle güç kazanarak sürer. Gramsci'ye göre devrimci mücadelenin başarılı olabilmesi için bağımlı kesimlerin kendi koşulları hakkında gerekli bilince sahip olmaları veya sahip kılınmaları gerekmektedir. Kendi koşullarının bilincine varan kesimlerin etkin bir karşı mücadele başlatabilmeleri için de karşı bir hegemonik alan oluşturmaları gerekir. Bunun da yolu Gramsci'ye göre bağımlı kesimi oluşturan çeşitli toplum kesitlerinin (işçi, memur, esnaf vb.) bir araya gelerek bir ittifak bloku oluşturmaları ve bu bütüncül alana özgü de bir kültürel yapı geliştirmeleridir. İdeolojik mücadele de ancak bu kültürel yapı içerisinde etkin hale gelebilir.

Gramsci asıl iktidar mücadelesinin, özellikle de günümüz modern demokratik toplumlarında sivil toplumsal alandaki ittifaklar içerisinde etkin biçimde sürdürülebileceğini savunur. Bu alanda hangi kesim en güçlü dayanışmayı gerçekleştirirse o kesim iktidar mücadelesini de çok daha güçlü sürdürür. Gramsci sivil toplum alanındaki bu dayanışmayı ya da ittifak blokunu ***tarihsel blok*** olarak adlandırır. Özellikle de aydınların tarihsel blok içerisindeki yeri çok önemlidir. Toplumun egemen veya bağımlı kesimi olsun, aydınları yanına alan ya da kendi aydınını yetiştiren kesim söz konusu mücadelede her zaman daha öndedir. Bir ideolojik mücadele alanı olarak işleyiş gösteren tarihsel blokta herşeyden önce fikirler çatıştığına göre bu blokta hangi kesim aydınlara daha geniş alan açarsa o kesim bu mücadele sürecini çok daha güçlü ve etkin biçimde sürdürür.

Söz konusu ideolojik mücadele alanında aydınlara önemli rol yükleyen Gramsci aydınları iki kategoride toplar. Birincisi doktor, öğretmen, noter vb. her dönemde toplumda belli bir yere sahip, kendi asıl uğraş alanlarının dışında halk için kanaat önderi rolü de üstlenmiş olan geleneksel aydın tipi, diğeri ise özellikle kapitalist sistemle birlikte önem kazanan organik aydınlar, ki bunlar daha çok belli bir konuda uzmanlaşmış çok daha teknik insanlardır. Belli bir konuda bir projenin geliştirilmesi, belli konularda stratejilerin belirlenmesi, programların yapılması vb. pek çok alanda organik aydınların etkin kullanımı söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla da egemen ve bağımlı kesim arasında, özellikle de sivil toplum alanında, kültürel düzlemde gerçekleştirilecek olan ideolojik mücadele sürecini etkin götürebilmek ve devrimsel bir sona ulaştırabilmek için aydınları da kapsayan güçlü bir ittifak blokunun geliştirilmesi gerekmektedir. Devlet ya da egemen kesim elindeki gücü, oluşturduğu bu ittifak bloku içerisinde sürdürmektedir. Bağımlı kesimin ona karşı aynı oranda güçlü bir karşı mücadele başlatabilmesinin de Gramsci'ye göre öncelikli koşulu aynı biçimde güçlü bir karşı ittifak bloku geliştirebilmesidir.

Gramsci'nin bu bağlamda üzerinde önemle durduğu bir konu da sivil toplumdur. Marx, sivil toplumu bir yapı olarak ele alır. Oysa Gramsci'ye göre sivil toplum ideolojik ve kültürel bir ilişki alanıdır ve devlet tarafından kontrol edilmektedir. Bir başka yanıyla da sivil toplum, kapitalist düzenin devletinin, burjuvazinin egemenliğine dayalı işleyişini gizlemek için kullandığı bir maske alandır. Kapitalist toplumun devleti, sivil toplum adı verilen, güya halk kesimlerinin özgürlük alanını simgeleyen bu ideolojik alanda aslında kendi varlık nedeni olan burjuva sınıfının egemenliğini pekiştirmeye dönük politik stratejiler oluşturmaktadır. Siyasetin serbestçe tartışılması, sendikal hareketlerin, grev, toplantı vb.'nin rahatlıkla yapılabildiği, seçim dönemlerinde oy kullanılan, vatandaşlık haklarının korunur gibi yapıldığı bu alanın asıl işleticisi ise burjuvazidir. Çünkü tartışmaya konu edilen politik gündem, ideolojik konular, egemen kılınan gündelik yaşam formları (giyim kuşam, sanatsal etkinlikler, spor vb.) aslında burjuvazinin çıkarları doğrultusunda biçimlendirilmektedir. Gramsci'nin bu noktadaki önerisi ise

bağımlı kesimler, örneğin, işçi sınıfı tarafından da söz konusu alana birtakım konu, gündem, söylem ve formların taşınmasıdır.

Gramsci hegemonik ilişkinin toplumdaki iki aktör tarafından işletildiğini ileri sürer. Bir yanda sivil toplum adını verdiği halk kesimleri, diğer yanda ise politik toplum olarak adlandırdığı devlet, yani yönetici azınlık kesim. Politik toplum, yani devlet elindeki gücü sivil toplum alanında rıza üzerinden meşrulaştırır ve de güçlendirir. Burada Gramsci'nin önerisi ise rızanın işletildiği sivil toplum alanında bağımlı kesimlerin politik toplumun uygulamalarına rıza göstermek yerine kendi alternatif arayışlarına yönelik birtakım çabalar içerisine girmeleridir. Başka bir deyişle bağımlı kesimler, sivil toplum alanını yalnızca rızaya dayalı politik bir kabul alanı olarak kullanmak yerine, orayı dinamik bir tartışma ve ideolojik çatışma alanı haline getirmeleridir. Hatta rızanın tersinden işletilmesinin sağlanması için bir mücadele başlatılmasıdır. Burada da sendikal haklar, sosyal güvenlik vb. birtakım kavramlar gündeme gelmektedir. Söz konusu sivil toplum alanında sendikal haklar, sosyal güvenlik hakları, sivil toplum örgütlenmeleri vb. birtakım gündemler ne denli etkin tartışılırsa rızanın ters çevrilmesi süreci de o denli olanaklı hale gelebilir. Gramsci'nin karşı egemenlik alanı diye adlandırdığı şey de budur aslında. Hegemonik ilişkinin tersinden işlemesi de bu şekilde mümkün olabilir. Dolayısıyla Gramsci bağımlı sınıflar için önerdiği mücadeleyi devrimci mücadele olarak adlandırsa bile bu klasik anlamda bir devrimci mücadele olmaktan çok hegemonik ilişki alanında gerçekleştirilmesi gereken bir mücadele biçimidir. Yani hegemonyaya karşı bir hegemonya geliştirmek. Egemen kesimin hegemonik ilişki alanına karşı bir hegemonik ilişki alanı oluşturmak. Burada da Gramsci aydınlara özel bir rol yüklemektedir (.Forgacs, 2011).

Kısacası Gramsci tarafından geliştirilen hegemonya ve rıza kavramları aslında egemenliğin günümüzün modern kapitalist dünyasındaki biçiminin adıdır. Hegemonik ilişki ise egemenliğin ideolojiyle aracılanmış, yumuşatılmış, sivil toplum ve demokrasi makyajıyla kamuflajlanmış, yönetilen kitlelerin rızasıyla daha da güçlendirilmiş egemenlik ilişkilerinden başka bir şey değildir.

Gramsci solda yer alan bir düşünür olmakla birlikte zamanla gerek liberal kanatta gerekse de eleştirel kanattaki pek çok aydın ve akademisyen tarafından kabul görmüştür. Özellikle 1960'lardan itibaren dilbilim ve edebiyat çalışmaları içerisinden çıkan, ancak giderek ideoloji ve iktidar gibi olgular üzerine yoğunlaşan kültürel çalışmalar için de temel başvuru kaynaklarından biri haline gelmiştir. Dolayısıyla çalışmalarını toplum, ideoloji, kültür, söylem gibi kavramlarla yönlendiren iletişim bilimciler için de Antonio Gramsci önemli bir başvuru kaynağı olmaya devam etmektedir.

Althusser, İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları

Fransız bir Marksist olan Louis Althusser 1960'larda adını duyurur ve bir anda da yeni Marksizmin önde gelen temsilcilerinden biri olarak görülmeye başlanır. Dü-

şüncelerinde Gramsci'nin etkisi oldukça açıktır. O da tıpkı Gramsci gibi ideoloji olgusu üzerine yoğunlaşır. Marksizmden beslenen, hatta Marx'ın XX. Yüzyıldaki temsilcisi olarak bilinmekle birlikte aslında Marksizmi tersyüz eden bir entelektüel olarak de kabul edilebilir. Çünkü o da Gramsci gibi, hatta ondan çok daha ileri giderek üstyapısal ögeleri sistemlerin işleyişlerinde asıl belirleyiciler olarak kabul *eder. İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* adlı kitabı bu anlamda Marksizmin yeni baştan yorumlanması olarak ele alınabilir.

Althusser'in üzerinde yoğunlaştığı asıl sorun ideoloji aracılığıyla insanın, daha doğrusu öznenin nasıl kurulduğudur. Althusser, ideolojiyi insan zihninin işleyişinin ürünü olan tasarımlar olarak tanımlar ve bu üretimin ve de yeniden üretimin belli aygıtlarla gerçekleştiğini ileri sürer. Althusser (2000) ideolojinin üretiminde ve yeniden üretiminde işlevsel olan aygıtları ise devletin ideolojik aygıtları olarak tanımlar. Devlet güç sahibidir ve bu gücü birtakım aygıtlar aracılığıyla elinde tutar. Devletin iktidar aygıtları olarak nitelenebilecek bu aygıtları Althusser ikiye ayırır. Devletin baskı aygıtları, devletin ideolojik aygıtları. Devletin baskı aygıtları asker, polis, yargı, hükümetin yönetsel güçleri vb. doğrudan baskı araçlarıdır, ideolojik aygıtlar ise okul, din, aile, kitle iletişim araçları gibi ideoloji üretimi, yeniden üretimi ve dağıtımı yapan araçlardır. Devletin ideolojik aygıtları birbirinden farklı, dağınık gibi görünmekle birlikte egemen ideolojiyle kuşatılmış bir alanda görünmez bir eşgüdüm içerisinde işleyiş gösterirler. Ancak dışarıdan, yani yönetilen kitlelerin durduğu yerden bakıldığında bu kurumlar, aralarında herhangi bir ilişki yokmuş gibi bir görünüm sergilerler.

Althusserian ideoloji kuramının çıkış noktası Marksist ideoloji kuramı olmakla birlikte görüşlerini Gramsci tarafından geliştirilen egemen ideoloji ve hegemonya kavramlarının etkisinde geliştirir (Edgar and Sedgwick, 2002:87). Onun egemenlik ve hegemonya ayrımıyla, bunlarla bağlantılı olarak geliştirdiği *rıza* kavramı Althusser'in "devletin baskı aygıtları" ve "devletin ideolojik aygıtları" ayrımının temelini oluşturur. Althusser'e göre ideolojinin yeniden üretim alanı kapitalizm için çok önemli bir güç pekiştirme aracıdır. Kilise, okul, aile ve kitle iletişim araçları yoluyla egemen ideolojinin sürekli yeniden üretimi yapılarak sistemin gücünü yitirmemesi, hatta daha da güçlenmesi sağlanır. Egemen ideolojinin üretilmesinde işlerlik gösteren araçları Althusser devletin ideolojik aygıtları olarak adlandırır. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* (2000)) adlı kitabında Althusser günümüz modern ve de demokratik toplumlarında klasik baskı yollarının artık çok da işlemediğini, bunun yerine dolaylı baskı yollarının daha çok kullanımda olduğunu belirtir. Kendisini özgür sanan günümüz modern insanının bu yanılsama içerisinde düzene uyum sağlaması, sorgulamadan, eleştirmeden toplum içerisindeki yerinden hoşnut biçimde yaşamını sürdürmesi için sürekli olarak ideolojiyle beslenmesi gerekir. Böylece toplumdaki güç ilişkileri, insanların rızası alınarak, hegemonik işleyiş biçiminde devam ettirilir (Althusser, 2000). Diğer yandan demokratik yönetim iddiasında olan devletler de günümüzde doğrudan baskı araç-

larına başvurmak yerine ideolojik araçları tercih etmek durumundadırlar. Aksi halde kendi yönetim biçimleriyle, yani demokrasiyle çelişirler.

Althusser ideolojiyi, insanların beyinlerine hükmeden düşünceler ve temsiller sistemi olarak tanımlar. Bu temsil alanında yalnızca yönetici sınıfların değil, alt sınıfların da temsili söz konusudur. Ancak bu göstermelik bir temsildir. Böylece ideolojinin temsil alanına heterojen bir görünüm verilmiş gibi yapılır. İdeolojinin temsil alanı sanki çatışmalar ve mücadelelerden oluşan bir alanmış gibi sunulur. İnsanlar, elbette ki bağımlı konumdaki insanlar böylece bu alanda temsil edildikleri, hatta mücadele ettikleri sanısına kapılırlar. Egemen kesimler ise toplumdaki bu tür çatışma ve mücadeleleri, demokrasinin gereği olduğu savunusuyla meşrulaştırmaya çalışırken, aslında kendi iktidar konumlarını güçlendirme çabası içerisindedirler.

Alhusser ideolojiyi yapı olarak kabul eder (Alemdar ve Erdogan,2010:328). Yapı olduğu için de içeriği değişebilir, ancak özü, biçimi aynıdır. İdeoloji insanların bilinçaltına yönelik bir yapıdır. Bu yapı, gerçek dünyayı temsil etmez, insanların gerçek dünyayla kurdukları hayali ilişkiyi temsil eder. Örneğin, zor koşullar altında çalışan Tekel işçileri greve giderek devrimci proleter bir başkaldırı gerçekleştirdiklerini düşünerek ideolojik alanda kendilerini rahatlatırlar. Ancak gerçek yaşamlarında her şey aynıdır, hatta eskisinden de daha kötüdür. Daha da kötüsü bir toplumsal grup veya kesim kıyasıya bir ideolojik mücadele içerisinde olsa bile onun bu mücadelesinin toplumun diğer kesimleri, özellikle de egemen kesim tarafından görmezden gelinmesi, yok sayılması, karşı dirençle karşılaşmaması, yandaş bulamaması gibi durumlarda da söz konusu mücadele kendi içerisinde fantazik bir eylem olmanın ötesine geçemeyebilir. Günümüzde ileri kapitalist ülkelerin çoğunda zaman zaman kent cadde ve sokaklarında rastlanan yürüyüş ve toplantı tarzı iktidar karşıtı eylemlerin de çoğunlukla bu düzeyde kaldığı dikkati çekmektedir. Dahası söz konusu eylemleri gerçekleştirenler de çoğu zaman eylemlerinin veya oluşturdukları bu tür ideolojik mücadele platformlarının kimseye yararı ya da zararı olmayan fantazik eylem ve tavırlar olduğunun farkındadırlar. Ama yine de çoğu zaman sırf mücadelenin ya da egemen sisteme karşı direnç alanları oluşturmanın sembolik hazzı bile insanları bu tür eylem ve tavırlara yöneltebilmektedir.

Althusser, ideolojiler yoluyla bireylerin özne olarak çağrıldığını iddia eder. İnsanlar ideolojik çağırma yoluyla kendi yaşamlarının ve yaşam pratiklerinin öznesiymiş sanısına kapılırlar. Ancak gerçekte böyle bir şey yoktur. Bu yalnızca ideolojik bir kurgudur. Gramsci'nin rıza kavramı da burada devreye girer. İdeoloji tarafından çağrılan özne var olan sistemin işleyişinde etkin rol oynar, ancak oynadığı bu etkin rol başkalarının iktidar mücadelesine yarar. Türkiye'de çok partili yaşama geçiş sürecinde muhalefetteki partinin (Demokrat Parti), seçim kampanyasını "yeter! söz milletin" sloganı üzerine kurmasıyla söz gerçekte milletin olmuyordu, yalnızca bir çağrıydı söz konusu olan. DP'nin seçimleri kazanarak iktidar olmasında bu slogan ne ölçüde etkili olmuştu bilinmez, ama halkın, özel-

likle de sandık başına gidecek seçmenlerin hiç değilse bazılarının kendilerini siyasetin karar vericileri gibi hissetmiş olmaları olasıdır. "Halkın sesi, hakkın sesi", "biz, sizinle birlikte yöneteceğiz", "bu ülke hepimizin", "kendi partine oy ver" gibi politik sloganlar; "sen buna değersin", "yaşamak senin de hakkın" gibi reklam sloganları bireyi özne olarak çağırmaya yöneliktir. Aynı şekilde insanlar birtakım semboller kullanarak da kendilerini bir yerlere ait hissetmeye, bir biçimde konumlandırmaya çalışırlar. Örneğin, haç işaretli künye takan biri kendisini yalnızca Hristiyan dinine ait biri olarak hissetmekle kalmaz, aynı zamanda Hristiyanlığın tanıtılmasının ve yayılmasının da misyonerlerinden biri gibi görür. Aynı şekilde yakasına Atatürk rozeti takan biri de kendisini Atatürkçü düşüncenin temsilcisi olarak konumlandırır. Taraftarı oldukları futbol takımlarının renklerine göre giyinen, giysilerinde veya takılarında üyesi oldukları kulüplerin amblemlerini taşıyanlar vb. kişiler bunları çoğunlukla temsiliyet, ait hissetme, parçası olma amacıyla yaparlar. Böylece bireylerin, kendilerini belli bir yere konumlandırarak, belli bir duruma eklemleyerek özne olarak görmeleri sağlanmış olur. Bu konumlandırmalar ve özne olarak çağırmalar aynı zamanda bireylerin ideolojik olarak tanımlanmalarına da olanak verir. Böylece bireylerin, bir yandan belli ideolojik alanlara özne olarak eklemlenmeleri sağlanırken, diğer yandan da belli bir ideolojinin, yani belli bir yapının parçası haline gelmeleri söz konusu olmaktadır.

Althusser'in temsil ve çağırma kavramları medya metinlerinin içeriksel çözümlemesinde sıkça kullanılır. Özellikle reklamlarda insanların, özne olarak konumlandırılma sanısına kapılmaları, haberlerin kendilerinin gerçek yaşamlarına ilişkin bilgilere dayandığını düşünmeleri vb. İnsanlara, tükettikçe daha güçlü özneler olacakları önerisini yapan reklamlar, insanların, parasosyal ilişki kurarak özdeşleştikleri dizi filmler, aileden biri gibi gördükleri, kendileriyle özdeşleştirdikleri haber sunucuları vb. medyanın temsil dünyasını oluşturan metinlerin tümü insanlara, kendilerine ait olduğunu sandıkları ideolojik bir dünya sunarlar.

Yola çıkış kaynağı Marx olan ve kendi dönemindeki en gözde Marksist olarak kabul edilen Althusser'in Marx'tan ayrıldığı önemli bir nokta var. Marx gerek ideoloji tanımında gerek bütün bir sistem değerlendirmesinde tarihi göz ardı etmemiş, insanı ve toplumu tarihsel süreç içerisinde ele almıştır. Oysa Althusser, ideolojiyi bir yapı olarak görürken, Marksist anlayışın omurgası olan tarihi dışlamıştır. Devleti ve devletin iktidar aygıtlarını çözümleme konusu yapmış, ancak devletin bir tarihi olduğunu göz ardı etmiştir. İdeolojiyi insanın zihinsel üretim tasarımı olarak görmüş, ancak insanın zihinsel gelişiminin bir tarihsel serüveni olduğunu görmezden gelmiştir. Bütün bunlar da Althusser'in Marksizme yapısalcı pencereden baktığının somut bilimsel kanıtlarıdır. Diğer yandan ortaya koyduğu tezlerde Freud etkisi de açıkça dikkati çeker. Freud'un insan zihninin işleyişinin tarihin her döneminde aynı olduğuna, değişmezliğine yönelik görüşü Althusser'e de oldukça sempatik gelir (Althusser,1994). Althusser'e göre ideoloji de insan zihninin ürünü olduğuna göre, tarihsel süreç içerisinde ele alınmasına gerek yoktur.

Diğer yandan Marx toplumsal ilişkileri ekonomik alt yapı merkezli, yani üretim ilişkileri içerisinden bakarak değerlendirirken, Althusser bir Marksist olarak sistemi, toplumdaki işleyişini üst yapı ögelerinden hareketle değerlendirmeye alarak Marxizmi bir bakıma alaşağı eder. Ancak ne olursa olsun Althusser 1960'ların ortalarından itibaren özellikle de iletişim alanındaki çalışmalarda etkisini hissettirir. Devletin ideolojik aygıtları arasında kitle iletişim araçlarına da önemli ölçüde yer vermesi onu iletişim bilimciler arasında da popüler kılar. Ayrıca yapısalcı çözümlemeleriyle iletişimin kültürel çalışmalar boyutuyla ilgilenen araştırmacılar tarafından da önemle izlenen bir entelektüel olarak dikkati çeker. Dolayısıyla da 1970'li ve 80'li yıllarda iletişimin özellikle de kültürel çalışmalar ve popüler kültür kesiti içerisinde gerçekleştirilen araştırmaların, geliştirilen kuram ve yaklaşımların çoğunun Althusser'in görüşlerinin etkisinde olduğu gözlenmektedir.

Stuart Hall ve İdeoloji

Jamaikalı İngiliz düşünür Stuart Hall son yılların en çok dikkati çeken kültür kuramcılarından biridir. Richard Hoggart ve Raymond Williams'la birlikte İngiltere'de *Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi*'nin (1964) kuruluşuna da öncülük eden Hall çalışmalarını daha çok ırk ve cinsiyet gibi konular üzerine yoğunlaştırdı. Metin çözümlemeleri ve alımlama çalışmaları konusunda geliştirdiği kavram ve tekniklerle özellikle de iletişim bilimciler tarafından son yılların en çok izlenen düşünürlerinden biri olarak da nitelendirilebilir. Ama Hall'ın çalışmaları yalnızca iletişim bilimciler için değil genel olarak bütün sosyal bilimciler için esin kaynağı olmuştur.

Stuart Hall'ın 1960'lı yıllarda Avrupa'da kültür, cinsiyet, etniklik, ırk, yeni üretim biçimleri vb. birtakım tartışmalı konuları entelektüel dünyanın gündemine taşımaya yöneldiği dönemlerde dünya da politik, ekonomik ve de entelektüel açılardan yeni bir sürecin eşiğine gelip dayanmıştı. Bir yandan kapitalizmin yaşamakta olduğu sancılar, diğer yandan da toplumda yerleşik birtakım değerlerin, kuram ve paradigmaların tartışmaya açıldığı bir sürece girmişti Batı dünyası. Aslında geçmişten bugüne şöyle bir göz atıldığında gönünen o ki kapitalizm ne zaman krize girse Batı dünyası bir kendini yeniden sorgulama sürecine girmekte, kendi tabu ve dogmalarına savaş açmakta. İşte 1960'larda da böyle bir süreç yaşanıyordu. Cinsiyet kimlikleri, ırksal ve etniksel kimlikler, üretim biçimleri vb. süreç ve konular yalnızca entelektüel düzeyde tartışılmakla kalmıyor bir yandan da toplumun hem gündelik yaşamı içerisine hem de politik yaşama yeni pratiklerin eklenmesi biçiminde yaşama geçiriliyordu. İşte tam da böyle bir ortamda Stuart Hall ortaya koyduğu kavramlarla, geliştirdiği yöntembilimsel tekniklerle ve kurulmasına öncülük ettiği Kültürel Çalışmalar Okuluyla entelektüel dünyaya damgasını vurdu. O da tıpkı Gramsci ve Althusser gibi Marksizmden beslenen ve solda yer alan bir entelektüel olmasına karşın çalışmaları Gramsci ve Althusser'e göre Marksizmle çok daha mesafeliydi. Hall'ın derdi ne Gramsci gibi toplumların

ve sistemlerin gidişatlarına yön veren büyük siyasalardı ne de Althusser gibi devletin ideolojik aygıtlarının işleyiş biçimiydi. O, çalışmalarının merkezine kültürü ve ideolojiyi koymuştu. Bunu da çoğunlukla metin incelemeleri, metin ve okur ilişkisine yönelik çalışmalar biçiminde sürdürmekteydi. Aslında Hall'ın yapmak istediği şey metinlerden hareketle toplumun kültürel ve ideolojik izsürümünü yapmaktı. Bunun için de metin çözümlemeleri, metin ve okur ilişkileri konusunda hem kavramsal hem de yöntembilimsel düzeyde etkin katkı sağlayacak çalışmalara yönelmişti. Kodlama ve kodaçımlama, alımlama çözümlemesi gibi çalışmalara bu kulvarda imza atar. Ancak Stuart Hall'ın metin çalışmalarına yoğunlaşması, makro düzeyde birtakım toplumsal ve sisteme ilişkin sorun ve konulardan uzaklaşması anlamına gelmiyordu. Hall bir yandan da dünyanın içerisine girmeye başlamış olduğu küreselleşme, modern sonrası toplumsal süreçler, yeni üretim biçimleri gibi konularla ilgiliydi, ama bunları çok daha mikro düzeyleriyle, toplumun derinliklerine dalarak irdelemeyi tercih ediyordu. Daha açık bir ifadeyle söylemek gerekirse bu Jamaikalı siyahi entelektüeli asıl ilgilendiren şey genel toplum içerisinde hakları genellikle çiğnenen, varlıkları görmezden gelinen, dışlanan, hor görülen azınlıkların, beyaz derili olmayanların, marjinallerin, eşcinsellerin, büyük kent varoşlarında yoksulluklarına terkedilmişlerin vb. kesimlerin de var olduklarını, insan olduklarını, dolayısıyla da insanca bir yaşamı hak ettiklerini dile getirmek, toplumun ayrıntılarına inerek bu kesimleri entelektüel ve akademik tartışma gündemine taşıyarak onların mücadelelerine destek vermekti. Batılı bir ülkede, iyi koşullarda yaşıyor olsa bile köken olarak farklı bir ırktan olması, yaşadığı ülkede de ne olursa olsun etnik azınlık kimliğine sahip bulunması Hall'ın bu konulardaki görüşlerinin çok daha kayda değer bulunmasını sağlıyordu aslında. Çünkü Hall bir yandan güçlü entelektüel kişiliğiyle, diğer yandan da etniklik, ırk, milliyet gibi konulara içeriden bakabilen biri olarak akademik çevrelerden büyük ilgi görüyordu. Eleştirel duruşuyla da özellikle sol entelektüel çevrelerin sempatisini kazanmıştı. Aslında Birmingham Üniversitesi bünyesinde kurulan Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin akademik çevrelerde büyük ilgi görmesi ve kültürel çalışmaların giderek bir prestij alan haline gelmesinde de Hall'ın bu entelektüel ve akademik kişiliğinin rolünün önemli olduğunu belirtelim. 1960'lı yıllardan 70'li yılların ortalarına kadar Kültürel Çalışmalar Merkezi'nde ele alınan konuların da çoğunlukla etniklik, ırk, cinsiyet gibi Batı dünyasının entelektüel ve politik çevrelerini olabildiğince meşgul eden konular olması ve bunların Hall'ın çalışmalarıyla birebir örtüşmesi de söz konusu merkezin özellikle de 1960'lı yıllar içerisinde biçimlenen politikalarının kimin tarafından belirlendiğini göstermektedir. Diğer yandan aynı dönemlerde gerek Avrupa'nın İngiltere, Fransa, İspanya gibi ülkelerinde, gerekse Amerika'nın çeşitli bölgelerinde eşitlik, özgürlük ve hak talepleriyle sokaklara dökülen etnik azınlıklarla birlikte entelektüel çevrelerde de etniksel, ırksal, dinsel, mezhepsel, dilsel ve cinsiyetsel hak ve özgürlüklerin tartışılmaya başlanması da bu konuları çalışma programına alan Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin popülarite

kazanmasına neden oldu. Yalnızca Avrupa ve Amerika'da değil Asya'da bile, örneğin, tarihinin önemli bir kesitini bir sömürge ülke olarak yaşamış olan Hindistan'da akademik ve entelektüel çevreler için kültür incelemeleri önemli bir çekim alanı haline gelmeye başladı.

Medya içeriğine ilişkin kültürel ve ideolojik söylem çözümlemeleri, temsil ve alımlama çalışmaları da yine bu dönemde yoğunluk kazanmaya başladı. Hall'ın özellikle de okurun ya da izleyicinin alımlama edimine dikkat çeken çalışmaları iletişim bilimciler için yeni bir kulvar açmıştı. Buna göre medyanın izleyiciye hangi içeriği taşıdığının yanında izleyicinin de kendisine iletilen o içeriği nasıl ve hangi düzeyde alımladığı, söz konusu içerikten ne tür iletileri seçip aldığı, bu seçimi neden ve neye göre yaptığı gibi soruların da medya ve izleyici ilişkisinin anlaşılması açısından önemsenmeye başlandığı gözlenmektedir. Dolayısıyla da Stuart Hall hem iletişim alanındaki çalışmaların giderek etnografik bir kulvara doğru açılım yapmasını özendirirken, diğer yandan da genel olarak sosyal bilimlerin, özellikle de sosyolojik ve kültürel çalışmaların toplumun derinliklerine, kılcal damarlarına doğru götürülmesi gerektiğine dikkat çekiyordu. Toplumdaki farklı etnik kimliklerin, alt kültürel alanların, marjinallerin vb. kesimlerin de Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin çalışmalarına konu edilmesi ise söz konusu Merkezin yalnızca akademik ve entelektüel çevrelerin değil, siyasi çevrelerin de dikkatini çekmesine yol açtı. Özellikle de dönemin İngiliz siyasi otoriteleri Hall'ın ve Merkezin çalışmalarından büyük rahatsızlık duymaya başladılar ve birtakım yıpratma stratejileri uygulayarak zaman içerisinde hem Stuart Hall'ın Merkez'den ayrılmasına hem de Merkez'in, çalışmalarını giderek politik ve ideolojik sorunlardan uzaklaştırarak daha suya sabuna dokunmayan konulara yönlendirmesine zemin hazırladılar. Ancak bütün bu süreçlerin Hall'ın görüşlerinin etkisini güçlendirmek yönünde etki yaptığı, kültürel çalışmaların da giderek önemli bir entelektüel trend haline geldiği görülmektedir.

Stuart Hall da temelde Marksizmin eleştirel penceresinden bakar dünyaya. Ancak görüş ve düşüncelerini çok farklı kavramlarla biçimlendirir. Herşeyden önce Marksizmin bütünsel bakışı yerine daha parçalı bir bakışı tercih eder. Marksizmin bütünsel bakışının simge kavramları olan toplumsal sınıflar, proletarya, emek, ekonomik alt yapı gibi kavramların yerine Hall'da etniklik, ırk, cinsiyet gibi daha parçalı kavramlar alırken, ekonomik alt yapı yerine de kültür ve ideoloji gibi üst yapıya ilişkin ögeler merkezi konuma taşınır. Marksist görüşte toplumdaki üretim ilişkileri, sahip oldukları üretim araçlarıyla üretim ilişkilerini belirleyen güçler sorgulamaya tabi tutulurken Hall'da ürünün kendisi, yani metin üzerine yoğunlaşıldığı gözlenmektedir. Diğer yandan Marksist kuramda üretici güçlerle (sermaye) üretimi gerçekleştiren toplumsal kesim (işçi sınıfı) arasındaki egemenlik ve bağımlılık ilişkileri ele alınırken Hall'da ürün (metin) ve alıcı (okur) ilişkisi tartışma konusu yapılır. Ürünün üreticisi (yazar) ve yazarın beslendiği ekonomik, politik, toplumsal vb. koşullar ise dikkate alınmaz. Bu önemli farklılıklara rağmen Hall da Marx gibi toplumdaki eşitsizlikler, haksızlıklar karşısında

eleştirel bir duruş sergiler. Ancak Hall bu eşitsizlik ve haksızlık eleştirilerini Marksizmde olduğu gibi ekonomi politik işleyiş düzeyinde değil, daha çok politik işleyiş düzeyinde ele alır. Azınlıkların vatandaşlık haklarının, dilsel, kültürel, düşünsel özgürlüklerinin gözetilmesi noktasında daha çok kültürel ve ideolojik süreçleri tartışmaya yoğunlaşır. Dolayısıyla da Hall görüşlerini bir yandan Williams ve Hoggart gibi kültürelcilerin bir yandan da Gramsci ve Althusser gibi yeni Marksistlerin etkisinde biçimlendirir.

Hall'a göre Althusser'in yaklaşımı, Marx'ın yanlış bilinç kavramından biraz daha ileridir. Marx ideolojinin, yukarıdan aşağıya eğitimsiz ve bilinçsiz kitlelere aktarımı ve onlarda yanlış bilinç oluşturma olarak görüyordu (Marx and Engels, 1998). Althusser ise *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*'nda ideolojiyi çok daha söylemsel ve dilbilimsel bir yaklaşımla ele almaktadır. Buna göre ideoloji çeşitli kurumların pratikleri içerisinde oluşan, yapıları tarafından taşınan bir yeniden üretimdir. Kitle iletişim araçları her zaman devlet tarafından kontrol edilmedikleri halde dünyanın belli bir kesimini, devletin çıkarlarıyla çelişmeyecek kısmını izleyiciye sunarlar. Althusser'in düşünceleri ağırlıklı olarak medya merkezli olarak değerlendirilebilir. Hall'ın ideoloji kuramı ise yapısalcı kuramların sosyal ve kültürel bağlamlarıyla çok daha ilişkilidir. Ancak Hall medyayı da görüşlerinin kapsamına alarak çok daha bütünsel bir yapısalcı ideoloji kuramı geliştirme çabası içerisine girer. Hall, Althusser'i, ideolojiyi her zaman için kapitalist devletin değerlerinin istisnasız yeniden üretimi olarak görmesi noktasında eleştirir. Hall'a göre böyle bir görüş ideolojik mücadeleyi yok saymaktadır. Buna bağlı olarak ideolojik mücadele içerisinde olan insanlar da görmezden gelinmektedir. Hall, ideolojiyi söylem alanında oluşan fikirler, anlamlar, kavramlar, inançlar ve onlara uyumlanabilen bilinç biçimleri olarak tanımlar (Hall,1977:320, akt. Laughey, 2007:60).

Hall da David Morley ve Dick Hebdige gibi kitle iletişim araçları ortamında üretilen metinleri göstergebilimden yararlanarak ideolojik olarak çözümler. Hall'ın amacı ideolojiyi medya kurumları içinde ve onlarla bağlantılı olan anlamlandırmaların politikasını açığa çıkaran bir kavram olarak tanımlamaktır. Hareket noktası ise davranışçı okul içerisinde geliştirilen medya çalışmalarına, kuram ve yaklaşımlarına saldırmak olur. Etki modelleri Hall'ın eleştirisinin merkezinde yer alır. İletişimin çizgisel işleyişini ve iletişimsel başarıyı etkinin derecesiyle ölçen çalışmalar Hall için saçmalıktan başka bir şey değildir. Anımsanacağı gibi etki kuramcıları teknik sorunların dışında gönderilen iletilerin alıcı tarafından alınmaması ve kullanılmaması olasılığı üzerinde durma gereği bile duymuyorlardı. Hall'a göre davranışçı anlayış içerisinde geliştirilen etki kuramları hatalıdır. Çünkü etki kuramcıları hem genel olarak iletişimi hem de kitle iletişimini verili sosyal, politik ve ekonomik yapılardan soyutlayarak ele almışlardır. Bu yapılarla bağlantılı olarak düşünüldüğünde iletişimin göndericisi ve alıcısı arasında her zaman birebir bir ilişki olamayabilir. Gönderici ve alıcı farklı sosyoekonomik ve sosyokültürel koşullar içerisinde bulunabilirler. İçerisinde bulundukları koşulla-

nın farklılığı onların iletişimsel edimdeki amaç, beklenti ve gereksinimlerinin de her zaman örtüşmeyeceği gerçeğini ortaya koyar.

Stuart Hall anlamı, iletişimsel edimin merkezine koyar. Hall'a göre "anlam sosyal bir üretim ve pratiktir. Dil ve sembolleştirme ise anlamların içerisinde oluştuğu araçlardır. Bu anlayış, önceki çözümlemeleri, dili gerçek dünyayla basitçe birebir ilişkilendiren ve davranışçı okul içerisinde geliştirilen içerik çözümlemesini alaşağı etmiştir (Hall,1982:67;akt. Laughey, 2007:61).

İçerik çözümlemesi, anlamların sosyal üretim olduğunu varsayan yapısalcı anlayış tarafından anlamsız görülmüş, Barthes gibi Hall da anlamın söylemsel bir süreç olduğunu ve dil sistemi içerisinde işlediğini savunur. Hall anlamsal üretimi ideolojik anlamlandırmalarla dolu bir işaretler seti olarak görür (Laughey,2007: 61).

Medya kurumları ve metinleri dünyaya ilişkin anlamlandırmalarımız içinde veya yoluyla oluşan önemli ideolojik boyutlardır. Hall, medya yoluyla izleyiciye gönderilen iletiler aracılığıyla oluşan anlam yapım süreçlerini çözümlemek için ise göstergebilime başvurmak gerektiğini savunur. Kodlama ve kodaçımlama dil sistemi içerisinde gerçekleşir. Hall, anlam inşasına ilişkin bu göstergebilimsel kuramı, medya içeriğinin üretimine ve alımlanmasma ilişkin bir modele doğru genişletir ki, bu, iletişim yazınına *kodlama –kodaçımlama* adıyla geçer.

Davranışçı yaklaşımlardan farklı olarak Hall'ın bu modeli, gönderici ve alıcı arasında doğrudan bir iletişim veya niyet örtüşmesini varsaymaz. Kodlama ve kodaçımlama simetrik olmayabilir. Hall bundan daha çok medyanın temsil durumuyla ilgilenir. Medya aracılığıyla söylenmek istenilenlerin nasıl ve ne oranda temsil edildiği ya da edilemediği ve bunun izleyicideki yansımasının ne olduğu üzerinde durur. Kodlama ve kodaçımlama, rastlantısal değil, ama birbirinden ayrı süreçlerdir. Kodlama, üretim aşamasıdır, ki bu aşama teknik ve profesyonel olmak üzere bir dizi üretime ilişkin sürecin içerisinde gelişir. Bu süreci siyasal, ideolojik, sosyal pek çok etken de etkiler (Hall, 2001:166).

Hall, kodlama ve kodaçımlama modelini ilerleyen zamanlarda ideoloji kavramıyla birleştirir. Gramsci'nin hegemonya kavramı bu anlamda ona da yakın gelir. Marx ideolojinin yanlış bilinç olduğunu hiçbir zaman söylememiştir. Ancak insanların, içerisinde yer aldıkları kapitalist sistemin penceresinden dünyaya bakmalarının sağlandığına dikkat çekmiştir. O pencereden baktıklarında ise kapitalizmin parıltılı yanını görerek büyülenmişlerdir. Bilinçleri bu büyünün etkisinde oluşmuş, iletileri de bu bilinçle açımlamışlardır. Marx'ın bu görüşü zaman içerisinde Gramsci'nin hegemonya kavramına temel oluşturur, hatta onunla daha da netlik kazanır.

Gramsci'nin kuramı Ortodoks yapısalcılığı, postyapısalcı çizgiye çekmek açısından büyük önem taşır. Ki bu yeni gelenek içinde Hall'ın yanı sıra Foucault da yer alır. Ortodoks yaklaşımların mit ve ideolojiye bakışlarından farklı olarak hegemanya bir toplumun, kendi değer ve niyetlerini işaret eden iktidarla ya da onsuz olmak üzere mit ve ideoloji gibi parçaları arasında karşılıklı diyalog üzerinden işler. Hegemonya rıza gerektirir. Rıza ise karşılıklı diyagog ve de uzlaş-

mayla ancak sağlanabilir. Bu, medyanın egemen ideolojiyi üretme ve yeniden üretme işleviyle de bağlantılıdır. Dayatmalar, zorlamalar, doğrudan baskı kurmalar bir yana bırakılır (Hall, 1982: 85,akt, Laughey,2007: 64). Hegemonya bu nedenle muhalif seslere izin verir. Ama bu muhalif güçler toplumda varlık ve güç alanlarını sistemi tehdit edecek ölçüde genişletirlerse sistemin egemen kesimi baskı yollarına da başvurmaktan çekinmez.

Bir toplumdaki iktidar ilişkilerinin hegemonik biçimde işlemesi ya da zor ve baskıya dayanmasıyla o toplumun gelişmişlik düzeyi arasında da yakın bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Gelişkin toplumlarda, dolayısıyla da güçlü sistemlerde iktidar ilişkilerinin hegemonik biçimde işletilmesi tercih edilir. Çünkü sistem yerleşiklik kazanmıştır. Yerleşik bir sistemde küçük muhalif alanların oluşmasına, karşıt direnç alanlarının ortaya çıkmasına her şeyden önce sistemin varlığı ve sağlıklı var kalması açısından önem verilir. Bu nedenle de örneğin, Batılı kapitalist ülkelerde zaman zaman gözlenen sokak protestoları, başkaldırılar genelde yönetsel yetkenin engelleyici müdahalesiyle karşılaşmazlar. Oysa Türkiye gibi ekonomik ve politik gelişim sürecini henüz tamamlayamamış, dolayısıyla sistemin yeterince güçlü olmadığı toplumlarda en küçük protesto hareketleri bile mutlaka devlet güçlerinin, polisin engellemesiyle karşı karşıya kalır. Sistem ne denli güçlüyse ve de özgüvene sahipse, hegemonik ilişkiler de o denli sorunsuz işler. Sistem ne denli güçsüzse zora ve baskıya dayalı egemenlik ilişkileri de o denli ağır basar.

Hall'a göre profesyonel kodlar, egemen kodun hegemonik alanında işler. Buna göre medya kurumları kendi ülkelerindeki ya da bölgelerindeki hegemonik güçlerle işbirliği yapma niyetinde olmasalar bile bu işleyişin içesirinde yer almak zorunda kalırlar. Bu yer alış çoğu zaman bilinçlidir, ama bazen de bilinçsizce gerçekleşebilir. İşin özü de budur zaten. İnsanları farkında olmaksızın işleyişin içerisinde tutabilmek. Medya profesyonelleri her zaman devletle yakın ilişki kurmak durumunda değildirler. Bazıları bunu açık çıkarları nedeniyle bilerek, isteyerek yaparlar. Ancak çoğu medya kuruluşu ve profesyoneli de bağımsız bir medya işletmeciliği gerçekleştirdiğini düşünerek kendisini iyi hissetmek isteyebilir. Ancak bilinçler öylesine biçimlenmiştir ki, gerek medya kuruluşları gerekse bu kuruluşlarda görev yapan medya profesyonelleri egemen kodlarla örülmüş bilinçleriyle isteseler de istemeseler de bu hegemonik işleyişin içerisinde yer alırlar. Ancak birtakım marjinal kesimler kendilerini bu işleyişin dışında tutabilirler. Ki onlar da zaten daha en başından marjinal olarak tanımlanmışlardır. Bu nedenle hegemonik ilişkiyi yöneten ve yönlendiren kesimler de zaten marjinal olarak tanımlanan kesimlerle karşılıklı diyalog içerisine girmeyip, onları bu işleyişin dışında tutarlar. Ancak marjinal kesimlerin toplumdaki etki alanlarını genişletme tehlikeleri ortaya çıkarsa işte o zaman iktidarlar bu kesimleri ya etkisizleştirmek ya da hegemonik ilişkinin içerisine almak için harekete geçerler.

Hegemonik ilişki kendiliğinden bir işleyiş biçimine sahiptir. Burada tarafların açıkça algılanabilirliği söz konusu değildir. Hegemonik ilişkide ideoloji verili sosyal yapı ve pratikler içerisinde işler, bireylerin niyetlerine bağlı olarak değil. Böylece insanlar hegemonik bir ilişkinin içerisinde olduklarını, belli bir egemen

ideolojiye maruz kaldıklarını fark etmezler. Alışveriş yaparken, müzik dinlerken, film izlerken, maç yaparken ya da maç seyrederken, dinsel birtakım ritüelleri gerçekleştirirken, yolculuk halindeyken, gazete okurken, televizyon izlerken, yemek yerken, hatta sokakta yürürken bile insanlar egemen ideolojiyle kuşatılmış bir dünyanın içerisindedirler, ancak bunu fark etmezler. Acıkan bir insan bilerek ve isteyerek hamburger ya da pizzayı tercih eder, ancak bu tercihin arkasında egemen ideolojik dayatmanın olduğunu düşünmez bile. Yolda yürürken ayağı taşa takılıp düşen biri, kendi dikkatsizliğini kabullenmek ya da yerel yönetimin hizmet yetersizliğini düşünmek yerine Nike marka ayakkabıya sahip olmadığı için başına bunun geldiğini düşünüyorsa bu düşünüşün arkasında egemen ideolojik dayatmaların yattığını düşünmek gerekir. Hamburger, dönerden daha sağlıklı olduğu için mi bizim yaşam pratiklerimiz içerisinde yer almıştır dersiniz? Ya da ayranı kola ile değiştirme fikri bizden mi çıktı? Hayır! Bize bu pratikler bir biçimde dayatıldı ve yaşamımıza yerleştirildi. Biz de onları tartışmasız onayladık, kabullendik. Ancak bütün bu dayatma ve kabullenme süreçleri rıza üzerinden işletilerek hegemonik ilişkiye dönüştürülmekte. Böylece satan razı, alan razı tarzı bir iletişim ve işleyiş süreci sürüp gitmektedir.

Hall, Gramsci'nin de etkisiyle medyanın toplumda etkili biçimde rıza üretimi yaptığını ileri süerer. Rıza üretimi ise hegemonik ilişkilerin işleyişinin temelini oluşturur. Hall, medyanın hegemonik ilişkinin bir parçası olduğunu ve rıza üretiminde etkili olduğunu söylerken, diğer yandan da bu ilişkinin her zaman da egemen kesimin beklentileri doğrultusunda işlemediğini ileri sürer. Burada izleyicinin belli bir yere sabitlenmediğini ve her gelen iletiye beklenilen oranda açık olmadıklarını, her izleyicinin farklı bir bilinç düzeyine sahip olduğu, farklı entelektüel düzeyde bulunduğu, dolayısıyla medyayla farklı ilişkiler kurduğunu ileri sürer. İzleyicinin medyanın içeriğiyle, dolayısıyla medya metinleriyle farklı ilişki kurması, beklenen etkiyi, yani hegemonik ilişkinin işleyişini de etkiler.

İzleyici metinle ilişkisi açısından üç grupta ele alınabilir. Hall'a göre bir grup izleyici metni egemen kodlarla açımlar. Yani metinde ne verilmek isteniyorsa, izleyici onu alır. Kodaçımlamayı, göndericinin beklentileri doğrultusunda yapar. Bu durumda kodlama ve kodaçımlama arasında tam bir örtüşme vardır (Hall, 2001:175). Hall, metinle bu biçiminde ilişki kuranları baskın hegemonik konumlanıştaki izleyiciler olarak adlandırır. Bu tür izleyiciler kitle iletişim araçlarından ne veriliyorsa, herhangi bir karşı çıkış ya da sorgulayış eğilimi içerisine girmeksizin onu alır ve kullanırlar. Toplumdaki yaygın kodlarla kodlanan medya metinleri toplumun geniş kesimini oluşturan ortalama izleyici tarafından yine egemen kodaçımlamayla da alımlanır. Örneğin, dini kodların yaygın olduğu toplumlarda – ki Türkiye bunun örneğidir– dini motifleri içeren dizi filmlerin, programların toplumda genel kabul görmesi ve izlenilirliği çok daha beklenebilir bir şeydir. Nitekim dini içerikli yayın yapan televizyon kanallarının izlenirlik oranlarının yüksek olması da bundan kaynaklanıyor olabilir. Aynı şekilde politikacıların, seçim kampanyalarında etnik ve dinsel motifleri sıkça kullanmalarının altında da yine aynı gerçek yatmaktadır. Alışkın olmadıkları kodlarla örülü iletileri göndererek insanlarda kafa

karışıklığı yaratmak yerine, onlara, alışkın oldukları kodlarla örülü metinler sunmak alımlama ve onaylamanın çok daha hızlı ve kolay gerçekleşmesini sağlar.

Hall'a göre bir diğer izleyici grubu ise medya metinlerini tartışmalı bir tavırla okur. Burada izleyicinin sorgulayıcı ve eleştirel tavrı devreye girer. Tartışmalı okuma yapmaya eğilimli izleyici kendisine gönderilen iletileri aynen alıp, onu egemen kodları kullanarak açımlamaz. Bu tür izleyicilerin, toplum genelinin dışında kendilerine özgü birtakım kodları vardır. Dünyaya biraz daha farklı pencereden bakmayı yeğlerler. Her verileni almak değil, önce tartmak, sonra duruma göre almak ya da reddetmek eğilimine sahiptirler. Toplumda entelektüel düzeyi toplum ortalamasının üzerinde olan izleyiciler çoğunlukla tartışmalı okuma gerçekleştirirler. Metinlerin yalnızca düzanlamlarını değil, yananlamlarını da algılamaya çalışırlar. Metnin görünen kod yapısının yanında örtük kodları da bulup çıkarırlar. Yani müzakereli ya da tartışmalı okumaya eğilimli izleyiciler metni tüm ayrıntılarıyla, hatta metnin arka planındaki koşulları da düşünerek tartışırlar ve ona göre bir kodaçımlama yaparlar. Bu okuma veya kodaçımlama sonucunda ileti izleyici tarafından beklenilen biçimde alınabilir de alınmayabilir de. Etki de buna göre beklenenden farklı gerçekleşebilir.

Hall üçüncü bir kategori olarak muhalif izleyiciye dikkat çeker. Toplumda belli bir kesim toplum genelinde yaygın kodlara büyük ölçüde ya da tümüyle kapalıdır. Marjinaller, protestler, entelektüel düzeyi çok yüksek olup da kendilerini toplumdan soyutlamış kimseler vb. kesimler bunlar arasında yer alırlar. Bu tipteki izleyicilere ne verilirse verilsin daha baştan karşı çıkmaya hazırdırlar. Hatta çoğu zaman bu tip izleyicilerin metinle herhangi bir ilişki kurması da söz konusu olmaz. Bu tip izleyiciler kitle iletişim araçlarına da çoğu zaman kapalıdırlar. Toplumdaki tüm egemen değerleri, dolayısıyla da kodları kendi algı alanlarının dışında tutmaya özen gösterirler. Dolayısıyla da medya profesyonellerini en çok zorlayan da genelde bu kesimlerdir (Hall, 2001).

Etki-tepki kuramının varsaydığı gibi toplumun tektip bireylerden oluşmadığının farkında olan profesyoneller medya içeriğini oluştururken buna dikkat ederler. Toplumda genelde yaygın bir egemen kod durumu olsa bile medya profesyonelleri ve onların arkasındaki güçler medya aracılığıyla toplumun her kesimine ulaşmak, her tipteki izleyici tarafından kabul görmek isterler. Bu nedenle de program içerikleri oluşturulurken toplumdaki bu heterojen yapı dikkate alınır. Stuart Hall'ın görüşlerini bu noktada değerlendiren araştırmacılar medya metinlerinin toplumun farklı kesimlerinde yer alan okur veya izleyiciler tarafından nasıl alımlandığını saptamak için harekete geçerler. Özellikle de David Morley'in alımlama analizi, Glasgow Medya Grubu'nun haberin üretim süreci ve Williamson'un reklamın ideolojik analizi biçimindeki çalışmalarını bu bağlamda ele almak gerekir. Morley'in araştırmasından izleyicinin aktifliği konusunun ele alındığı bölümde söz edilmişti. Burada haberin üretim sürecinin analiz edildiği Glasgow Medya Grubu'nun ve reklamın ideolojisi üzerinde çözümleme yapan Williamson'ın çalışmalarından ana hatlarıyla söz etmekle yetinilecektir.

İdeoloji ve söylem çalışmalarına ilginç ve farklı bir katkı da Glasgow Medya Grubundan gelir. Grup diğer söylem çalışmalarından farklı olarak üretim süreci üzerine yoğunlaşır. Oysa söylem konusundaki çalışmaların çoğu ya metin (ürün) üzerinde ya da okur üzerinde durmaktadır. Oysa ürünün bir de üreticisi vardır. Üreticinin ideolojik tavrı, öncelikleri ürünün üretiminde önemli etki yapar. Bu açıdan Glasgow Medya Grubu tarafından gerçekleştirilen araştırmalar ilginçtir. Grup televizyon haberlerine ilişkin çalışmalarıyla tanınır. Glasgow Üniversitesi'nin Medya Çalışmaları Bölümü bünyesinde oluşturulan çalışma grubu tarafından 70'lerin ortalarında başlatılan televizyon haberleri odaklı çalışmalar iletişim yazınında önemli bir yere konulmuştur. Grup bir yandan haberin üretim sürecini incelerken, diğer yandan da haber metni ve izleyici alımlaması çalışmaları yapar. İletişimde odak (focus) grup çalışmaları da ilk kez sistemli biçimde GMG tarafından başlatılmıştır. Daha sonra çalışmalarını yazılı basın haberlerine doğru genişleten GMG iletişimin haber çalışmaları kesitinin temsilciliğini yapmayı sürdürmektedir.

Grup, televizyon yayınları, özellikle de haber programları üzerinde oldukça kapsamlı metin ve imge çözümlemeleri yapmıştır. Bu çalışmalarda Barthes'ın, Hall'ın, bir bakıma Foucault'un, belirgin biçimde de Bakhtin'ın etkileri gözlenmektedir. Barthes'in özellikle de düzanlam, yananlam sınıflandırmasının etkisinin hayli belirgin olduğu anlaşılmaktadır. Glasgow Medya Grubu yaptığı çalışmalarla ortaya koyduğu sonuçlarla belki de iletişim alanında bir geleneği yerinden sarsmıştır. Bu sonuçlardan en önemlisi haberin tarafsız olmadığıdır. Haber söylemi üzerinde, üretim sürecini, sosyal ve kültürel bağlamlarını da dikkate alarak çözümleme yapan grup, tarafsız bir dile ve söyleme sahip olması beklenen haberin toplumdaki egemen yargılar ve değerlerin etkisinde üretildiğini saptar. Dolayısıyla da haberin öncelikle kültürel bir üretim olduğu savını geliştirir. Sosyal olarak üretilen haber, toplumdaki egemen kültürel yargılara ve değerlere karşılık gelmekte, onların dışına çıkamamaktadır. Bu yönüyle de haber sosyal bir üretimdir (Eldridge, 2000:113).

GMG, Hall'ın kodlama-kodaçımlama kuramından da yararlanarak televizyonun haber kod paketini açar ve tarafsız gibi görünen habere içerilmiş kültürel çatıyı keşfeder. Böylece anlaşılır ki haberin tarafsızlığı, Hall'ın da söylediği gibi yalnızca görünürdedir, hatta tümüyle bir yanılsamadır. Gerçekte ise böyle bir şey söz konusu değildir. Bu da aslında haberin, tarafsızlık maskesi altında önemli bir ideolojik araç olduğunu göstermektedir. Glasgow araştırmacıları gerçeğin ve tarafsızlığın ideolojisi olarak adlandırdıkları şeyi bulmak için yapıçözüme yönelirler.

Araştırmacılar BBC'nin ve ITV'nin ana haber programlarını katılımlı gözlem yoluyla, haber odalarında izlerler. Böylece haberin, üretim sürecine ilişkin veriler toplamaya çalışırlar. Çok da ilginç verilere ulaşırlar. Haber odalarında haberin üretim süreçlerine ilişkin araştırma yaptıkları sıralarda endüstri işçilerinin grevi gündemi meşgul etmektedir. Onlar da grev olayının haberlere yansıtılması sürecindeki tavırları yakından inceleme şansı bulurlar. GMG tarafından yapılan göz-

lemlere göre greve ilişkin demeçler genelde patronlardan, ılımlı sivil kişilerden alınır. Görüşlerine ya da bilgilerine başvurulan insanların, çoğunlukla da patronların ve üst düzey iş adamlarının televizyon stüdyosunda konuk edildikleri oysa işçilerle, işçilerden yana tavır koyan sendika temsilcileriyle vs. kesimlerle sokakta kısa röportajlar yapıldığı görülür. Kimlerle, hangi koşullarda röportaj yapıldığı bile haberlerin ne denli taraflı yapıldığının, toplumun farklı kesimlerinin televizyondaki temsil oranları ve biçimlerinin en ince ayrıntısına kadar planlandığını açıkça ortaya koymaktadır.

Grev konusunun televizyon haberlerindeki temsil oranına bakıldığında ise patronların, grev karşıtı insanların, devletin grev karşıtı yetkililerinin diğer kesimlere oranla çok daha geniş bir temsil alanı bulduğu saptanmıştır. Grev yanlılarına yer verilmekle birlikte, bunun oldukça düşük oranda yapıldığı gözlenmiştir. Araştırmacıların gözlemledikleri önemli bir nokta da grevi konu alan tüm haberlerin patronların, greve karşı tavır içerisinde olan resmi otoritelerin veya toplumun grevi küçümseyen kesimlerinin bakış açısıyla verilmesidir. Grev yapanlar ve onların eyleminin haklılığını savunanların ise medyada temsil alanı bulamadıkları saptanmıştır. İşçilere yönelik açık bir eleştirel tavır ortaya konmamıştı belki, ancak örtük biçimde de olsa medyada belirgin ölçüde bir taraflı temsilin söz konusu olduğu gözlenmiştir. Doğrudan olumsuzlama ya da eleştiri olmasa bile greve giden işçilerin dolaylı biçimde olumsuz bir imajla sunulduğu dikkati çekmiştir.

Bu yöndeki saptamalar GMG'yi, televizyon haberlerinin üretim sürecinin yapısal niteliğinin incelenmesinin de haber içeriğinin çözümlenmesi kadar önemli olduğu noktasına götürmüştür. Bu noktada Hall'ın kodlama üzerine yaptığı vurguyu anımsamakta yarar var. Haberin üretim süreci, içeriğine ilişkin çıkarımların biçimlendirilmesinde de etkili olmaktadır. Habere hangi değerler, yargılar, görüşler vb. ağırlıklı olarak kodlanıyorsa, içeriksel yorum ve çıkarımlar, yani kodaçımlama da ona göre yapılmaktadır. Grevin kötü bir şey olduğunu, ülkenin ve toplumun huzurunu bozduğuna ilişkin görüşlere yer veren haber metninin okur tarafından başka türlü yorumlanması, sözgelimi grevin işçilerin en doğal hakkı olduğu, hatta bir insan hakkı olduğu, genel toplum çıkarlarıyla da hiçbir biçimde çelişmediği biçiminde yorumlanması beklenmemelidir. Hall'ın ileri sürdüğü gibi toplumdaki bazı okurlar, entelektüeller, marjinaller vb. metni farklı biçimde okuyabilirler, ancak toplum genelini oluşturanlar genellikle egemen okumaya eğilimlidirler. Dolayısıyla da GMG'nin çıkarımlarından hareketle denebilir ki haber medyası topluma, içerisinde sorunları ve olayları düşüneceği, değerlendireceği bir ortam sunma gücüne sahiptir.

Yukarıda söz edilen araştırmanın dışında GMG toplum gündeminde yer alan pek çok konuyu dikkate alarak haber çalışmaları yapmıştır. AIDS, çocuk suçlular, barış savunucusu kadınlar gibi konuların televizyon haberlerinde ne oranda ve hangi biçimde temsil olanağı bulduğu, haberin üretim süreci çözümlemeleri odaklı olarak incelenmiştir. Bütün bu araştırmalar araştırmacıları her defasında aynı noktaya getirmiştir. Haberin üretim süreci, haberin metni ve yo-

rumlanması arasında girift bir ilişki olduğu, üreticinin okur, okuma edimi ve yorumlama süreçleri üzerindeki etkisinin önemli olduğu saptanmıştır.

GMG'nun ilginç saptamalarından biri de medya haberlerinde genellikle toplumda saygın konumda bulunan kişilerin daha çok temsil alanı bulduğu yönündedir. Politikacıların, doktorların, akademisyenlerin, sanatçıların vb. sıradan vatandaşlara göre medyada daha çok yer bulmaları medyanın kimin hizmetinde olduğunu ve kimlerin görüşlerini yansıttığını göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında toplumdaki marjinal kesimlerin (eşcinseller, radikal feministler vb.), işçilerin, köylülerin, yoksulların haber medyasında hemen hemen hiç temsil edilmedikleri ya da çok düşük bir temsil oranıyla yer bulabildikleri görülmektedir. Bu da medyanın, egemen kesimin ve egemen değerlerin temsilciliğini, hatta sözcülüğünü yaptığı gerçeğini ortaya koymaktadır.

GMG'nun haber konusunda belki de ortaya koyduğu en önemli sonuç haberin izleyicide belli bir dünya algısı yaratmak amacını taşıdığıdır. Buna göre medya bize dünya hakkında bilgi aktarmak yerine nasıl bir dünya algısı oluşturmamız gerektiği hakkında bizi yönlendirmektedir. Bu durumda haber de bize olup bitenler hakkında bilgi vermek değil, içerisinde yaşadığımız dünyaya ilişkin ne düşüneceğimiz hakkında bilgi vermektedir. GMG'nin önemli çalışmaları arasında *Bad News (Kötü Haber)* (1976), *More Bad News (Çok Daha Kötü Haber)* (1980), *Really Bad News (Gerçekten Kötü Haber)* (1982), gibi üç önemli kitap yer alır (Eldridge, 2000).

GMG'nin çalışmalarında eksik kalan ise izleyici araştırmalarıdır. Gerçi odak gruplar üzerinde alımlama çalışmaları yaptıklarını biliyoruz, ancak bunlar hiçbir zaman derinlikli ve ayrıntılı izleyici araştırmaları biçiminde gerçekleşmemiştir. Aynı şekilde farklı izleyici kesimlerinin okuma veya kodaçımlama süreçleri üzerinde karşılaştırmalı çalışmalara da rastlanmamaktadır. Yalnızca üretim süreci incelenerek, bir haber metninin okur tarafından nasıl yorumlanacağına ilişkin saptamalarda bulunmak yanıltıcı sonuçlara da götürebilir. Ancak diğer yandan da metni üreticisinden ve üretim sürecinden bağımsız ele alan yapısalcı ve postyapısalcı çözümlemelere göre GMG'nun çalışmalarının güvenilirlik ve geçerlilik açısından çok daha tatmin edici olduğu da bir gerçek. Diğer yandan GMG araştırmacıları üretim süreçleri üzerindeki incelemelerini büyük ölçüde gazete bürolarında yaptıkları gözlemlerle sınırlı tutmuşlardır. Oysa üretim sürecinde rol alan medya profesyonelleri toplumsal bağlamlarıyla, bilişsel ve psikolojik boyutlarıyla incelenmeksizin, üretim yapılarına ilişkin çözümlemelerin eksik ve sığ kalma olasılıklarını hiçbir zaman göz ardı etmemek gerekir. Medya patronlarının ve profesyonellerinin içerisinde yer aldıkları güç ve çıkar ilişkileri, medyanın mülkiyet ve sahiplik yapısı, sermaye içerisindeki yeri sorgulanmadan yapılacak çözümlemelerin sığ kalma ve yanıltıcı saptamalara götürme olasılığı her zaman söz konusu olabilir. GMG tarafından yapılan çalışmalar önemli olmakla birlikte, bu tür sorun ve eksiklikler taşıdıkları da akıldan çıkarılmamalıdır.

"Reklamlar bize kendimizi satar" der Williamson. Althusser'in izleyicilerinden ve yapısalcı Marksizmin savunucularından Judith Williamson reklam metinleri üzerinde yaptığı ayrıntılı ideolojik çözümlemelerle reklamların, insanları nasıl kendi kendilerinin tüketim nesnesi haline getirdiğine ilişkin saptamalarda bulunur. Williamson reklamlar aracılığıyla insanların, kendilerini birtakım ürünlerle nasıl özdeşleştirdiklerini anlamaya yönelir. Williamson, bireylerin ideolojiyi içselleştirmiş oldukları biçimindeki görüşlerinden dolayı Althusser'e yakın durur. Willamson'a göre reklam endüstrisi de oldukça güçlü ve etkili bir ideolojik aygıttır. Bu aygıt Althusser'in DİA'ları içerisinde doğrudan yer almaz belki, ancak dolaylı olarak da olsa devletin ideolojisini, yani egemen ideolojiyi üretir ve yayar.

Williamson, reklam metinleri üzerinde yaptığı çözümlemede reklamların insanlara, şeylere ulaşmakta ve lükse kavuşmakta eşit oldukları iletisini verir. Bu da reklamların aslında büyük bir kandırmaca olduğunun kanıtıdır. Çünkü insanların eşit satın alma koşullarına sahip olduğunu söylemek ancak çağdaş bir yalan olarak değerlendirilebilir. Willlamson bu gerçekten hareketle insanların gerçekte eşit satın alma ve sahiplenme koşullarına sahip olmadıklarını, ancak reklamın gösteri dünyasında hiç değilse böyle bir eşitliği yakalama olanağı bulduklarını ileri sürer. Herkes Nike marka spor ayakkabı giyemeyebilir, ama reklamın gösteri dünyasında herkes onu eşit görme şansına sahiptir. Gerçek dünyada değil, ama sanal gösterim dünyasında herkes eşittir. İronik bir tavırla reklamın eşitleştirici yanına vurgu yapan Williamson ortaya koyduğu görüşlerle aslında bir bakıma reklamın, sanal dünyada insanlarda birtakım gereksinimler yarattığı ve sonra da bunları yine sanal gösterim ortamındaki sunumlarla doyuma ulaştırdığına dikkat çekmektedir. Williamson'un reklam örneğinden hareketle oluşan görüşleri Baudrillard'ın hipergerçeklik ve simülasyon kavramlarını akla getirmektedir.

Williamson, insanların, harcama ve tüketim alışkanlıklarını ne ölçüde reklamların etkisiyle organize ettikleri konusunda herhangi bir araştırma yapmaz. Bu tür araştırmaların daha çok davranışçı okula ait olduğunu anımsayalım. Bu tür çalışmalarla, reklamın nasıl yapılandırıldığı hakkında yeterli bilgi elde edilemez. Wiillamson da reklam çözümlemelerini daha çok yapısalcı gelenek içinden gerçekleştirir. Williamson reklamlar üzerinde göstergebilimsel bir çözümleme yapar. Reklamın dili, kullanılan görsel işaretler, sözdizimi, kullanılan sözcükler vb. üzerinde çözümleme yapılır. Ki bu, bir bakıma reklamın söylem çözümlemesi olarak kabul edilebilir. Bu yolla reklamın ideolojik yapısı çözümlenir. Bu da reklamların, insanların yaşamını etkileyecek güçte bir ideolojik içerikle yüklü oldukları gerçeğini ortaya koyar (Laughey, 2007:67).

Reklamlarda ideolojiye nasıl işaret edilir? Örneğin, bir buzdolabı reklamında ideoloji nerededir? Wiillamson'a göre reklam, yalnızca alıcı üzerinde ideolojik etki yaratmaz, aynı zamanda gönderen üzerinde de bir ideolojik etkinin yaratılması eğilimi vardır. Bir reklamdaki açık anlamın göndericisi kendi başına bir rol üstlenmiş demektir. Reklam metninin mekansal sunumu da örtük ya da dolaylı

biçimde bir ideoloji aktarımıdır. Reklam metninde yaratılmak istenilen her imajın altında bir gizli anlam vardır. Bu gizli anlamların açığa çıkarılabilmesi için göstergebilimsel çözümleme tekniklerine başvurulması gerekmektedir.

Williamson'a göre reklamda gönderenlerin birtakım imgelerle donatılarak gönderilene sunumu söz konusudur. Örneğin, parfüm reklamında herhangi bir söz söylenmeden, bir sözlü sunum yapılmaksızın imge aktarımı yapılabilmektedir. Reklam karakterleri el kol, yüz göz hareketleriyle, birbirlerine ayartıcı bakışmalarla reklamın konusu olan falanca marka parfümün insanları nasıl baştan çıkarıcı kokuya sahip olduğunu anlatırlar. Dolayısıyla reklamı yapılan parfüm yalnızca parfüm olmakla kalmaz, aynı zamanda birtakım yan anlamlarla, çağrışımsal anlamlarla, mitsel anlamlarla bir imaj veya bir ideoloji haline getirilir.

Özet

Bu bölümde iletişim ve ideoloji konusu üzerinde anahatlarıyla duruldu. Bir başka deyişle burada ideolojiye ilişkin, iletişim bilimini ilgilendiren yönleriyle çok genel bir özetleme yapıldı aslında. Ayrıntılı incelemeye kalkıldığında ideoloji konusunda ciltler dolusu yazmak gerekir. Oysa iletişim kuramlarına genel bir bakış niteliğinde hazırlanan bu kitapta konular ancak kavramsal düzeyde ele alınabilmektedir. Dolayısıyla burada ideolojiyi de ancak iletişim bilimcileri çok doğrudan ilgilendirmeleri nedeniyle Gramsci, Althusser ve Hall'ın görüşleri etrafında toparlamaya gayret ettik. Birbirinin ardılı olan bu üç düşünürden Gramsci ideoloji olgusunu geliştirdiği hegemonya kuramı çerçevesinde değerlendirmekte. Gramsci'nin görüşlerinden beslenen Althusser ideoloji ve devlet ilişkisini ele alırken medyaya özel bir yer vermekte. Diğer ideolojik aygıtların yanında medyanın da devletin önemli bir ideolojik aygıtı olduğunu savunmaktadır. Gramsci ve Althusser'den de büyük ölçüde beslenen Hall çalışmalarının merkezine kültürü ve kültürel üretimi koyarak ideolojiyi kültür ekseninde tartışmayı tercih eder. Hall'ın çalışmaları özellikle de medya metinleri üzerine yoğunlaşan iletişim bilimciler için gerek kuramsal gerekse yöntembilimsel açıdan önemli bir açılım getirir. İletişim alanında özellikle de 1970'lerden bu yana ortaya konulan çalışmalarda bu üç düşünürün etkisinin oldukça önemli olduğu gözlenmektedir. Özellikle de iletişimi ideolojiyle ilişkilendiren çalışmaların Gramsci, Althusser ve Hall'ın etrafında biçimlendirildiği de söylenebilir. Modernizm süreci içerisinde biçimlenen kurum, politika ve ideolojilerin postmodernizm kıskacında bulunan günümüz dünyasında entelektüel ve akademik kesimlerin ilgi odağına taşınmasına koşut olarak ideoloji konusu da iletişim bilimcilerin öncelikli ilgi alanı haline gelmiş bulunuyor. Dolayısıyla bundan sonraki iletişim çalışmalarının önemli bir kesitinde de ideoloji konusunun yer alacağı kestiriminde bulunmak hiç de zor değil.

Bölüm XIX

İletişim ve Kültür

Giriş

İletişim araştırmalarının önemli bir boyutunu kültür konusu oluşturmaktadır. Sanayileşme ve modernleşmeyle birlikte sosyal bilimlerin tartışma konularından biri durumuna gelen kültür kitle iletişim araçlarının etkinlik alanının genişlemesine koşut olarak iletişimcilerin de gözdesi oldu. Bir yandan Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi tartışmaları, diğer yandan İngiliz Kültürel Çalışmaları etrafında gelişen kültürelci yaklaşımlar iletişim bilimciler için oldukça geniş bir hareket alanı oluşturdu. 1964 yılında İngiltere'de Birmingham Üniversitesi bünyesinde kurulan Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin ardından ilgilerin kültür konusuna yöneldiği gözlenmektedir; öyle ki dünyanın pek çok ülkesindeki üniversitelerin iletişim, sosyoloji veya dilbilim bölümlerinde kültürel çalışmalar veya popüler kültür için araştırma merkezleri ya da bölümler açıldığı dikkati çekmektedir. Kitle iletişim araçlarının etkinlik alanı genişledikçe, kültürün, özellikle de popüler kültürün çekiciliği artmış, kültürel çalışmalar ve popüler kültür alanları giderek sosyal bilimlerin pek çok alanına sızarak derinden nüfuz etmeye başlamıştır.

1970'lerin başlarından bu yana entelektüel dünyada ve bilim çevrelerinde kültür çok daha yoğun konuşulmaktadır. Kimileri kültürü küreselleşme süreciyle ilişkilendirerek yeni dünya düzeni bağlamında ele almakta, kimileri ise yeni bir sömürgecilik anlayışının geliştiği dünyada kültürü de tıpkı ekonomi gibi bu yeni sömürgeciliğin önemli ve bir o kadar da tehlikeli bir aracı olarak görmektedirler. Dolayısıyla da 1970'li ve 80'li yıllarda, özellikle sol entelektüeller arasındaki tartışmalarda kültür daha çok bu yönüyle ele alınmaktadır. Kültürel çalışmalar içeri-

sinde gelişen düşünceye göre ise dünyayı anlamanın ve anlamlandırmanın yolu kültürden geçmektedir. Bu bölümde de bütün bu görüşler genel hatlarıyla ele alınacaktır. Ama bunlardan önce genel olarak kültürün ne olduğu üzerinde kısaca duralım.

Kültür

Kültür, önceleri hayvan ve bitkilerin yetiştirilmesi, onlardan ürün elde edilmesi anlamında kullanılmaktaydı. Daha sonra ise insan yeteneklerinin gelişmesi anlamında kullanılmaya başlandı. Zamanla kültür, toplu halde yaşayan insanların günlük yaşam pratikleri içerisinde yarattıkları veya ürettikleri değerleri, gelenekleri, görenekleri, tavır ve davranışları anlatan bir kavram olarak gelişti.

Zaman zaman kültür kavramının, uygarlık kavramıyla aynı anlamda kullanıldığı da olmuştur. Ancak uygarlığın yapay olduğu, insanın ruh ve duygu dünyasının dışında kaldığı, teknik ve yöntemi kapsadığı vb. görüşlerle kültür kavramından ayrıştırıldığı görülmektedir. Diğer yandan kültürün ruh ve duygu dünyasını kapsadığı, dolayısıyla uygarlığa göre çok daha bireysel olduğu görüşü ağırlık kazanmaya başlar. Bunun da giderek kültürün sanat, edebiyat ve yüksek düşünsel kapasite ile sınırlandırılması doğrultusunda bir görüşün belirmesine zemin hazırladığı gözlenmektedir. Modernleşme süreciyle birlikte kültüre ilişkin görüşlerde belirgin bir kutuplaşma ortaya çıktı. Bu, kültürü sanat, edebiyat ve düşünsel yetilerle sınırlı tutan yaklaşım ile kültürü toplumdaki bütün insanlarla, onların yapıp ettikleri her işle, her tür üretimle özdeşleştiren yaklaşım arasındaki kutuplaşmadır. Burada sanat ve edebiyatın da daha çok toplumun yüksek kesimlerinin, özellikle de aristokratların uğraş alanıyla sınırlı tutulması doğal olarak kültürün de yüksek sınıfa özgü bir alan olarak görülmesi durumunu getirdi. Modernleşme süreciyle birlikte toplumda gücün biçim ve el değiştirmesine koşut olarak alt üst olan toplumsal sınırlar, kentleşmeyle birlikte başlayan kitleselleşme, sanayileşmeyle birlikte sanat ve edebiyat alanında başlayan kitlesel üretim ve yeniden üretim vb. gelişmeler kültürü aristokrasiyle özdeş gören kültür kuramcılarının isyanına yol açtı. Aristokrasinin içinden, onun zihniyetiyle, bilinç yapısıyla yetişmiş seçkinci entelektüeller Aristokrak kesimin yitip giden gücüne bağlı olarak kültürün de hızla ölüme doğru gittiğini, insanlığın bayağılıkla, kabalıkla, dahası kültürsüzleşme tehlikesiyle karşı karşıya olduğunu haykırmaya başlarlar. T.S. Eliot, Mathew Arnold, F.R. Leavis gibi düşünürler bu yöndeki tepkilerin öncülüğünü yapan kültür kuramcıları olarak bilinmektedir.

Öte yandan kültürü çok daha geniş bir çerçevede ele alan görüşler de yine modernleşme süreciyle birlikte belirir. Bir yandan modern toplumun yeni egemen sınıfı burjuvazi, aristokrasiden kalan kültürel kalıtı kendi algı ve ilgi çerçevesine göre yeniden biçimlendirerek kentsoylu kültürün gelişmesini sağlar. Diğer yandan sanayileşme ve onunla birlikte başlayan kentleşme süreciyle birlikte yerel geleneksel yaşamlarından koparak kent meydanlarını dolduran kalabalıkların da

kentte yeni bir yaşam biçimi oluşturmaları söz konusu olur. Çoğunlukla fabrika işçisi, küçük memur, küçük esnaf olarak çalışan, toplumun dar gelirli geniş kesimlerini oluşturan bu yeni kentli kesim yeni yaşamlarına uygun yeni pratikler geliştirerek, yeni bir kültürel ortam oluştururlar. Kültürü sanat ve edebiyatla sınırlı tutan seçkinci tutucu anlayışa göre kır kökenli bu yeni kentli kesimin kültürle bir ilişkisi yoktur. Ancak kültüre ilişkin görüşlerini, kültürü iş yapış biçimi olarak tanımlayan Marksist yaklaşım içerisinde biçimlendiren entelektüeller toplumdaki asıl üretici kesimlerin işçiler olduğunu, dolayısıyla işçi kültürünün asla görmezden gelinemeyeceğini savunurlar. Marksist düşünsel gelenek içerisinde biçimlenen kültüre ilişkin bu yaklaşımın zamanla eleştirel sol düşünüşün önemli ilgi alanlarından biri haline geldiği gözlenmektedir.

O halde kültürün ne olduğu, nasıl tanımlanması gerektiği üzerinde bir uzlaşma sağlanamadığı, her düşünsel geleneğin kültürü kendi durduğu yerden tanımlamaya yöneldiği söylenebilir. Diğer yandan her kültür kuramcısının da kültürü, içerisinde doğup yetiştiği toplumsal kesim, düşünsel gelenek açısından ele aldığı görülmektedir. Kitle kültürü, popüler kültür, aşağı kültür, yüksek kültür gibi kültürün farklı biçimlerine karşılık gelen kavramların da söz konusu farklı bakış açılarının etkisinde geliştirildiği söylenebilir.

Kitle Kültürü

Bilindiği gibi Batıda XVI. Yüzyılda feodal yapıda çözülme süreci başlar. XIX. Yüzyılda ise topyekün değişim ve dönüşüm sürecine girilir. Sanayileşmenin hız kazanmasına koşut olarak toplumsal, siyasal, ekonomik ve de kültürel alanlarda da köklü bir çözülme ve yeniden yapılanma süreci başlamıştır. Değişim ve dönüşüm en mikro düzeyden en makro düzeye yaşamın her alanını etkiler. Yalnızca kamusal yaşam değil, özel yaşam da yeni baştan örgütlenir. Bu durum karşısında herkes şaşkınlık içerisindedir. Özellikle de bilim çevreleri ve entelektüeller, dünyanın içerisine girdiği bu kapsamlı ve hızlı değişim sürecini anlamak için büyük çaba içerisine girerler. Bazıları olumlu bir tavırla sürecin getirileri veya kazançları üzerine yoğunlaşırken, diğer bazıları yitip gidenlerin ardından ağıt yakmayı tercih ederler. Özellikle de toplumun üst kesimlerinden ve de tutucu bir bakış açısıyla süreci değerlendirenler insanlığın büyük bir kaosa sürüklendiğini, iyiliğin ve iyilerin yenilgiye uğraması karşısında kötülüğün ve kötülerin zafer kazandığını, kültür ve sanatın değersizleştiği, onun yerine cahil kitlelerin kaba saba değerlerinin egemen olmaya başladığını, barbarlığın ve anarşizmin dünyayı kuşattığını vb. görüşlerle modernleşme karşıtı bir tavır takınırlar.

Diğer yandan daha sol ve değişim yanlısı bir bakış açısıyla süreci değerlendirenler de toplumun ezilen kesimlerinin konumunda özde bir değişiklik olmamasından dolayı eleştirel bir tavır ortaya koyarlar. Marksist gelenek içerisinde biçimlenen görüştekilere göre feodal yapıdan modern yapıya geçişle birlikte güç,

biçim değiştirmiş, ama aslında tam olarak da el değiştirmemiştir. Eskinin toprak merkezli güç sahipleri (feodal güçler) şimdinin kapital merkezli gücü (sermaye) olarak yine toplumun egemen kesimini oluşturmaktadırlar. Sanayileşmeyle birlikte iş bulmak, sanayi merkezlerinde çalışmak için kırsal yaşamdan kopup kitleler halinde kentlere akın eden insanlar ya çok düşük ücretlerle ve bir o kadar da olumsuz koşullarda çalışmak zorunda kalmış, ya da işsiz, aç, barınaksız, korunaksız durumda kent sokaklarında dolaşmaya başlamışlardır. Dolayısıyla da modern dönemlerde de efendi yine efendi, köle yine köle.

Gerek seçkinci ve tutucu açıdan bakanlar gerekse de görüşlerini eleştirel sol çizgide biçimlendirenler arasında görünüşte bir benzerlik olsa da aslında önemli de bir farklılık vardır. Tutucu seçkinciler için değişim insanlığın felaketi olmuştur. Değişimci eleştirellere göre ise kitlelerin eğitilmesi, bilinçlendirilmesi, güç birliği yapmaları halinde gelecekte toplumda güç ve egemenlik konumları değişebilir.

Ancak XIX. Yüzyılın ortalarından XX. Yüzyılın ortalarına kadar gelen süreçte gerek seçkinci tutucuların, gerekse eleştirel solcuların bu değişim ve dönüşüm sürecindeki toplumsal yapılanmayı **kitle toplumu** kavramıyla ifade ettikleri görülmektedir. Her iki kesim de toplumun kitleselleştiği, insanların bireysel farklılıklarını yitirerek atomize birimler durumuna geldikleri, tektipleştikleri, bunun da homojen toplumsal yapıların doğmasına yol açtığı noktasında uzlaşıyorlardı. Toplumun kitlesel niteliğe bürünmekte olduğu yönündeki görüş dönemin çoğu düşünüründen de destek alıyordu. Diğer yandan o dönemde davranış bilimlerinin egemen düşünüş biçimi olan ve kitlelerin edilginliği, her tür etkiye açıklıkları konusunda ısrar eden etki tepki kuramı da sosyal bilimcilerin çalışmaları üzerinde etkili olur. Ayrıca XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren yazılan romanlarda vb. yazınsal yapıtlarda da aynı temaların işlendiği dikkati çekmektedir.

Her toplumsal ortamın kendine özgü bir kültürü vardır. XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren beliren kitle toplumunun kültürü ise **kitle kültürü** kavramıyla tanımlanır. Kavram bir yandan seçkinci tutucu kesimlerce, diğer yandan da eleştirel sol çevrelerce benimsenir ve yeni dönemde eleştirel bakışın simgesi durumuna gelir. XX. Yüzyılın ilk yarısından itibaren eleştirel sol düşünüşün önemli bir temsilcisi durumuna gelen Frankfurt Okulu'nun da kültüre ilişkin görüşlerini bu kavram etrafında geliştirdiği gözlenmektedir.

Seçkinci Kültürelciler ve Kitle Kültürüne Saldırılar

Modern öncesi dönemlerde birbirinden tümüyle farklı iki kültür biçimi vardı. Bir yanda yönetici azınlıkların, yani aristakrosinin kültürü, ki buna yüksek kültür adı verilmektedir, diğer tarafta ise sıradan halkın kültürü vardı, ki buna da halk (folk) kültürü adı verilir. Seçkin azınlıkların kültürü genelde ısmarlama bir kültürdü. Birtakım kültür profesyonelleri (müzisyenler, ressamlar, heykeltıraşlar, mimarlar, el zenaatlarıyla uğraşanlar vb) yüzyıllar boyu yönetici seçkinlerin hi-

mayesinde onlar için profesyonel düzeyde kültürel ve sanatsal üretim yaptılar. Halk ise kendi kültürünü kendi yaşam pratikleri içerisinde kendisi üretegeldi.

Modernleşmenin toplumda yarattığı değişim süreci kültürel yaşamda da belirgin biçimde yansıma yapmış, toplumdaki yönetsel gücünü yitiren aristokrat sınıf kültürel açıdan da bir kayboluşa doğru gitmeye başlamıştı. Seçkinci kesim içerisinde yer alan ve tutucu tavra sahip düşünürler bu durum karşısında tepkisel ve oldukça da hüzünlüdürler. Tutucu seçkinci görüşün belki de en katı temsilcilerinden biri Mathew Arnold'dur. Endüstrileşmeyle birlikte kentleri dolduran kitleleri acımasızca eleştiren, hatta aşağılayan bir tavır sergileyen Arnold'un bu yöndeki kaygılarının kışkırtıcı bir etki yaptığı söylenebilir. Kitleleri işe yaramaz, cahil, barbar anarşistler olarak nitelerken, onlar yüzünden seçkin, kibar, soylu ve iyi insanların kentlerde yaşayamaz duruma geldikleri yakınısında bulunur. Arnold kent sokaklarını dolduran bu kesimleri toplumun huzur ve düzenini bozan anarşistler olarak niteler (Storey, 1997:22).

Kültürü seçkinci bir bakışla ele alan ve toplumun üst sınıfıyla özdeşleştirenler de aslında Arnold'la aynı duruşu paylaşırlar. T.S. Eliot, F.R. Leavis, Ortega y Gasset, Jacques Ellul gibi kültür kuramcıları da benzer bir düşünüş biçimi ortaya koyarlar (Gans,2004:78). Kültürü sanat ve edebiyat olarak tanımlayan, dolayısıyla da üst sınıfla özdeşleştiren Eliot modern toplumun kitle iletişim araçlarıyla aracılanan kültüre ilk sert tepkiyi koyanlardandır. Eliot gerçek kültürün yüksek sınıfla yani aristokrasiyle ilişkili olduğunu savunur. Çünkü sanat, edebiyat gibi ince işlerle ancak soylular ilgilenebilir. Dolayısıyla kültürel üretim de onların işidir. Kültür yaratıcı düşünce ve yüksek estetik beğeni gerektiren bir iştir. Bu da yalnızca soylularda olduğuna göre kültürel üretim yapmayı da ancak onlar becerebilirler. Yüzyıllardan beridir de yarattıkları köklü bir kültürel birikim var. Oysa Eliot'a göre şimdi paranın gücüne dayanarak alttan gelenler bu geleneksel kültürü boğmakta, kendi beğenilerine, yaşam biçimlerine uyarlamaya çalışırken de yok etmektedirler. F. R. Leavis de bu noktada Eliot'a katılır. Bunun önlenmesi için ise bu kitlelere kültürün, yaşam biçiminin öğretilmesi gerekmektedir. Okuma yazma da bu anlamda önemli bir aracıdır Leavis'e göre (Easthope and McGowan, 1992:209).

Durum karşısında karamsar tavır sergileyen düşünürlerden biri de Friedrich Wilhelm Nietzsche'dir. O da aşağıdan gelen tehlikeye, barbarlığa dikkat çeker. Nietzsche'ye göre asıl sorun alttan gelen bu zavallı barbar kitlelerin doymak bilmez talepleridir. Ona göre vasat, kaliteyi hızla yok ediyor. John Stuart Mill ise bu bayağı kitlelerin istilacı ve yok edici eğilimlerinden korunmayı ancak yönetimlerin, yani siyasal iktidarların sağlayabileceği noktasında Nietzsche'nin çözümsüzlüğüne kendince çözüm getirmeye çalışır. Hükümetler de yapacakları iyi bir örgütlenmeyle kitlelerin eğitimini bilge kişilere bırakmalıdırlar. Kitlelerin azınlıklar tarafından eğitilmelerinin zorunlu olduğunu ısrarla savunan Mill'i diğer karamsarlardan ayıran önemli bir nokta onun aynı zamanda bir modernleşme düşünürü olması ve eleştiri oklarını burjuva kesimine değil, işçi sınıfına yöneltmiş olmasıdır. Mill cahil, eğitimsiz işçi kitlelerini aristokrasiye değil de burjuva sınıfına

karşı bir tehdit olarak görür. Bunun çözümü ise Mill'e göre bilge azınlıkların cahil kitleleri eğitmesi zorunluluğudur (Edgar and Sedgwick, 2002:160). Bu görüşüyle Mill aslında aristokrasiden arta kalan enteleküellerin veya bilge kişilerin bir bakıma yeni egemen sınıfın, yani burjuvazinin hizmetine girmeleri için de bir formül geliştirmiş olur. Çünkü ona göre toplumun alt kesimlerinden gelen cahil kitlelerin eğitilmesi ve yeni kent ortamına uyumlandırılmaları her şeyden önce yeni egemen sınıfın işine yarayacaktır.

Gerek Eliot'un gerekse Nietzsche'nin eleştirel tezlerinin hedefinde kapitalizm vardır aslında. Kapitalizmin durmak ve doymak bilmez hırsı tüm değerleri, ahlakı, gelenekleri silip süpürmekte. İnsanlar yabancılaşmakta. Leavis'e göre eskiden gerek köyler gerekse kentlerde yaşayan insan topluluklarının kendilerine özgü yaşam biçimleri, kültürleri vardı. Bu kültürler birbirlerinin yaşam alanlarına girmedikleri için de birbirleri için herhangi bir tehlike oluşturmuyorlardı. Oysa kapitalizmin endüstriyel ortamında kültür hızla standartlaşmaya doğru gidiyor, bireyler birbirlerine benzemeye, yaşam biçimleri aynılaşmaya başlıyor. Leavis'e göre kitle iletişim araçları insanların duygusal ve ruhsal deneyimlerini zayıflatmakta, insanı kendi özüne yabancılaştırmaktadır. Bunun çözümü ise halkın edebiyata, okuma yazmaya yönlendirilmesidir (Edgar and Sedgwick, 2007:129).

Frankfurt Okulu ve Kültür

Endüstrileşme ve onunla birlikte gelişen kentleşme süreciyle birlikte gündelik yaşamın örgütlenmesi de değişmiştir. Geleneksel toplumun kırsal temele dayanan yaşam biçiminde insanlar kendi gündelik yaşamlarını büyük ölçüde kendileri planlamaktaydı. Bu planlama da genelde coğrafya, doğa ve iklim koşullarına göre yapılırdı. Oysa kente gelerek endüstri ortamında çalışmaya başlayan insanın kendi yaşamını kendisinin planlaması olanaksızlaşır. Kentte yaşam, çalışma saatleriyle ilişkili olarak bireyin kendisi dışındaki yetkelerce belli kurallara bağlanır. Bireyin yapması gereken ise bu koşullara uymaktır. Kent insanının yalnızca iş yaşamı değil, iş dışı yaşamı da kendisi dışındaki güçler tarafından örgütlenir. İş başında geçen mesaisi bittikten sonra iş dışı serbest zamanını nasıl kullanacağı, nerelerde, kimlerle zaman geçireceği de belli seçeneklerle bireye sunulur. Birahane, futbol, kıraathane, sinema, alışveriş merkezleri vb. Dolayısıyla da endüstri merkezli modern kent toplumunda kültürel üretimin de sektörleştiği gözlenmektedir. Birileri de kültürel üretim alanında uzmanlaşarak kentleri dolduran, kendi kültür ve eğlencelerini üretmeye zamanları ve de maddi olanakları olmayan meşgul, kaygılı ve telaşlı insan yığınları için kültürel üretim yapma işini üstlenirler. Böylece bir zamanlar kendi kültürlerini yerel ve geleneksel toplumsal ortamlarında kendi yaşam pratikleri içerisinde spontan olarak üreten insanlar yeni yaşamlarında kültürü (eğlence, yeme içme, giyinme, sanat vb.) üretmek yerine satın almaya başlarlar. Böylece kente göçen köylülerin "her şeyi hazır alıyoruz"u içerisine kültür de girer. Kültürü de hazır

almaya başlarlar. Kültür üreticileri ise tekniğin de olanaklarını kullanarak seri halde kültür üretimi yaparak kitlelere satarlar. Böylece endüstri kendi içerisinde kültürel üretim yapan bir sektör de oluşturmuş olur.

Burada dikkati çeken ilginç bir nokta ise şudur. Modern öncesi dönemlerde halk (köylüler, köleler, kasabalılar vb.) kendi kültürünü kendi yaşam pratikleri içerisinde kendisi üretirdi. Oysa toplumun üst sınıfı (soylular, yöneticiler vb.) kültürel ve sanatsal üretimi profesyonellere yaptırırlardı, başka bir deyişle sipariş ederlerdi. Modernleşme ve endüstrileşmeyle birlikte bu durum değişti. Bu kez de yeni dönemin para merkezli egemen kesimi (burjuvazi) kendisine uygun bir kültürel ve sanatsal üretim ortamı oluşturdu. Her şeyden önce bu yeni zengin sınıf için kültür ve sanatın öncelikle işlevi gösteriş olmalıydı. Bu nedenle de kültürel ve sanatsal etkinlikler olabildiğince ortak kamusal mekanlarda gerçekleştirilmeliydi. Böylece yeni kentsoylu sınıfa, başka bir deyişle kentin yeni egemen sınıfına yönelik de kültürel bir sektörün oluştuğu görülmektedir. Sanat galerileri, konser salonları, tiyatro binaları, dev alışveriş merkezleri, lüks kozmetik ürünler, moda evleri, pahalı barlar, publar, lokaller, restoranlar vb. ile burjuvaziye yönelik dev bir kültür sektörü gelişmeye başlar.

O halde kültür endüstrisi yalnızca toplumun eğitim düzeyi düşük, sıradan kesimleriyle sınırlandırılamaz. Her düzeydeki kültürel ve sanatsal üretim için uygun endüstriyel ortamların oluşturulduğu dikkati çeker. Ancak geniş kitlelere yönelik kültür ve sanatın daha düşük standartlı, daha tekdüze özelliklere sahip olduğu, daha düşük paralara mal olduğu, buna karşılık seri üretimden dolayı daha fazla kazanç getirdiği tahmin edilebilir.

Kültürel üretimin endüstriyel alana taşınması karşısında en keskin eleştirel tavrı Frankfurt Okulu düşünürleri ortaya koyar. Kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada kültürün de kitleselleştiği üzerinde önemle dururlar. Özellikle de Theodor Adorno ve Max Horkheimer'ın görüşlerinin büyük oranda kültür, kitle kültürü ve kültür endüstrisi kavramları etrafında biçimlendiği dikkati çeker. Adorno'nun *Kültür Endüstrisi* kitabında yer verilen şu sözleri Frankfurt Okulu düşünürlerinin kapitalizmle ve endüstrileşmeyle belirlenen bir dünyada kültürün nereye doğru gittiğine ilişkin görüşlerini anlamak açısından önemlidir:

> "Günümüzde kültür her şeye benzerlik bulaştırır. Filmler, radyo ve dergiler bir sistem meydana getirmiş bulumakta. Bu alanların her biri kendi içinde hep birlikte söz birliği içindeymiş gibi. Siyasi ifadelerin estetik karşılıkları bile bu katı ritme hevesle uymakta ittifak halindedirler"

Bu sözlerden de anlaşıldığı gibi Frankfurt Okulu düşünürleri, özellikle Adorno kültürün tektipleştirici etkisi üzerinde önemle durmaktadır. Diğer yandan Adorno endüstriyel ortamda üretilen ve kitlelerin tüketimine sunulan kitle kültürünün manipüle edici yanından da söz eder. Bu manipülasyon ise var olan sisteme ve topluma ilişkin yeni değerlerin toplumda yerleşiklik kazanması ama-

cına dönük yapılmaktadır. Bu yanıyla endüstriyel ortamda üretilen ve kitlelere sunulan kitle kültürü politikacıların ilgisinden de asla uzak değildir. Politikacılar için kitle kültürü ve kültür endüstrisi ortamı çok önemli bir popülizm aracıdır. Siyasilerin önemli konularda ve seçim dönemlerinde toplumdaki en popüler sanatçıları yanlarına çekmeye çalışmalarında olduğu gibi.

Kültür endüstrisi ve kitle kültürü bağlamında altı çizilen bir nokta da kitle kültürünün, insanların çalışma dışı zamanlarını işgal ettiği yönündedir. İşçilerin ücretlerinin ve serbest zamanlarının artmasına koşut olarak endüstri onları bu kez de kültür ve eğlence ortamlarında yakalamakta ve etkilemektedir. Böylece işçi artan ücretini ve artan serbest zamanını yine kapitalizmin istek ve amaçları doğrultusunda kullanmaktadır (Adorno, 2007:52).

Endüstriyel ortamda üretilen kültür insanın gerçek ve kurmaca dünyalarının birbirine karışması açısından da işlev görmektedir.

> "Bütün dünya kültür endüstrisi süzgecinden geçirilir. Film, gündelik algı dünyasının aynasını yaratmayı amaçladığı için dışarıdaki sokakları az önce izlediği filmin devamı olarak algılayan sinema izleyicisinin bu bildik deneyimi yapımcıların esas aldıkları bir kural haline gelmiştir. Yapım teknikleri, ampirik nesneleri ne kadar yoğun ve boşluk bırakmayacak biçimde kopyalayabiliyorsa, dışarıdaki dünyanın beyaz perdede gösterilenin kesintisiz bir devamı olduğu yanılsamasını yaratmak da o kadar kolay olur"(Adorno,2007:65).

Kitleler için başkaları tarafından üretilen kültürün insanların yaşam biçimleriyle tam olarak örtüşmesi olanaklı değildir. Her ne kadar endüstriyel ortamda üretilen kültürün hammadesi toplumdan alınsa da endüstri tarafından işlenerek topluma verilmekte, dolayısıyla da onların yaşam biçimleriyle hiçbir zaman tam olarak örtüşmemektedir. Bu, halk türkülerinden, geleneksel Türk müziğinden, pop müzikten, hatta Arap ve Bizans müziğinden alınan ögelerin arabesk müziğe dönüştürülmesi gibi bir şeydir. Sonuçta ortaya çıkan şey gerçekte hiç kimseyi temsil etmez, ama herkese seslenir. Toplumdaki hiçbir kesim kendisini arabesk müzikle özdeşleştirmez, ama toplumun hemen her kesiminden de dinleyici bulan bir müziktir. Aynı durum televizyon dizileri için de geçerlidir. Toplumun özellikle de okumuş yazmış entelektüel kesimleri dizileri topa tutsalar da günlerinin birkaç saatini televizyon önünde dizi izlemekle geçirdikleri de bir gerçek.

Kitle iletişim araçlarından kendilerine akan kültürle oyalanan insanlar giderek kendi gerçek yaşamlarından uzaklaşmakta, başkalarına, üstelik de gerçekte var olmayan birilerine benzemeye çalışırken kendilerine yabancılaşmaktadırlar. Frankfurt Okulu bunu kültürün yabancılaştırıcı etkisi olarak niteler. Kültür endüstrisi ortamında üretilen bu kültürün kitlelerin bilinçlerinin biçimlenmesinde de önemli rol oynadığını ileri sürer Adorno ve Horkheimer. Daha sonra Herbert Marcuse kitle iletişim araçlarıyla standardize duruma gelen kitle kültürünün de etkisiyle toplumun tektipleştiğini, insanların tek boyutlu hale geldiğini ileri süre-

rek Frankfurt Okulu'nun bu yöndeki tezlerini pekiştirir (Marcuse,1991). Dallas Walker Smythe (1981a) ise Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi kavramını bilinç endüstrisi kavramıyla tamamlar.

Halk Kültürü

Halk kültürü genellikle popüler kültürle karıştırılır. Oysa halk kültürü ya da folk kültür adı verilen kültürel olgu popüler kültürden ya da eski adıyla kitle kültüründen büyük ölçüde farklıdır. Popüler kültür üreticileri halk kültüründen beslenirler. Ancak bu, halk kültürünün yerini popüler kültürün aldığı anlamına gelmez. Ya da bir başka deyişle popüler kültür modern öncesi geleneksel halk kültürünün çağdaş versiyonu olarak da görülemez. Diğer yandan halk kültürünün eskide kaldığını iddia eden görüşler de doğru değil. Halk kültürü, adından anlaşıldığı üzere halkın kültürüdür, halka ait olan, halk tarafından üretilen, halkın yaşadığı, halkı yansıtan kültürdür. Halk da her dönemde var olduğuna göre onun kültürünün de her dönemde varlığı söz konusu olmaktadır. Ancak şunu da vurgulamak gerekir ki değişen toplumsal koşullar nasıl ki halkın yaşam biçiminde değişiklik yaratıyor, aynı şekilde halkın kültürü de değişen koşullara bağlı olarak değişime uğrar, ancak bu, onun sona ermesi, başka bir kültürle tümüyle yer değiştirmesi anlamına da gelmez.

Halk kültürünün bazı belli başlı özellikleri şöyle sıralanabilir.

-Halk kültürü yerel veya bölgeseldir: Belli bir coğrafyada, belli bir toplumsal gelenek içerisinde yaşayan insanların yaşadıkları yere ve toplumsal koşullara göre kendi yaşam pratikleri içerisinde geliştirdikleri kültüre halk kültürü adı verilir. Özellikle de ulaşım ve iletişim olanaklarının bu denli gelişkin olmadığı sanayileşme öncesi dönemlerde insanların büyük çoğunluğu belli bir yerde, coğrafyada, topluluk içerisinde doğar ve bütün yaşamlarını da orada geçirirlerdi. Dolayısıyla yaşam pratikleri içerisinde gelişen kültür de yerel özellikler taşırdı ve bu yerel özellikleriyle kuşaklar boyu değişmeden süregelen bir kültürel değerden söz edilebilirdi. Ancak günümüzün ileri teknolojiyle yönlendirilen dünyasında da kendi yerel koşulları içerisinde yaşayan halklardan ve onların kültürlerinden söz edilebilir. Özellikle de kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış, dolayısıyla da her tür kültürel aktarım ve etkileşimin olanaklı hale geldiği dünyamızda bile yerel düzeydeki halk kültürleri özgünlüklerini tam olarak koruyamasalar da değişerek ve dönüşerek yaşamaya devam etmekteler.

-Halk kültürü kendiliğindenlik özelliğine sahiptir: Özellikle modern öncesi geleneksel toplumlarda insanlar kendi kültürlerini kendi yaşam pratikleri içerisinde kendileri üretirlerdi. O toplumsal koşullarda kültür üretimi birilerinin uzmanlık alanı değildi. Topluluk veya toplum içerisindeki herkes yaşamın diğer kesitlerindeki pratiklerde olduğu gibi kültürün üretiminden de sorumludur. Kültür üretimi için özel bir çaba harcanmaz. İnsanların, içerisinde yaşadıkları coğraf-

ya, doğa ve iklim koşullarına uygun olarak yaşamlarını biçimlendirirken, o yaşambiçimine uygun kültürel oluşum da kendiliğinden gerçekleşir.

-**Halk kültürü paylaşımsaldır:** Geleneksel toplum veya topluluk yapıları içerisinde oluşan kültür toplumdaki tüm bireylerin ortak çabasıyla gerçekleşir. Toplumda oluşan gelenekler, görenekler, adetler, yeme, içme, eğlenme, giyinme vb. kültürün tüm kesitleri gündelik yaşam pratikleri içerisinde üretilir ve toplumun ortak katılımıyla etkin hale getirilir. Örneğin, Anadolu'da köy ve kasabalarda insanların köy ve kasaba düğünlerinde eğlencenin üretiminde de katılımında da bir arada olmaları, birbirlerinin işlerine yardım etmeleri, ölüm ve hastalık durumlarında tam katılımla bir arada olmaları vb.

-**Halk kültürü toplumsaldır:** Toplumsallık halk kültürünün belki de en belirleyici özelliklerinden biridir. Endüstriyel ortamda üretilen kültür bütün bir topluma, kitleye yönelik olmakla birlikte tek tek bireyleri hedef alır. Toplumdaki her birey endüstri ortamında üretilen kültürün tüketicisi konumundadır. Amaç kültürü bütün bir topluma satmaktır, ancak, bu satış bireyler üzerinden yapılır. Dolayısıyla da endüstri ortamında üretilerek çeşitli yollarla bireylere ulaştırılan kültürün tüketimi de bireysel düzeyde gerçekleşir. Böylece popüler kültür ürünleriyle karşılaşan birey kendisini bir toplumun üyesi olarak görmekten çok birey olarak görür. Örneğin, televizyon ekranı karşısındaki birey oradan gelen her iletiyi farkında olmadan, kendisine özelmiş gibi algılar. Sıkış tıkış bir tren yolculuğunda elindeki gazeteyi okumaya çalışan kişi okuduğu gazeteyle bütünleştikçe etrafını saran kalabalıktan soyutlar kendisini. Oysa köy meydanında toplanmış kalabalık önünde çalıp söyleyen bir halk ozanı hem verdiği iletilerle hem de tavır ve davranışlarıyla kendisi halkla bütünleşirken halkı bütünleştirici bir etki de yapar.

-**Halk kültürü ticari değildir:** Halk kültürü halkın yaşam pratikleri içerisinde kendiliğinden doğar. Özel olarak uzmanlaşmış birtakım kültür üreticileri ve de geçimini kültür üretimi ve satışı yaparak sağlayan birileri yoktur. Halk kültürü, toplumdaki tüm insanların katılımıyla üretilir ve yaşanır. Oysa popüler kültür endüstriyel ortamda, birileri tarafından bir iş, bir kazanç aracı olarak üretilir ve tüketime sunulur.

-**Halk kültürü kuşaklar arası bütünlüğü sağlar:** Halk kültürü kuşaktan kuşağa aktarılarak varlığını sürdürür. Kültürel ürünün özelliğine göre kimi sözlü olarak, kimi somut ürün, kimi ise kayda alınmış belge olarak kuşaktan kuşağa aktarılır. Buna göre eşyalar somut aktarımla, müzik, şiir, masallar, destanlar yüzyıllar boyu sözlü olarak aktarılarak var kaldılar. Ancak günümüzün yazı ve kayıt tekniklerinden halk kültürü de payını almakta. Her ne biçimde aktarılırsa aktarılsın, halk kültürünün önemli bir işlevi kuşaklar arası bütünlüğün ve sürekliliğin sağlanmasında önemli bir işleve sahip olmasıdır. Oysa endüstri ortamında seri biçimde üretilen ve tüketime sunulan popüler kültür için böyle bir şey söz konusu bile olamaz.

-**Halk kültürü halkı temsil eder:** Halk kültürü içerisinde doğup geliştiği topluluk ya da toplumun bilinç, ruh ve duygu yapısını yansıtır. Çünkü hammadesini

oradan alır. Oysa popüler kültür bir yerlerde, birileri tarafından "satılabilir" öngörüsüyle üretilerek topluma dayatılan bir kültürdür.

-Halk kültürü birleştiricidir: Halk kültürü içerisinde üretildiği toplumdaki insanları bir arada tutma işlevini gerçekleştirir. Gelenekler, görenekler, adetler, eğlence, yeme, içme, giyinme, inanç, dil, değerler vb. kültür aracılığıyla sürekli yeniden üretildikçe güçlenir, güçlendikçe de ait olduğu topluluk veya toplumun üyeleri arasında kenetlenme sağlar. Oysa endüstriyel ortamda üretilen popüler kültür, tüm topluma satılır, ancak bireyleri hedef alır. Her birey kitle iletişim araçları veya başka biçimlerde ulaştırılan popüler kültürü kendisine özelmiş gibi alıp tüketirken, kendisini içerisinde yaşadığı toplumdan da soyutlar. Özellikle kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış günümüz dünyasında insanların, evlerinde, aile ortamlarında bile televizyon ekranına ya da bilgisayara kilitlenerek kendilerini çevrelerine kapatmaları popüler kültürün toplumu parçalayıcı işlevini ortaya koymaktadır.

Ancak popüler kültürün kuşatması altındaki dünyada bugün halk kültürü ya da halk kültürlerinin büyük tehdit altında bulunduğunu söylemek yanlış olmaz. Endüstrileşme ve kentleşmeyle birlikte geleneksel yaşamlarından çıkıp kente gelen insanların, kendi gündelik yaşamlarını bile kendilerinin planlayamadığı bir ortamda kendi kültürlerini üretmeleri de beklenemezdi. Dahası kente göçen insanların sahip oldukları kültürel birikimlerinin çoğunun bu yeni yaşamda yeri yoktu. Yeni yaşam, yeni bir kültürel ortam anlamına da gelmekteydi. Ama bu kez uygun kültürel ortamı onlar için başka birileri oluşturmaktaydı. Böylece kentlilik standartlarına uygun bireyler olmaları, kentli sayılmaları, kendilerini kentli gibi hissetmeleri sağlanmış olmaktaydı. Her şeyin, herkesin, her durumun para olarak görüldüğü, bütün bir yaşamın para yapmak ve kazanç sağlamak üzerine kurulduğu bir sistemde böyle bir süreç kentliler ve de yeni kentliler için kaçınılmazdı. İletişim teknolojisinin de bunca geliştiği bir ortamda kültür de önemli bir kazanç aracı haline gelmeliydi. Dolayısıyla da yukarıda söz ettiğimiz kültür endüstrisi kent yaşamının her kesitini etki alanı içerisine almakta gecikmedi.

Sanayileşmeyle birlikte modern kent yaşamı içerisinde yeşeren, filizlenen, dal budak salan, serpilip yayılan popüler kültürün kentlerden sonraki hedefinin ise kırsal kesim olduğu görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının köylere kadar ulaşması, kırdan kente gelen insanların kırsal bağlantılarının sürmesi, iletişim ve ulaşım olanaklarının gelişmesi sonucu kır ve kent arasındaki ilişkilerin giderek yoğunlaşmasıyla birlikte popüler kültürün kıra doğru da yayılmaya başladığı gözlenmektedir. Kırsal yaşamın verilerini de kullanarak kentte doğup büyüyen popüler kültür kısa süre içerisinde kırsal kesimde de kendisini kabul ettirir. Büyük bir coşkuyla evlerinin en görkemli köşesine televizyon monitörünü yerleştirirken ekrandan akacak kültür parçacıklarını kendi kültürlerinin yerine koyacakları insanların aklına bile gelmemişti herhalde. Örneğin, Türkiye'de 1960'lardan itibaren büyük kent çevrelerini kuşatan gecekondulukların yaşamıyla örtüşen arabesk müziğin (popüler müzik) bir süre sonra köy ve kasaba meydanlarında, dü-

ğün törenlerinde elektrosazlar eşliğinde avaz avaz söylenmesi karşısında hiç kimse itiraz etmemişti. Bugün Anadolu'nun köy ve kasabalarında insanlar arabesk müziği kendi öz müzikleriymiş gibi dinlemekteyken, kendi özleri olan halk ozanlarının, aşıkların nostaljik kültürel değerler haline gelmeleri halk kültürünün, popüler kültür tarafından tehdit edilmesinin de ötesinde istila edildiğinin ve hızla yok edilmekte olduğunun somut bir göstergesi olarak algılanmalıdır. Onlar şimdi artık köylerine geri dönmeye karar verseler bile kulaklarında Ferdi Tayfur'un sesinden o şarkı olacak:

"Hadi gel köyümüze geri dönelim,
Fadimenin düğününde halay çekelim".

Ve hiçbir zaman kendi özlerine, daha önce arkalarında bırakıp geldikleri kültürlerine dönemeyecekler. Kentten götürecekleriyle ve köye onlardan önce ulaşmış kentsel kültür nüfusuna kayıtlı popüler kültürle sürdüreceklerdir bundan sonraki yaşamlarını.

Ancak diğer yandan halk kültürü de bir yandan kentin popüler kültürünün istila alanında yok ediliş tehlikesiyle karşı karşıyayken diğer yandan da popüler kültürün içerisine sızarak, değişerek, dönüşerek varlığını sürdürür. Ama bu elbette tek yanlı bir değişim ve dönüşüm olarak devam etmez. Kentin popüler kültürü içerisine sızan yerel halk kültürü motivleri bir yandan da popüler kültürün değişim ve dönüşümünü sağlarlar. Dolayısıyla kültürleri, özellikle de birbirinin öncülü ve ardılı gibi görülen halk kültürünü ve popüler kültürü, birbirini yok eden kültürel olgular olarak görmek yerine birbirleri üzerinde değişimsel etkiler yapan, birbirlerini sürekli yeniden üreterek devam eden kültürel kesitler olarak kabul etmek çok daha doğru olur. Arabesk müzik içerisine işlenen yerel müzikal motivleri, pop müziğin içerisine sızarak Anadolu folk adıyla anılan müzikal tarzın gelişmesine temel oluşturan halk müziğini, Türk sanat müziği, pop müzik ve arabesk müziğin bir araya gelerek fantazik müzik adıyla bilinen yeni müzikal tarzın gelişmesine olanak vermesi vb. kültürel değişim ve dönüşüme pek çok örnek gösterilebilir.

Aşağı Kültür ya da Varoş Kültürü

Aşağı kültür (low culture) Türkçede genellikle "alçak kültür" terimiyle karşılanır. Ancak "alçak" kavramının Türkçede olumsuz bir anlam da içerdiği dikkate alınarak burada alçak kültür kavramı yerine aşağı kültür kavramının kullanımı tercih edildi. Aşağı kültür, toplumun alt kesimlerinin külürüne verilen addır. Bu kesim toplumun alt orta ve orta kesimlerini oluşturan işçi sınıfından farklılık gösterir. Bu kesim küçük esnaf, memur gibi toplumun orta kesimini oluşturanlardan da farklıdır. Bu kesim daha çok kent ve kasabalarda yaşayan, işsiz güçsüzlerden oluşur. Kentin ya da kasabanın yıkık dökük, derme çatma baraka tarzı evlerinde, çamurlu sokaklarda yaşayan, aşevlerinden, konu komşudan yiyecek alan, ikinci el giysi ve eşya kullanan, erkeklerin daha çok sokak satıcılığı vb. işlerin yanı sıra

kapkaççılık yaptıkları, kadınların zengin evlerde temizlik işiyle uğraştıkları, sokaklarda dilendikleri, çocukların kağıt mendil sattıkları, kıt kanaat geçinmeye çalışan insanlardan oluşur.

Kentin varoşlarında yaşayan bu insanlar aslında kentlidirler. Çoğu kuşaklar boyu aynı kentin aynı semtlerinde, aynı yaşam koşullarında yaşayagelmişlerdir. Örneğin, Ankara'nın Ulucanlar, Hamamönü, Çinçin Bağları semtlerindeki eski evlerde yaşayan insanların çoğu böyledir. Aynı şekilde İstanbul'un Beyoğlu, Fatih, Eyüp gibi ilçelerinin yoksul semtlerinde, bakımsız mahallelerinde, eski evlerde oturanlar da çoğunlukla kuşaklar boyu buralarda yaşayagelmiş olan insanlardır. Varoşlarda yaşayan insanların bir kısmı da göçebe yaşamdan yerleşik yaşama geçmiş Romenlerden oluşur. İstanbul'un Sulukule ve Dolapdere semtlerinde yaşayanların da önemli bir kesimi böyledir. Köyden kente göçen, ancak kentte iş olanağı bulamayarak yoksul yaşama mahkum olanlar da çoğunlukla varoşlarda yaşarlar. Bu işsiz, güçsüz yoksul insanlar genellikle kentin olanaklarından yararlanmak için kent merkezlerine yakın varoşlarda yaşamayı tercih ederler. Genelde kentin atıklarıyla geçinen bu insanlar için kent merkezlerinin ulaşılabilirliği önemlidir.

İşçi sınıfı üzerine yoğunlaşan Marksist yaklaşımda bu kesimden söz edilmez. Belli bir işte çalışmayan, üretime katkı sağlamayan bu kesimin Marksizmin emekdeğer kuramı içerisinde de, işçi sınıfı kuramı içerisinde de yeri yoktur. Toplumun bu kesimini oluşturan insanlar kentlerin varoşlarında yaşarlar ve çoğu zaman varoş insanı olarak adlandırırlar. İşte aşağı kültür, bu kesimin kültürüdür. Son yıllarda yoksul kültürü olarak da adlandırılan aşağı kültüre varoş kültürü demek belki de daha doğru olur.

İşçi Sınıfı Kültürü

Sanayileşme süreci içerisinde kültürün bir başka görünümünün belirmeye başladığı dikkati çeker. Kentlerdeki sanayi işletmelerinde çalışmak üzere çeşitli yerlerden, kırsal kesimden, Afrika ve Asya'nın yoksul ülkelerinden Avrupa'nın sanayi merkezlerine göçeden insanlar orada yeni bir yaşam, gündelik yaşama ilişkin yeni pratikler, dolayısıyla da yeni bir kültür oluşturmaya başlarlar. Bu kültür, kentli olmayan, ama kentte yaşamaya başlayan, kentte yaşayan ama, kentin olanaklarından (yeme, içme, eğlenme vb.) yararlanmaya yetecek gelire sahip olmayan, kentin kenarlarında, yoksul semtlerinde kıt kanaat geçinmeye çalışan yeni bir toplumsal kesimin, çoğunlukla da fabrika işçilerinin yaşam pratikleri içerisinde biçimlenen bir kültürdür. Bu, çoğu farklı yerel koşullardan, farklı dillerden, dinlerden, farklı kültürel ortamlardan gelen insanların buluştuğu bu yoksul semtler ve çalışma ortamlarında bir arada yaşamak, birlikte çalışmak, birbirlerine destek olmak üzerine kurulu bir kültürel oluşumdur. İçerisinden geldikleri geleneksel ortamlar, onların yeni yaşamlarında da birbirleriyle kolayca iletişim kurmalarına yardımcı olur. Yüz yüze

iletişime, paylaşıma, yardımlaşmaya yatkın bu yeni kent yoksulları yeni yaşamlarını da bu dinamikler üzerine kurarlar (Thompson, 2004).

Diğer yandan sürecin endüstriyel boyutunu yönlendirenler de boş durmazlar. Kentleri dolduran bu yoksul yeni kentli kesime yönelik birtakım kültürel ortamlar oluşturmaya yönelirler. Ucuz birahaneler, kıraathaneler, bugünkü futbol olayının başlangıcını oluşturan semt takımları, kent merkezleri ve banliyöler arasında ulaşımı sağlayan trende, metroda okunmak üzere ucuz, bol görüntülü, az yazılı tabloid gazeteler, ikinci el giysi mağazaları, ucuz semt pazarları vs. bunlar arasında yer alır. Böylece zaman içerisinde işçilerin artan ücretlerine ve iş dışı serbest zamanlarına koşut olarak onlara yönelik kültür üretiminin ve satışının yapılmaya başlandığı görülür. Bu da zamanla işçilerin, kendi kültürlerini kendi yaşam pratikleri içerisinde, spontane biçimde oluşturmaktan vazgeçerek kendileri için oluşturulan kültürel alanlara ve biçimlere yönelmeleri durumunu yarattı. Bu alanların ilgi görmesine koşut olarak zamanla endüstri içerisinde kültürel bir sektör de oluşmaya başladı. Toplumun farklı kesimleri için uygun kültürel üretim yapan kültür profesyonelleri belirdi.

Bütün bu yönelimler gerek Franfurt Okulu gerekse diğer eleştirel solcuların olumsuz değerlendirmelerine konu olur. Şöyle ki endüstrinin yapay kültürel ortamı içerisine çekilen işçi kesiminin zamanla kendi kültürel pratiklerini bıraktığı, ona dayatılan kültürle beslenerek kendi sınıfının bilincinden giderek uzaklaştığı, devrimci ruhunu yitirdiği ve düzene uyumlanarak içi boş kitlelere dönüştüğü yönünde görüşler ileri sürülür. Endüstriyel ortamda üretilen kültür yalnızca insanları oyalamaz, aynı zamanda egemen sınıfın ideolojisini de onlara dayatır. Bu nedenle işçi sınıfı zaman içerisinde kendi sınıfsal bilincini yitirerek egemen sisteme uyumlanır. Kitle kültürü aracılı bu ideolojik kuşatma insanların, özellikle de işçi sınıfının kendi geleceğini kurması yönündeki eğilimlerini de yönetir.

Diğer yandan endüstriyel ortamda üretilen ticari nitelikteki kitle kültürü toplumsal sınıflar arası sınırların giderek bulanıklaşmasına da yol açar. Bu da zamanla insanların kendi sınıfsal kimliklerini unutmalarına, sınıf bilinçlerini yitirmelerine neden olur. Ki bütün bu süreç işçi sınıfının geleceğine ilişkin ümitlerin de yok olması anlamına gelir.

Kültürü işçi sınıfıyla özdeşleştiren görüşler Marksist yaklaşımın etkisinde biçimlenmiştir. Marksist yaklaşımda kültür insanın iş yapış biçimi olarak ele alınır, dolayısıyla da doğrudan iş ve üretimle ilişkilendirilir. Bu yaklaşımla birlikte kültür tutucu seçkinlerin dar bakışının sınırlı alanından çıkarak daha geniş bir alanda tartışılmaya başlanır. İnsanların yaşam pratikleri içerisinde yapıp ettikleri, ürettikleri her şey kültür olarak değerlendirilir. Burada sanat ve edebiyatla uğraşan üst sınıfın dışlanması söz konusu değil elbet, ancak onların yanı sıra toplumun alt kesimlerinde yer alan işçi sınıfının da kültürle özdeşleştirilmesini sağlar. Oysa seçkinci bakışta kültür üst sınıfla özdeşleştirilmiş, toplumun diğer kesimleri ise bunun dışında bırakılmıştı Marksist geleneğin etkisinde oluşturulan kültür tanımları

Marksist kültür kuramının biçimlenmesine zemin hazırlar. Trotsky, Hoggart, Thompson, Williams gibi düşünürler görüşlerini bu çerçevede geliştirirler

Marksist anlayışta kültür dinamik bir yapı olarak ele alınır. Özellikle de burjuva kültürünün devrimci özelliğine vurgu yapılır. Öyle olduğu içindir ki kapitalizm, geleneksel kültürleri tahtından etmiştir. Geleneksel kültürler de durağan ve değişime kapalı oldukları için devrimci kültürün etkisi altında yerle bir olmuşlardır. Kapitalizmin devrimci ruhu, onun kültürüne de aynı biçimde yansımıştır (Swingewood,1985:55).

Kültürün ele alınışında belki de sınıf vurgusunu en güçlü biçimde yapan kültür düşünürlerinden biri Rus Marksist entelektüel Leon Trotsky'dir. Yalnızca kuramsal değil, pratikteki çalışmalarıyla da Trotsky, XX. Yüzyılın ilk yarısına damgasını vuran önemli bir düşünürdür. Ona göre kültür, "insanoğlunun tarih boyunca edindiği tüm bilgi, beceri ve birikimlerdir". Bu birikim hem sınıfsal hem de ulusal ögeleri içerir. Trotsky'ye göre kültür insanın doğayla aktif ilişkisi sonucu gelişir. Bu yönüyle kültür insanın gerçek anlamda özgürleşmesini sağlayacak tek araçtır. Burada Trotsky'nin, kültürü, Marksist düşünceyi izleyerek insanın ürettiği maddi değerler olarak ele aldığı anlaşılmaktadır.

Trotsky'ye göre her egemen sınıf kendi kültürünü ve bunun sonucunda da kendi sanatını yaratır. Tarih Antik Çağ'ın ve doğanın kölelik üzerine kurulmuş kültürünü, Orta Çağ Avrupa'sının feodal kültürünün ve günümüzün egemen burjuva kültürünün tanığı olmuştur. Bu demektir ki günün birinde proletarya da kendi kültürünü yaratabilir. Ancak Trotsky bunun çok kolay olamayacağını da belirtir. Bir kültürel kesitin sona ermesi ve yerini başka bir kültürün alması için yüzyıllar, hatta binyıllar geçmesi gerekebilir. Dolayısıyla işçi sınıfının kendi kültürünü yaratması süreci de aynı şekilde oldukça uzun bir zaman dilimi içerisinde ancak gerçekleşebilir. Ama bundan da önce Trotsky'ye göre işçilerin veya proletaryanın zamanını devrim mücadelesine ayırması gerekmektedir. Devrimci bir mücadele içerisine girmelidir. Trotsky'nin dikkat çektiği önemli bir nokta ise proletaryanın devrim yaparak kendi diktasını kurmasıyla birlikte egemen sınıf haline geleceğidir. Ama bu egemenliğin kalıcı hale gelmesinde kültürün ve sanatın rolü önemlidir. Proletarya kendine özgü bir egemen kültür yaratamadığı sürece egemenliğini gerçek anlamda kurmuş sayılmaz. Trotsky eşitlikçi ve tam bütünlüklü bir toplumsal yapının oluşturulması için toplumdaki her bireyin kültürel ve sanatsal olarak geliştirilmesi gereğine inanır. Bunun için de sanat ve kültür eğitimine özel bir önem verilmesi gerektiğini düşünür. Kültür ve sanat eğitiminde ise var olan burjuva kültüründen yararlanmak gerektiğini savunur. Aslında Trotsky de kültürü büyük ölçüde ileri düzeyli sanat ve edebiyatla özdeş görür. Ancak o, bunun toplumun belli bir kesiminin tekelinde olmasına karşıdır. Toplumdaki genel mutluluğun, huzurun ve eşitlikçi yapının toplumdaki tüm bireylerin kültürel ve sanatsal olarak eğitilmesiyle ancak mümkün olacağını savunanlardandır. Proleter devrimin ardından eğer toplum sınıfsız bir yapıya götürülecekse bunun kültürel ve sanatsal eğitimle doğrudan ilişkili ol-

duğunu savunur (Trotsky,1989:162). Trotsky Sovyetler Birliği'nde gerek eğitim kurumları gerekse kitle iletişim araçları kullanılarak bu yöndeki eğitimin gerçekleşmesi için de ciddi çalışmalar yapar. Nitekim Sovyetler Birliği'nde bireylere, küçük yaştan başlanarak sanat ve kültür eğitimi verilmesinde Trotsky'nin çalışmalarının katkıları yadsınamaz.

İşçi sınıfının kendisine özgü bir kültürü olduğunun, bunu kendi özgün koşullarında ve kendi mücadelesiyle geliştirdiğinin belki de ilk açık savunucularından biri E.P. Thompson'dır (2004). Thompson, İngiliz işçi sınıfının kendi işçi birliklerini kurarak, sendikalaşarak, kendi örgütlerini, kendi cemaatlerini kurarak burjuvazinin egemenliğine nasıl meydan okuduğunu tüm ayrıntılarıyla anlatır. Kitapta işçi sınıfının yaşamına ilişkin ayrıntılara da çokça yer verilir. İşçilerin yaşadığı ortamları, kent çevrelerindeki varoşları, giyim kuşamlarını, eğlence biçimlerini, dini ritüellerini olabilecek en incelikli ayrıntılarıyla vermeye çalışır.

İşçi sınıfı üzerine düşünenlerden biri de İngiliz kültür araştırmacısı Richard Hoggart'tır. 1957'de yayımladığı *The Uses of Literacy* adlı kitabında işçi sınıfı kültürünün belli başlı özelliklerini tanımlamaya çalışır. Hoggart'ın altını çizdiği önemli bir nokta endüstrileşmeye koşut olarak toplumu kuşatan kitle kültürünün toplumun geleneksel kültürel değerlerini yok etmekte olduğudur ki, burada F.R. Leavis'in görüşlerinden etkilenim söz konusudur. Hoggart'ın bu bağlamda asıl üzerinde durduğu nokta ise kentin yeni kültürü olan kitle kültürünün zaman içerisinde toplumdaki sınıfsal sınırları belirsizleştireceği, hatta ortadan kaldıracağıdır. Hoggart'ın deyimiyle geleceğin dünyası kültürel sınıfsızlıkla biçimlendirilecektir. Bu arada Trotsky'nin tüm çabasının ve arzusunun kültürel açıdan sınıfsız bir topluma gitmek olduğunu anımsatalım. Oysa Hoggart bunu tehlike ve yozlaşma olarak görmektedir. Bu arada Trotsky'nin idealize ettiği kültürün yüksek kültür, Hoggart'ın tehlikeli bulduğu kültürün ise kitle kültürü veya günümüzdeki deyimiyle popüler kültür olduğunu da unutmamak gerekir. Dolayısıyla da Trotsky toplumun yukarıdan aşağıya yüksek kültürle beslenmesi için ciddi kültür politikaları üretilmesi gerektiğine inanmış ve ömrünü de bu yöndeki politikaları geliştirmeye adamıştır. Çünkü Trotsky'ye göre güçlü bir proleter egemenliğin en temel koşullarından biri bilinçli ve kültürel olarak gelişkin bir işçi sınıfıdır. Bu da toplumun yüksek kültürünün yukarıdan aşağıya, halk kitlelerine doğru yayılması ve toplumun tüm kesitlerinde yerleştirilmesiyle ancak olanaklıdır. Hoggart ise toplumda sayıca üstün durumda olan kitlelerin kültürel olarak da egemen olmaya başlamaları olasılığı karşısında oldukça tedirgindir. Çünkü ona göre kente sonradan entegre olan, kent meydanlarını, sokaklarını, caddelerini dolduran bu kitlelerin kendilerine özgü bir yaşambiçimleri, dolayısıyla kendilerine özgü bir kültürleri yoktur. Ticari ortamda üretilen standardize kültürle beslenen bu kesimin zaman içerisinde kendi beslendiği bu kültürü nicel egemenliklerinden dolayı toplum geneline yaymaları, toplumdaki özgün kültürel alanların yok olması sonucunu da yaratabilir. Bu özgün kültürel alanlar ise Hoggart'a göre toplumun seçkin azınlıkları tarafından üretilerek kuşaktan kuşağa çoğunlukla

yazılı olarak taşınagelen yüksek kültür, kırsal kesimde üretilen ve çoğunlukla da sözlü olarak kuşaktan kuşağa aktarılagelen halk kültürü, sanayileşmeyle birlikte gelişen işçi sınıfı kültürüdür.

Hoggart'a göre toplumun alt kesimlerinin, dolayısıyla işçi sınıfı kültürü belki kaba saba olabilir, ama yine de özgün olması ve insanların kendi gerçek yaşam pratikleri içerisinden doğması açısından kitle kültüründen yine de daha çok tercih edilebilir olmalıdır. Hoggart, toplumun gerçek yaşamıyla, deneyimleriyle, birikimleriyle ilgisi olmayan bu kitle kültürünün yayılmasında en büyük sorumluluğun ise kitle iletişim araçlarına (popüler gazeteler, kadın dergileri, tabloidler, hafif romanlar vb.) ait olduğunu belirtir (Swingewood, 1985:74). O halde eğer işçiler endüstriyel ortamın ticari kültürüyle kuşatılmasalardı, kendi yaşam pratikleri içerisinde kendi kültürlerini oluşturmada serbest bırakılsalardı çok daha özgün, kendi sınıfsal kimliklerini yansıtan, kendi sınıfsal bilinçlerini pekiştiren bir kültüre sahip olabilirlerdi.

İşçi sınıfına ilişkin bütün bu savların belki de önemli bir son noktasını Raymond Williams koyar. Williams kültürü entelektüel, estetik ve ruhsal boyutlardaki gelişme süreçlerinin bir yansıması olarak tanımlar. Bu gelişme sürecinde de kültürü toplumun farklı kesimlerine göre ayrıştırmayı düşünmez. Çünkü ona göre her toplumsal kesimin, hatta her insanın kendine özgü bir düşünsel, estetik ve ruhsal gelişim süreci vardır ve bu süreç onun kültürünü ortaya koyar. Williams'ın kültüre bakışındaki belki de en temel fark kültürü, sıradan insanın kültürü olarak nitelemesi ve bütün bir yaşam biçimi olarak ele almasıdır. Bunun için Williams'ın kültür tanım olabilecek en geniş kültür tanımlarından biri olarak değerlendirilebilir.

Williams kültürü ideolojiden ayrı bir yere koyarken, onu durağan, toplumla bütünleşik bir yapı olarak niteler. Williams kültürü aynı zamanda tüm toplumun ortak paylaşım ve anlama edimi olarak ele alır. Bu paylaşım ve ortak edimde ise kitle iletişim araçlarının önemli bir etkisi olduğunu ileri sürer. Williams'ın durduğu noktada kültürün belli bir sınıfa, özellikle de üst sınıfa özgü olarak görülmemesi gerektiğidir. Ama diğer yandan işçi sınıfına özgü bir kültürden de açıkça söz etmez. Sıradan insanın kültürü biçimindeki kavramsallaştırmasıyla kültüre sınıflar üstü bir değer atfederken, onun yaygınlık niteliğine de vurgu yapar. Kendisi de bir işçi sınıfı ailesinden gelen Williams'ın kültüre başka bir pencereden, toplumun başka bir kesiminden bakabilmesinde içerisinde yetiştiği toplumsal ortamın rolünün büyük olduğu söylenebilir. Bütün yaşamını yetişkinlerin eğitimine adayan Williams (1963) toplumun gelişmesi, insanlığın ilerlemesi için kültürel eğitimin gerekli, kültürel kimliğin zorunlu olduğunu savunur. Williams kültürü öncelikle evrensel düzlemde insanlar arası paylaşımı sağlayan mükemmel bir yapı olarak gördüğünü belirtir. Bu paylaşım zamansal ve uzamsal sınırların da ötesinde bir yaygınlıktadır. Ancak burada dikkati çeken bir nokta Williams'ın kültürel kimliği, sınıfsal kimliğin önüne çekmesidir. Onun sıradan insanın kültü-

rü kavramı bir yandan yüksek kültür kavramını ötelerken, diğer yandan da işçi sınıfı kültürü kavramını, dolayısıyla da olgusunu dışarıda bırakmaktadır.

Williams kültürü ikinci olarak insan ve toplum yaşamının belgelenmesi olarak ele alır. Pratiklerin ve metinlerin kaydından oluşan bir birikim olarak görür. Bu yaklaşımda Williams kültürü entelektüel ve imgelemsel çalışmalarla özdeşleştirir. İnsan düşüncesinin, deneyimlerinin ve pratiklerinin sentezlendiği bir yapı, bir birikim olarak ele alır. Bu yanıyla da Williams'ın kültür kuramının Marksist yaklaşımın etkisinde geliştirildiği anlaşılmaktadır. Son olarak Williams kültüre toplumsal bir tanım getirir. Buna göre de kültür, belli yaşam biçimlerinin betimlenmesi olarak ele alınır. Belli zamansal ve uzamsal koşullarda yaşanan kültürün kayıtlara alınması ve farklı kuşaklarla paylaşılmasıyla kültürün zaman ve uzam aşırı olmak üzere evrensel düzlemde var kalmasını olanaklı kılar (Storey, 1997:56). Ancak bu varkalmada Williams'ın kültüre herhangi bir devrimci değer atfetmediği anlaşılmaktadır. Toplumun gelişmesinde kültürün etkisinin önemli olduğunu vurgulasa da Marksist yaklaşımdaki gibi değiştirici bir değer atfetmez. Bunun nedeni ise Williams'ın, kültürü sınıfsal kimliklerden bağımsız ele almasıdır. Williams'a göre kültür de tıpkı eğitim gibi toplumların evrimsel gelişim ve ilerleme sürecini yönlendiren bir dinamiktir (Williams, 1966).

Williams'a göre kültür için belli mekanların, belli koşulların var olması gerekmez. Her zaman, uzam ve toplumsal kesim kendi koşulları içerisinde kendi kültürünü ve sanatını yaratır. Sanat da Williams'a göre tıpkı diğer insanal etkinlikler gibi insana özgü bir pratiktir ve her insan kendi koşullarında kendi sanatsal pratiklerini gerçekleştirebilir. Bu noktada da Williams, Marksist anlayışın önemli bir boyutunu oluşturan tarihselcilik ve diyalektik kavramlarını dışlamış görünmektedir.

Williams kültürün demokratikleşmedeki yeri üzerinde özel vurgu yapar. Bu anlamda Williams işçi sınıfı kültürüne dikkat çeker. İşçi sınıfı tarafından üretilen kültürün burjuva kültürüne göre daha paylaşımcı bir niteliğe sahip olduğunu, bu kollektivist özelliği nedeniyle demokrasinin gelişmesinde ve yerleşiklik kazanmasında çok daha işlevsel olabileceğine dikkat çeker. Ama bu yöndeki görüşünde çok da ısrar etmez. Çünkü Williams özde işçi sınıfı kültürüyle ilgilenmez, yalnızca burjuva kültürüne göre işçi sınıfı kültürü onun için daha tercih edilebilir bir kültürel kesit olarak görülmelidir. Williams'ın asıl üzerinde durduğu nokta sıradan insanın kültürüdür. Toplumdaki her yaşam biçiminden ve her kesiminden ögeler içeren, toplumdaki tüm bireyler için ortak bir etkileşim alanı yaratacak olan genel kültür üzerinde durur. Ki bu vurgusuyla Williams aslında toplumsal sınıflar arası sınırların yok olmasında, sınıfsal kimliklerin önemsiz hale gelmesinde kültüre önemli bir rol biçmektedir. Buna göre Williams'ın demokrasi anlayışı toplumdaki tüm kesimlerin sosyokültürel anlamda kaynaştığı bir ortama gönderme yapmaktadır.

Aslında bir bakıma popüler kültür'e gönderme yapar, ama o, popüler kültür yerine "yaygın kültür" (common culture) demeyi uygun bulur. Burada Leavis ve Williams arasında bir kesişme varmış gibi görünse de Leavis'in popüler kültüre bakı-

şı olumsuz, Williams'ın ise yaygın kültür olarak nitelediği popüler kültüre bakışı olumludur ve demokratikleşme açısından da gerekli görmektedir (Storey, ak, 59).

Sonuç olarak gerek Thompson ve Hoggart tarafından kullanılan işçi sınıfı kültürü kavramı, gerekse Williams'ın sıradan insanın kültürü kavramları birbirlerinden farklı olsalar da kesiştikleri önemli bir nokta var. Bu da kültür olgusunun toplumun seçkin veya üst sınıfıyla özdeş tutulması biçimindeki dar görüşün sınırları dışına çıkarılabilmiş olmasıdır. Buna bağlı olarak da toplumun alt kesimlerini, işçi sınıfını, sıradan insanı ve onun kültürünü küçümseyen görüşlere seçenek oluşturacak farklı bir görüşün geliştirilmiş olmasıdır. Bu da kitle toplumu ve ona bağlı olarak geliştirilen kitle kültürü savının karşısında işçi sınıfı kültürü, yaygın kültür gibi kavramların daha olumlayıcı bir bakışla geliştirilmesi söz konusu olmuştur. Her iki yaklaşımda da kitle iletişim araçlarının merkezi bir yere konuluşu dikkati çekmektedir. Çünkü sıradan insanların, çoğu da eğitimsiz toplum kesimlerinin kültürleri söz konusu edilince, bunun da daha çok kitle iletişim araçları yoluyla yaygınlaştırılması bir zorunluluk olarak kendisini hissettirmektedir.

Kitle Kültüründen Popüler Kültüre

Kitle kültürü ve popüler kültür konusundaki tartışmalar ve kafa karışıklığı bugün de hala devam etmektedir. Kimileri her bir kavramın farklı kültürel olgulara karşılık geldiğini savunurken kimileri de her iki kavramı, çoğu zaman da bilinçsizce birbiri yerine kullanırlar. Oysa kitle kültürü ve popüler kültür kavramları özünde aynı şeyi ifade etmektedir. Her iki kavram arasındaki farklılığı ise tarihsel süreç içerisinde izlemek daha doğru olur.

Kitle kültürü kavramının XIX. Yüzyılın sonlarına doğru gelişen modernleşme karşıtı düşünce içerisinde biçimlenen kitle toplumu kuramıyla ilişkili olarak ortaya çıktığı önceki sayfalarda ayrıntılı olarak anlatılmıştı. Bir yandan sağ tutucu çevreler, diğer yandan da Marksist eleştirel gelenek içerisinde gelişen sol eleştirel düşünüş yaşanan büyük toplumsal dönüşümler sonucunda geleneksel yapılarından çıkan toplumların pasif, kalitesiz yığınsal yapılara dönüştüğü noktasında birleşmekteydiler. Teknolojik gelişmelerin de etkisiyle oluşan kültür endüstrisi ortamında tümüyle ticari amaçlı olarak ve kitlesel biçimde üretilen kültürün kitlelerin tüketimine sunulmakta olduğu hem sağ hem de sol düşünürlerin paylaştığı bir görüştü. Kitle toplumuna yöneltilen eleştiri oklarından dönemin yaygın kültürü de payını almıştı böylece. Kitle kültürü kuramını geliştirenler ticari kazanç amacına yönelik olarak üretilen bu kültürün edilgin kitle toplumu yapısıyla tam olarak örtüştüğünü, bu kültürün dağıtımını yapan kitle iletişim araçlarının da bu anlamda sürece son derece uygun keşifler olduğunu ileri sürmekteydiler. Bir yandan Marksizmden beslenen ve sol eleştirel kanatta yer alan Frankfurt Okulu düşünürleri, diğer yandan tutucu sağ düşünceden gelen İngiliz kültürelciler kapitalist sistemin yönetici güçlerinin, başka bir deyişle iktidarın yeni sahipleri, dolayısıyla da toplumun yeni egemeni olan burjuvazinin endüstriyel ortamda ürettiği

ve kitle iletişim araçları yoluyla kitlelerin tüketimine sunduğu kitle kültürü yoluyla kitleleri istediği gibi yönlendirdiği, kitlelerin beynini yıkadığı, kendi ideolojisini dayattığı yönündeki tezleriyle hayli olumsuz ve eleştirel bir düşünsel iklimin oluşmasına yol açmışlardı.

Kitle toplumu ve kitle kültürü kavramları etrafında oluşan bu görüşlerin 1950'li yıllara kadar etkisini sürdürdüğü gözlenmektedir. 1950'li yıllardan itibaren dünyada, özellikle de Batı dünyasında bireyin yeniden öne çıkarılması ve çoğulcu liberal görüşlerin yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte sol entelektüeller arasında olmasa bile tutucu ve liberal entelektüeller arasında kitle toplumu, buna koşut olarak da kitle kültürü kavramları etkisini yitirmeye başlar. Raymond Williams'ın "yaygın kültür" veya "sıradan insanın kültürü" kavramları bu anlamda belki de önemli bir köprü oluşturmuştu. Özellikle John Fiske gibi liberal çoğulcuların da ısrarlı çabalarıyla popüler kültür kavramının geniş bir düzlemde kullanıma girdiği görülmektedir. Bir süre sonra sol entelektüel çevrelerde de kitle kültürü kavramı demode olmaya, yerine popüler kültür kavramı kullanıma girmeye başladı. Ama tartışmalar devam etmekteydi. Popüler kültürün ne olduğu, kimin tarafından üretildiği, kimlere hizmet ettiği, etkisinin ne olduğu vb. sorular bugün hala sorulmakta ve net yanıtlar da verilmiş değil.

Burada belki de en net duruşu liberal çoğulcu kanat sergilemektedir. John Fiske'de temsilini bulan görüşe göre popüler kültür toplumun her kesiminden ögeleri içerisinde barındıran, dolayısıyla da toplumun her kesimine seslenen, çeşitlilik ve çokseslilik özelliğine sahip yaygın kültürdür. Toplumların geliştirilmesi ve insanlığın ilerletilmesi için bu yaygın kültür ortamı önemli bir olanak sunmaktadır (Fiske, 1999). Popüler kültür kavramı, liberal çoğulcu görüşün önerdiği toplumsal yapıyla da tam bir uyum göstermektedir. Farklı dillerin, dinsel ve etnik kimliklerin bir arada olması gereğini öneren liberal çoğulcu görüş ve toplumdaki bu heterojen yapıya karşılık gelen popüler kültür.

Liberal çoğulcu kanatın karşısında ise popüler kültür karşıtlığı içerisinde kitle kültürü kavramında ısrarlı olan kesimi görmekteyiz. Marksist geleneğin içerisinde gelişen, Frankfurt Okulu çizgisinde görüşlerini biçimlendirmekte ısrarlı olan eleştirel solda yer alan entelektüeller liberal çoğulcu görüşlerin büyük bir aldatmaca olduğunu ileri sürerler. Onlara göre egemen güçler, insanlığı çeşitlilik, çoğulculuk, demokrasi gibi birtakım kavramlarla kandırmaktadırlar. Sözde çeşitlilik, çoğulculuk ve sözde demokrasi kisvesi altında egemen güçler sistemi kendi iktidar hırsları doğrultusunda yönetmeyi sürdürmekte, bunu da kitle kültürü veya popüler kültürle aracılanmış ideolojik aktarım ve bilinç biçimlendirme yoluyla yapmaktadırlar.

Bu görüşe göre popüler kültür ya da kitle kültürü halkın gerçek yaşamıyla ilgisi olmayan, endüstriyel ortamda kitlesel olarak üretilen ve insanlara satılan, kitle iletişim araçları dolayımlı bir kültürdür. Bu kültür oldukça düşük beğeni düzeylerine hitap ederken geniş toplum kesimlerinin estetik anlayışının, entelektüel yetilerinin kısır kalması için de oldukça uygun bir araçtır. Egemen kesimler

bu kültürü geniş toplum kesimlerine dayatarak onları oyalamakta, boş hayalere ve düşsel dünyalara sürüklemekte, böylece insanların kendi gerçek yaşamlarıyla, sorunlarıyla ilgilenmelerine engel olmaktadırlar. Popüler basın, gazeteler, dergiler, sinema ve özellikle de televizyon bu işleyişin motoru niteliğindeki araçlardır (Oskay, 1983).

Popüler kültüre bir de Gramscian çerçeveden yöneltilen yaklaşımdan söz etmek gerekir. Bu da aslında biraz önce sözünü ettiğimiz bakış biçimiyle önemli ölçüde örtüşmektedir. Gramsci'ye göre modern toplumları geleneksel toplumlardan ayıran önemli özelliklerden biri egemenlik biçimlerindeki farklılaşmadır. Geleneksel toplumlarda yöneticiler yönetilenler üzerinde doğrudan baskı yollarıyla egemenlik kurarlardı. Oysa günümüz modern toplumlarında politikanın işleyişi sivil toplum, demokrasi, kamuoyu gibi kavramlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu da doğrudan baskı yollarına başvurmayı geçersiz kılmaktadır. Toplum özünde yine egemenlerden ve bağımlılardan oluşmakla birlikte, her iki kesimin ilişki biçiminde de bu yeni politikalar bağlamında değişiklik yapılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Dolayısıyla da günümüzde egemenler bağımlı kesimler üzerindeki egemenliklerini dolaylı yollardan gerçekleştirme yolunu seçmek durumunda kalmışlardır. Gramsci bu yeni egemenlik biçimini *hegemonya* kavramıyla ifade eder. Egemenler ve bağımlılar arasındaki ilişkiyi de hegemonik ilişki olarak adlandırır. Bu ilişki ise doğrudan değil dolaylı baskı yollarıyla, daha doğrusu etkileme yollarıyla sağlanır. Burada da en büyük iş kültüre, ideolojiye ve onların taşıyıcısı rolündeki araç ve kurumlara düşer (Anderson, 2007). Althusser ise Gramsci'nin kuramından hareketle hegemonik ilişkilerin işleyişinde kullanılan araçları ve kurumları ideolojik aygıtlar olarak adlandırır. Althusser din, kültür, aile, okul gibi araç ve kurumları devletin ideolojik aygıtları olarak ele alır (Althusser, 2000).

Popüler kültür üzerinde çalışanlar, kitle iletişim araçlarının bunca yaygın olduğu günümüzde popüler kültürün en geniş ve en etkili hegemonik aygıt olduğunu ileri sürerler. Popüler kültürün farklı biçimleriyle kitleler sürekli etki alanı içerisinde tutulmakta, kıbırdamalarına olanak verilmemektedir. En kötüsü ise bu popüler kültürel ortamda beyinleri yıkanan, uyuşturulan insanlar içerisinde bulundukları kötü koşulları sorgulamak yerine onları benimsemek, konumlarına razı olmak gibi birtakım yönelimler içerisine girmektedirler. Bu ise tam da egemen kesimin istediği bir şeydir. Rıza alarak yönetmek, egemenlik ve bağımlılık ilişkisini rızaya dayalı olarak işletmek. Popüler müzikle, öykülerle, sinemayla, dizi filmlerle vb. pek çok popüler kültür malzemesiyle insanların içerisinde yaşadıkları dünyaya ve koşullara karşı çıkış yolları tıkanmakta, onların onayı alınarak yönetilmeleri sağlanmaktadır.

Bu görüş popüler kültür ve ideoloji kavramlarını da örtüştürmektedir. Buna göre popüler kültür egemen kesimin bir ideolojik aktarım alanıdır. Egemen kesimler XIX. Yüzyılın ortalarından bu yana gazeteler, dergiler, popüler filmler, televizyon, eğlence mekanları, eğlence biçimleri vb. aracılığıyla kendi ideolojileri-

ni kitlelere aktarmakta, kitlelerde yanlış bilinç oluşturmakta, onları yanlış yönlendirmektedirler. Bu bakışın arkasında Marx ve Engels'in *Alman İdeolojisi*'nde (1998) dile getirdikleri insanların, toplumların kendi yaşamlarının gerçekliklerinden uzaklaştırılarak başka yaşamlara ilişkin fikirlerle donatılmaları, bilinçsel biçimlendirilmeyle karşı karşıya kalmaları görüşünün olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ki bu bakışın arkasında ideolojiyi de yanlış bilinç olarak tanımlayan görüşün olduğunu belirtmek gerekir.

Bir diğer görüş ise bir tür arabulma niteliğinde olup Tonny Bennett'le (1986) temsil edilir. Bennett'e göre popüler kültür, toplumdaki egemen ve bağımlı kesimlerin bir tür buluşma alanı olarak kabul edilebilir. Çoğunlukla egemen kesimin ideolojisinin aktarıldığı, egemen değerlerin işlendiği bu ortamda zaman içerisinde birtakım muhalif alanlar da oluşmaya başlamakta ve bu muhalif alanlar zamanla önemli karşı çıkış cepheleri oluşturabilecek duruma gelebilmektedirler. Ki bu da uzun vadede demokratik toplumsal yapıların gelişmesi ve yerleşiklik kazanması açısından önemli bir işlevdir.

Alt Kültür

Alt kültür (subculture) kavramı Türkçede çoğu zaman yanlış anlamlandırmalara maruz kalabilmektedir. Alt kültür denildiğinde çoğu zaman alt sınıfların kültürü akla gelmekteyse de kavramın bununla hiçbir ilgisi olmadığını burada belirtelim. Genel kültür içerisinde oluşan kültürel farklılıklara ya da kültür adacıklarına alt kültür adı verilir. Alt kültürler bazen farklılık, değişiklik arayışı sonucunda oluşurlar, ama çoğu zaman var olan sisteme başkaldırı amaçlı olarak oluştukları bilinmektedir. Her iki durumda da temel amaç var olandan farklı olmak, var olana meydan okumaktır. Bu meydan okuyuş ya da direnç bazen sessiz, ılımlı, tümüyle sembolik düzeyde gerçekleşir, bazen de açık protestoya, hatta şiddete dönüşebilir. Alt kültürel oluşumların genelde sınıfsal dayanakları yoktur, ancak ortaya çıkış amaçları doğrultusunda alt kültürlerin oluşturucuları bazen kendilerini toplumdaki belli bir sınıfa yakın bulabilirler. Örneğin, doğaya zarar vermesi nedeniyle endüstrileşmeye, dolayısıyla da endüstriyel güçlere meydan okuyan çevrecilerin kendilerini toplumun bağımlı kesimleriyle, sözgelimi işçi sınıfıyla özdeş görmelerinde olduğu gibi. Aynı şekilde feminist alt kültürel hareketin önemli bir kesitinde emekçi kadınların yer alması, dolayısıyla da kendisini çoğunlukla işçi sınıfıyla özdeşleştirmesi. Ancak zaman zaman gözlenen bu tür özdeşlik ve ilişkilendirmelere karşın temelde alt kültürlerin oluşturucu dinamiklerinin toplumdaki sınıfsal ya da tabakasal alanlar olmadığını belirtelim. Ancak toplumsal sınıflarla alt kültürler arasında zaman zaman dolaylı birtakım ilişkilendirmelerin söz konusu olabildiğinin altını da çizelim.

Alt kültürel alanlar çoğu zaman müzik, giyim kuşam, belli renklerin kullanımıyla ya da belli işaretlerle sembolleştirilir. Örneğin, mor rengin feministlerce,

yeşilin çevrecilerce tercih edilmesi gibi. Diğer yandan her bir alt kültür içerisinde belli davranış kalıpları, tepki biçimleri biçimlendirilir. Örneğin, çevreciler ılımlı direniş ifadesidir. Motosikletli çeteler, etrafa şiddet uygulayan dinsel ve etnik gruplar vb. ise kendilerini şiddete başvurarak ifade ederler.

Kültürel bir olgu olarak alt kültürün farkına varılması 1920'lere kadar gider. Ancak bilimsel bir bakış açısıyla ele alınması 1960'lı yılların ortalarında başlar. Özellikle gençlik üzerine yapılan sosyolojik çalışmalarda alt kültür olgusunun farkına varılmıştır. 1960'ların ortalarından itibaren ise alt kültür İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'nun önemli ilgi alanlarından biri haline gelmiştir. Glasgow Medya Grubu'nun da gençlik alt kültürleriyle ilgili çeşitli araştırmalar yaptığı bilinmektedir.

II. Dünya Savaşı'nın çocukları 1960'ların gençleri olmuştur. Savaş sırasında çekilen acılar, yokluk, yoksulluk, ölüm, hastalık vb. acılara bir de kapitalist sistemin acımasız sömürü ilişkilerinin eklenmesi, 1960'ların gençliğini oluşturan savaşın çocuklarının isyankar eğilimler geliştirmesini kolaylaştırmıştı. Öyle ki 60'lı yıllar Avrupası'nda gençlik, isyanını çok farklı görünümlerle dökmüştü sokağa. Rock grupları, punklar, hippiler, motosikletli çeteler, öfke ve şiddetin kol gezdiği üniversite yerleşkeleri vb. Amerika'da da durum farklı değildir. Orada da siyah gençlik, jazz ve blues grupları, feministler, çevreciler vb. gruplar demokrasi ve özgürlük talepleriyle dökülmüşlerdi sokaklara. Gençlik grupları yalnızca savundukları görüşlerle değil, giyim kuşamlarıyla, yaşam biçimleriyle, tavır ve davranışlarıyla, konuşma jargonlarıyla da birbirlerinden çok farklı, en önemlisi de toplumdaki yaygın kültürden farklı kültürel adacıklar biçiminde dağılmışlardı genel kültür içerisine. Gençlerin bu yönelimleri özellikle de kapitalist sistemin karşısında duran eleştirel solcu entelektüellerin demokrasi ve özgürlük adına da umutlanmalarına yol açıyordu. Bunlardan biri Frankfurt Okulu düşünürlerinden Marcuse'dir. *One Dimensional Man* (1964) adlı, Türkçeye de *Tek Boyutlu İnsan* adıyla çevrilen kitabında Marcuse toplumların tektipleşmeye gitmesinin insanlığı diktatörlüklere götürebileceği tehlikesine işaret ettikten sonra, ancak gençlik hareketleri ve birtakım alt kültürel oluşumların daha demokratik toplumların oluşumunu olanaklı kılacaklarının altını çizer.

Alt kültürler genellikle belli dönemsel koşullar içerisinde doğar, bir süre sonra da ya genel kültüre eklemlenerek zamanla genel kültürün, daha doğrusu popüler kültürün bir kesiti haline gelirler, ya da direnç ve protest tavırlarını koruyarak zaman içerisinde marjinal bir niteliğe bürünürler (Hebdige, 2004). Örneğin, 1960'larda Batılı ülkeleri sarsan gençlik hareketleri ve ona bağlı olarak oluşan alt kültürlerin çoğunluğunun sistemin içerisine alınarak orada eritildikleri gözlenmektedir. Öğrenci olayları da henüz sistem için tehlike oluşturacak bir düzeye gelmeden önlendi. Dolayısıyla da bir zamanların rock'n roll'u şimdilerin popüler müziğinin önemli bir kesitini oluşturmakta. Türkiye'de arabesk müzik ilk doğduğu 1960'lı yıllarda büyük kentlerin etrafını kuşatan gecekondulu gençlik tarafından daha çok dinlenilirdi. Ama daha sonraları, özellikle de 1980'lerden başla-

yarak arabesk müzik toplumda yaygınlaşmaya başladı ve bugün toplumun tüm kesimlerinde kabul gören bir müzik haline gelmiş bulunuyor. Burada Richard Hoggart'ı da anımsayarak şu noktayı vurgulamak gerekir. Bir toplumda belli alt kültürel alanların süreklilik göstermesinde, toplumun geneline yayılarak o toplumun popüler kültürü durumuna gelmesinde ya da yok olup gitmesinde hiç kuşkusuz o toplumun egemen güçlerinin kendilerini hangi kültürle ilişkilendirdiklerinin etkisi önemlidir. Günümüz kapitalist toplumlarında egemen gücün de burjuvazi olduğunu unutmayalım. Buna göre örneğin, Türkiye'de kendisini seçkin üst kültüre değil, popüler kültüre daha yakın bulan bir burjuvaziden söz edilebilir. Türkiye'nin üst kültür üretiminin İstanbul kökenli seçkinlerce yapıldığı, oysa sermayenin Anadolu'da güçlendiğini, dolayısıyla Anadolu kökenli olduğunu düşünecek olursak burjuvazinin kendisini üst kültüre değil, toplumun yaygın kültürü olan popüler kültüre yakın bulmaları çok daha yüksek bir olasılıktır. Kapitalizmin belirmeye başladığı 1950'li yıllardan itibaren İstanbul ve Ankara gibi büyük kentlerde gazinonun, taverna kültürünün, arabesk müziğin de ona koşut gelişme göstermesi buna örnek gösterilebilir. Çünkü kapitalizmin öncülüğünü yapan Koç ve Sabancı aileleri Anadolu kökenliydi. Dolayısıyla onların kültürel ve estetik yönelimleri seçkinin yüksek kültürel alanına değil, daha çok halkın kültürel alanına doğru olmak durumundaydı. Oysa Batı'da iktidarı aristokrasiden devir alarak toplumun egemen kesimi haline gelen burjuvazi gerçek anlamda kentsoylu yapısıyla, entelektüel birikimiyle kendisini aristokrasinin kültürüyle, yani yüksek kültürle ilişkilendirmekte hiç de zorlanmadı. Bu nedenle de Batı'nın operası, balesi, resim sanatı vb. sanat ve kültür ürünleri burjuvazinin egemenlik alanının genişlemesine koşut olarak toplumda yaygınlaşarak, popüler kültüre eklenerek toplumun egemen kültürel yapısının temel oluşturucu ögesi olarak rol oynadı.

Diğer yandan bazı alt kültürel oluşumlar da çoğu zaman toplumdan fazla da yüz bulmayaak kendi küçük alanlarına sıkışıp kalırlar. Bu kültürel alanlar zaman içerisinde toplum içerisinde iyice sıkışıp daralırken varlıklarını marjinal kültürel alanlar olarak korurlar. Travestiler, lezbiyenler, geyler her toplumda oldukça yaygın olmalarına karşın hala bizim gibi toplumlarda genel kabul görebilmiş değildirler. Bu nedenle bu tür marjinal alt kültürel gruplar bugün varlıklarını yer altı (underground) kültürler olarak sürdürmektedirler (Huxley,2001). Bu tür yeraltı kültürler çoğu zaman toplumların özellikle de kaos dönemlerinde ya da yönetsel boşluk durumlarında yerüstüne çıkarak toplumsal gidişi kendi dünya görüşleri doğrultusunda yönlendirmeye çalışırlar.

Kültürel Çalışmalar

İncelemelerinin merkezine kültürü koyan, akademik ve entelektüel bir çalışma alanı olarak biçimlenen kültürel çalışmalar ilk olarak İngiltere'nin Birmingham Üniversitesi'nin İngiliz Dil ve Edebiyatı Bölümü bünyesinde 1964 yılında Richard

Hoggart, Raymond Williams ve Stuart Hall'ın öncülüğünde *Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi* adıyla bir araştırma merkezi olarak kuruldu. Merkezin çalışmaları kısa sürede hem akademik çevrelerin hem de entelektüel çevrelerin dikkatini çekti. Merkezde ele alınan konuların (ırk, etniklik, cinsiyet, çevrecilik, medya, ideoloji vb.) o sıralarda Batı dünyasında gerek siyasi gerekse de entelektüel çevrelerde ateşli tartışmalara hedef olan konu ve sorunlara da karşılık gelmesi Merkezin kısa sürede söz konusu çevrelerin dikkatini çekmesine neden oldu. Bunun yanı sıra Merkezin kurucularının sol enteletüel kesimde yer almaları ve sol ideolojik kavram ve kuramlara dayalı çalışmalar ortaya koymaları da Onun özellikle dönemin sol akademik ve entelektüel çevrelerde sempatiyle karşılanması sürecini getirmiştir. Örneğin, işçi sınıfı kültürü üzerine kafa yoran Hoggart'ın, sıradan insanların kültürü üzerine çalışan Williams'ın, etnik ve ırk gibi konular üzerine düşünen Hall gibi akademisyen ve entelektüellerin başı çekmesiyle kültürel çalışmalar yalnızca bir merkezin adı olarak kalmadı, bir akademik ve entelektüel akımın adı olmaya da başladı. Bir yandan sol entelektüel çevreler Merkezin çalışmalarına yakın ilgi gösterirken, bir yandan da pek çok üniversitede aynı ad ve benzer çalışma programıyla merkezler açıldığı görülmektedir. Kültürel incelemelerin zaman içerisinde ağırlıklı olarak televizyon dizileri, haber programları, sinema filmleri, reklam gibi medya metinleri üzerine yapılmaya başlanması kültürel çalışmalar geleneğinin giderek iletişim bilimlerinin önemli bir çalışma alanı durumuna gelmesine de yol açtı.

Diğer yandan kültürel çalışmaların yeni bir akademik ve entelektüel alan olarak belirdiği 1960'lı yıllarda Batı entelektüel dünyasında da pek çok kavram ve kuram yeni baştan tartışılmaktaydı. II. Dünya Savaşı'nın ardından Batı yalnızca siyasal ve ekonomik açıdan değil, entelektüel açıdan da yeni bir sürece girmişti. Savaş yalnızca siyasal açıdan değil ekonomik açıdan da ciddi bir bunalıma neden olmuş, ardından yeniden toparlanma süreci başlamıştı. Ancak bu toparlanma süreci yalnızca uygulamada değil, düşünsel anlamda da verili kuram, kavram ve de paradigmaların yeni baştan sorgulanmasına ortam oluşturmuştu. Bu sorgulama ve tartışmalardan en çok payını alan ise Marksizm içerisinde gelişen kavram ve kuramlardı. Daha açıkça söylemek gerekirse 60'lı yılların Batı'nın solcu entelektüelleri bir yandan zaman zaman bunalıma girse bile bir yandan giderek güçlenen kapitalizm, diğer yandan Avrupa'yı sarsan faşist diktatörlükler ve de Sovyet Sosyalizmi'nin Stalin'le diktatörlüğe dönüşmesi karşısında ateşli savunucusu oldukları Marksizme ilişkin müthiş bir kafa karışıklığı içerisine girmişlerdi. İşte tam da bu kafa karışıklığı esnasında süreçlerin kültür merkezli olarak ele alınmasını öneren kültürel çalışmalar akımının ortaya çıkması bu solcu entelektüeller için de yeni bir ufuk açıyordu. Özellikle de Marksist entelektüeller kültürü, ona bağlı olarak da ideolojiyi düşünsel sorgulamalarının merkezine taşıyarak Marksist anlayışı yeni baştan yapılandırmaya yöneldiler. Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi doğrudan Marksist düşünüşle ilgilenmek gibi bir tavır ortaya koymadıysa da kültürel çalışmalar geleneğine yakın duran pek çok entelektüel kendilerini

yeni Marksizmin temsilcileri olarak sunmaya heveslendiler. Özellikle de çalışmalarını postyapısalcı bakış açısıyla yönlendiren çoğu entelektüelin kültür ve ideolojiyi incelemelerinin merkezine koydukları, ama bu arada da kendilerini Marksist olarak lanse etmeye heveslendikleri gözlenmektedir. Ki kitabın önceki iki bölümünde bunların en bilinenleri üzerinde durulmuştu. 60'lı ve 70'li yıllar aslında pek çok entelektüel bakış açısının birbiriyle çakıştığı ya da çatıştığı bir dönem olarak da nitelendirilebilir. Modernizmin içine doğduğu, bütün düşünsel gelişimini modernizmin içerisinde biçimlendirdiği halde kendisini bir anda postmodernizmin düşünsel alanında gören entelektüellerin kafa karışıklığı, modernizmin yapısalcılarıyla postmodernizmin posyapısalcılarının hem birbirinden ayrılan, hem de birbiriyle çakışan düşünsel yönelimleri, klasik Marksistlerin eleştirel ekonomi politik merkezli görüşleriyle yeni Marksistlerin ideolojiyi merkeze taşıyan tavırlarının yarattığı kaos ve entelektüel düzeyde yaşanmakta olan bütün bu karmaşanın pratikte de karşılık bulması yeni bir entelektüel trend olarak doğan kültürel çalışmaların çeşitli kesimlerden ilgi görmesine zemin hazırladığı söylenebilir.

Kültürel çalışmalar bir şey değil, birçok şeydir. Kültürel çalışmaların eski yerleşik bilimlere entelektüel ve pratik anlamda bir hareketlilik ve yeni açılımlar kazandırdığı söylenebilir. Kültürel çalışmalar küreselleşme, post sömürgecilik, yapısalcılık, postyapısalcılık, feminizm, post Marksizm vb. entelektüel alan ve bilimsel disiplinlerle bir biçimde kesişen bir entelektüel ve akademik hareket alanı olarak da nitelendirilebilir. Buna göre kültürel çalışmalar bilimsel bir disiplin değil de, daha çok içerisinde pek çok kuram ve yöntemi barındıran ortak bir anlamlandırma ve ifade alanı olarak kabul edilmelidir. Metin çözümlemeleri, etnografi çalışmaları, psikanaliz, alan araştırmaları, alımlama çalışmaları, söylem çözümlemeleri vb. kültürel çalışmalar içerisinde kullanılan yöntembilimsel yaklaşımlardır. Çoklu kuramsal ve yöntembilimsel yönelimleri nedeniyle kültürel çalışmalar zaman zaman disiplin karşıtı olarak da tanımlanır. Kurumsallaşmış, yerleşik disiplinlerden farklı olması, belli sınırlılıklar içerisinde bulunmaması onun bu tür nitelemelere, bazen de eleştirilere maruz kalmasına yol açmaktadır. Zaman zaman bu yönleriyle eleştirilse de çoğu kimse de kültürel çalışmaların bu sınır tanımazlığını bilimsel bir özgürlük olarak değerlendirmektedir.

Kültürel Çalışmaların Özellikleri

Kültürel çalışmaların belli başlı özellikleri şöyle sıralanabilir:

- Konusu kültürdür. Özellikle de iktidarla ilişkili kültürel pratikler.
- Kültür olgusunu sosyal ilişkiler ve bağlamları içerisinde ele alır.
- Kültürel çalışmalar içerisnde kültür daima iki işleve sahiptir. Çalışmanın nesnesi olarak kültür. Politik eleştiri ve eylemin zeminini oluşturan olgu olarak kültür.

- Kültürel çalışmalar yerel ve evrensel kültürel alan ve söylemler arası ayrışmayı birleştirme ve yeniden anlamlandırma işlevini yüklenmiştir. Bilen ve bilinen, gözlemci ve gözlemlenen şey arasında ortak kimlik ve ortak çıkar oluşturma kaygısı.
- Kültürel çalışmalar kendisini modern toplumun ahlaki evrimleşmesine ve politik hareketin radikal bir kulvarının oluşmasına adamıştır. Ama bu demek değildir ki kültürel çalışmalar geleneği değer yargısı olmayan araştırmacılarla yapılmaktadır. Eleştirel politik harekete sahip biri de kendisini toplumun yeniden yapılanmasına adayabilir. Bu nedenle kültürel çalışmalar da endüstriyel kapitalist toplumlardaki egemen yapının anlaşılması ve değiştirilmesi hedefini güder (Sardar and Loon, 1997:9).

Kültürel çalışmalar ideoloji, dil ve edebiyat çalışmalarının yakınlaşmasından, hatta iç içe geçmesinden doğan bir araştırma geleneğidir. Kültürel çalışmalar geleneğinin biçimlenmesinde yapısalcılığın ve postyapısalcılığın önemli bir etkisi var. Bu nedenle de sembol ve simge kavramları kültürel çalışmaların da temel kavramlarıdır. Yine bu nedenle kültürel çalışmaların yöntembilimsel geleneğinin temelinde dilbilimsel çözümlemeler vardır. Bunun üzerine gelişen söylem, alımlama, göstergebilim ve ideoloji çözümlemeleri yapısalcı ve postyapısalcı anlayışlar içerisinde geliştirilmiş yöntembilimsel yönelimler olup kültürel çalışmaların da yöntembilimsel çatısını oluştururlar.

Kültürel Çalışmaların Kurumsallaşması

Raymond Wiililams'ın, Richard Hoggart'ın ve Stuart Hall'ın öncülüğünde 1964 yılında İngiltere'nin Birmingham Üniversitesi İngiliz Dil ve Edebiyat Bölümü bünyesinde bir araştırma merkezinin kurulmasıyla başlar kültürel çalışmaların öyküsü. Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi (Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) adıyla kurulan merkezde önceleri Hoggart'ın ve Williams'ın etkisiyle daha çok işçi sınıfı kültürü, toplumdaki yaygın popüler kültürel formlar üzerine araştırmalara başlanır. Böyle bir merkezin kurulmasındaki asıl amaç E.P. Thompson, Hoggart ve Williams gibi işçi sınıfı ve sıradan halkın kültürü üzerine kafa yoran kültür düşünürlerinin dünyanın, özellikle de İngiliz Kültürü'nün Amerikan Kültürü tarafından hızla kuşatma altına alınması karşısında duydukları kaygı ve bir an önce bu konuda bir şeyler yapma gereğine duydukları inançtır. Özellikle de İngiliz işçi sınıfının Amerikan Kültürü'ne hızla artan yönelimi karşısında söz konusu düşünürler bir an önce çalışmaları başlatmak istiyorlardı. Aslen Jamaikalı siyahi bir aileden gelen Stuart Hall da benzer bir kaygıyla onlara katılmıştı. Hall'ın kaygısı ise Amerika'nın kuşatmacı kültürel yönelimi karşısında etnik kültür ve kimliklerin yok olma tehlikesiyle karşı karşıya oldukları yönündeydi. Dolayısıyla da Hall kültürel çalışmalar alanına daha çok etnik, ırk ve alt kültür konularındaki çalışmalarla katkı verir.

1970'li yılların ortalarından itibaren ise merkezde daha mikro düzlemde ve metin ağırlıklı çalışmalara yönelindiği gözlenir. Dilbilimcilerin, yapısalcıların, postyapısalcıların öncülüğünde çeşitli çalışmalar yapılır. Özellikle de Hall'ın merkezden ayrılması ve Angela McRabbie'nin merkezin başına geçmesiyle birlikte kadın çalışmalarına doğru belirgin bir kayma dikkati çeker.

Merkezdeki bu değişimin de etkisiyle kültürel çalışmalar geleneği içerisinde gerçekleştirilen çalışmaların giderek metin odaklı, hatta metin indirgemeci bir bakışla biçimlendiği gözlenir. Bu da aslında kültürel çalışmalar geleneğinin başta amaçlandığı gibi toplumun kültürel dokularına sızmak, en ince ayrıntılarına kadar incelemeler yapmak, kültür yoluyla iktidar ilişkilerinin nasıl işlediğine ilişkin sorulara yanıt bulmak, yine kültürden hareketle insanlığın ve toplumun gidişatına ilişkin öngörülerde bulunmak gibi kaygıların bir yana bırakılmasına yol açtı. Kültürel çalışmaların gerçek yaşamdaki kültürel pratiklerden soyutlanarak metne, özellikle de medya metinlerine sıkıştırılması pek çok eleştirilere de hedef olmasına neden olur.

Kültürel çalışmalarda izleyicinin aktifliği kabul edilir. Kültürel Çalışmalar Okulu'nun da içerisine doğduğu 1960'lı yıllarda çoğulcu liberal düşünsel iklimin egemen olduğunu, bu durumun iletişim alanındaki çalışmaları da etkilediğini ve iletişim araştırmalarının izleyici merkezli bir eksene kaydığını belirtmiştik. Eleştirellik iddiasında olmakla birlikte kültürel çalışmalar kapsamında gerçekleştirilen araştırmaların da egemen düşünsel iklimin etkisinde olduğu gözlenmektedir. Bunun en somut yansıması ise kültürel çalışmalarda da izleyicinin aktifliği tezinin benimsenmiş olmasıdır. Bu yönelim alımlama çözümlemesi tekniğinin gelişmesine olanak verir. David Morley'in alımlama çözümlemesine örnek oluşturan *Nationwide* çalışması bu açıdan önemlidir. Stuart Hall da kodlama ve kodaçımlamayı konu alan ünlü makalesiyle buna önayak olur. Bu yaklaşıma göre metin önemlidir, ancak izleyicinin metin üzerinde etkili olması, okuma yaparken metni yeniden üretmesi de söz konusu olabilmektedir. Bu bakış açısıyla sürecin üretici tarafı, yani yazar dışlanmakta. Medyanın ekonomi politiği ile ilgilenenlerin kültürel çalışmalara temel karşı çıkış noktaları da burasıdır. Ürünün ve izleyicinin merkeze konulmasıyla sisteme ilişkin sorgulamaların göz ardı edildiği, oysa asıl önemli olanın ne üretildiği ve nasıl tüketildiğinden çok kimler tarafından hangi amaçla üretildiği sorularının yanıtlanmasıdır. Kültürel çalışmalara egemen olan bu bakış açısıyla sistemin ve sistemdeki eşitsizliklerin ortaya çıkarılması önlenmiş olmaktadır (Golding ve Murdock,1997).

Nitekim kültürel çalışmacılar kültürün ekonomik alt yapı tarafından biçimlendirilen bir üst yapı kurumu olduğu tezini kabul etmezler. Bunun tersine kültürün, vatandaşları ve onların önceliklerini yansıttığını ileri sürerler. Bununla ilişkili olarak kültürel çalışmacıların popüler kültüre bakışları da ekonomi politikçilerden farklıdır. Kültürel çalışmacılara göre popüler kültür, egemen kesimin topluma yanlış bilinç aşıladığı bir ortam değil, halkın kendi sesi, kendi temsilidir. Popüler kültür insanlara bir çeşitlilik ve özgürlük alanı sunmaktadır.

Ama diğer yandan kültürel çalışmalar içerisinde Gramscian yaklaşım büyük ilgi görür. Hatta "hegemonya" kültürel çalışmaların anahtar kavramlarından biri olarak da değerlendirilebilir. Buna göre kültür, iktidar yoluyla toplumda egemen olma çabasının bir yansımasını oluşturmaktadır. Gramsci'ye göre entelektüel ve ahlaki önderlik, tarihsel bloku organize bir çimento gibi birleştirerek daha yüksek bir sentez olarak kolektif iradeyi oluşturur. Bu durumda entelektüel ve ahlaki önderliğin, geri kalanlara ideolojik telkinler yapan bir merkez olarak algılanması olasılığı vardır. Gramsci sınıfları siyasi özneler olarak görmez. Bunun yerine karmaşık kolektif iradeler üzerinde durur. Bundan hareketle ideolojileri de sınıflarla ve sınıfsal kimliklerle özdeşleştirmeyerek Marksizmden uzaklaşır. Gramsci dolayısıyla da toplumda varolan grupların veya toplumsal sınıfların hegemonik ortamları kullanarak egemenliği nasıl ele geçirebildikleri üzerinde yoğunlaşır.

Gramsci'nin üzerinde durduğu bir başka önemli nokta ise rıza'dır. Ona göre topluma doğrudan denetim uygulamak yoktur, rıza oluşturma isteği vardır. Bu bir yanıyla egemenlik ilişkilerinin toplumda tarafların aktif katılımlarıyla sürekli canlı tutulması, dolayısıyla da güçlendirilmesini olanaklı kılmaktadır. Raymond Williams ise hegomanyanın "bir egemenlik biçimi olarak edilgin biçimde var olmadığını, sürekli olarak yenilenmek, yeniden yaratılmak, savunulmak ve değiştirilmek zorunda olduğunu ileri sürer. Var olan kültürel değerler egemen grupların çıkarlarına en iyi hizmeti verebilecek biçimde yapılandırılırlar ve yorumlanırlar" (Shoemaker, Reese, 1997)

Kültürel çalışmaların üzerinde durduğu bir başka önemli konu ise alt kültürlerdir. Özellikle Dick Hebdige'nin çalışmalarıyla biçimlenen alt kültür çalışmaları 1970'li yıllarda kültürel çalışmacıların gözde konuları arasında yer alır. 1980'li yıllarda ise kültürel çalışmaların ilgi alanının kadın çalışmalarından cinselliğe, spora, çevreciliğe doğru genişleme gösterdiği gözlenmektedir.

Althusser'in İngiliz kültürel çalışmaları üzerindeki etkisinin 1970'lerde başladığı gözlenmektedir. Dil ve ideoloji çözümlemelerinin büyük ölçüde Althusser'in öncülüğünü yaptığı yapısalcı geleneğin etkisinde gerçekleştirildiği görülmektedir. İlginç olan ise Althusser'in İngiliz kültürel çalışmaları içerisinde bir yandan ilgiyle izlenmesi bir yandan da tepkiyle karşılanmasıdır. Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi tarafından çıkarılmakta olan *Journal of Cultural Studies (Kültürel Çalışmalar Dergisi'*nde Althusser üzerine değerlendirmelere geniş yer verilir. Örneğin, Stuart Hall, çalışmalarında Althusser'in görüşlerinden önemli ölçüde beslenmekle birlikte onu açıkça onayladığını belirtmekten her zaman kaçınmıştır. E.P. Thompson ise Gramsci'nin kendisi için önemli olduğunu söylemekten çekinmez.

Kültürelcilerin kendi içlerinde yaşadıkları çelişki ve çatışmalara bir de ekonomi politikçilerin saldırılarının eklenmesiyle kültürel çalışmaların giderek bir tıkanma noktasına geldiği görülmektedir. Son yıllarda kültürel çalışmaların eleştirel ekonomi politikçilerin sert eleştirileriyle karşı karşıya bulunduğunu da burada belirtmek gerekir. Ekonomi politikçiler, kültürelcilerin metin ve dil indirgemeci bakışını eleştirmektedirler. Bu arada Nicholas Garnham ise bütün bu çatış-

ma ve ayrı kulvarlarda yol almanın kimseye bir yarar getirmeyeceğini belirterek her iki yaklaşım arasında uzlaşma sağlanmasını ve her iki yaklaşımın sentezlenmesi için çaba gösterilmesi gereğini dile getirir (Garnham,2008).

Kültürel Çalışmaların Yaygınlaşması

Bütün çelişki, eleştiri ve tıkanmalara karşın kültürel çalışmaların bir yandan da dünya çapında yaygınlaşmasını sürdürdüğü dikkati çekmekte. Bugün gerek İngiltere'de gerekse dünyanın pek çok ülkesindeki üniversitelerde kültürel çalışmalar yer yer moda olarak yer yer de bilinçli bir tavırla açılan bölümler, programlar ve araştırma merkezleriyle etkinlik alanını genişletmeye devam etmektedir. Burada kültürel çalışmaların özgün yönelim gösterdiği bazı ülkelerdeki duruma kısaca bakmak, konunun açıklık kazanması açısmdan yararlı olacaktır.

Amerika'da Kültürel Çalışmalar

İngiltere'nin ardından Amerika Birleşik Devletleri'nden kültürel çalışmalara ilgi gösterildiği gözlenmektedir. Kültürel çalışmaların Amerika'da varlık göstermeye başladığı 1980'li yıllar kıtada sosyal bilimlerin bir karmaşa içerisine girdiği döneme rastlar. Pek çok bilimsel disiplin sosyal kimlik politikalarıyla ve kültürel formların temsillerinin incelenmesi çalışmalarına kaymaya başlamıştır. Örneğin, medyada etnografik çalışmalar merkezi bir konuma geçmiş. Medya metinlerinde temsil konusu gözde çalışma alanı haline gelmiştir. Medya, ortak kültür yaratmanın önemli bir aracı olarak görülmeye başlanmış. Böyle bir bilimsel ve düşünsel ortamın ise kültürel çalışmalara ev sahipliği yapması hiç de zor değildi (Sardar and Loon, 1997:57). Özünde eleştirel entelektüel bir gelenekten gelen kültürel çalışmaların Amerika'da kısa sürede liberal eğilimin içerisinde profesyonel bir uğraş alanı olarak organize edildiği görülmektedir. Sol entelektüel geleneğin Amerika'da görece daha az etkin olması, kültürel çalışmaların da var olan sistemin politik ve kültürel işleyişiyle ilgilenmeyen akademisyenlerin ve araştırmacıların ilgi alanına girmesini kolaylaştırdı. Dolayısıyla kültürel çalışmaların Amerika'da Marksist temelinden tümüyle uzaklaşması sürpriz olmadı. Nitekim o dönemlerden başlayarak Marksizm, postmodernistlerin şiddetli saldırıları altındaydı. Fransız düşünür Jean François Lyotard *Postmodern Durum* (2000) adlı kitabıyla Büyük anlatılara yönelik kuşkucu postmodern görüşün temelini atar. Lyotard'ın ardından pek çok postmodernist entelektüel Marksizmi aydınlanma projesinin devamı olarak ele almaya başlar ve salt indirgemecilikle suçlarlar. 1989 yılında Sovyetler ve Doğu Blok'u ülkelerinde belirmeye başlayan antikomünist yönelimler de Amerika'da kültürel çalışmaların Marksist temelden uzaklaşmasında etkili olur.

Kanada'da Kültürel Çalışmalar

Kültürel çalışmaların belirgin biçimde ilgi gördüğü bir ülke de Kanada'dır. Burada kültürel çalışmaların büyük ölçüde Kanada deneyimi olarak nitelenen konuların ve sorunların üzerinde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Kanada'nın kendine özgü özellikleri vardır. İngilizce, Fransızca dillerinin konuşulduğu, sürekli olarak çeşitli iktidar ve hak talebi içerisinde bulunan azınlıkların yaşadığı bir ülke olması kültürel çalışmaların da burada daha özgün bir gelişme göstermesine olanak verdi. Dolayısıyla da Kanada'da kültürel çalışmalar Kanada'nın sosyokültürel sorunlarına yoğunlaştı. Bu nedenle de burada kültürel çalışmalar çok daha uygun bir gelişme süreci içerisinde ve kendi özgün kimliğiyle biçimlendi (Sardar and Loon, 1997:62).

Avustralya'da Kültürel Çalışmalar

Kültürel çalışmaların ilgi gördüğü bir ülke de Avustralya'dır. Bilindiği gibi Avustralya'da entelektüel yaşam çoğunlukla İngilizler tarafından biçimlendirilmiştir. Buna bağlı olarak Avustralya'da kültürel çalışmalar da büyük ölçüde İngiilz kültürel çalışmalar geleneğinin bir uydusu biçiminde gelişir. Ancak ilginç bir nokta Avustralya'da kültürel çalışmaların bir yandan da Avustralya sinema endüstrisinden para götürenlerin kararlarının etkisi altında biçimlenmesidir.

Fransa'da Kültürel Çalışmalar

Kurumsal anlamda olmasa bile kültürel çalışmaların beslendiği ve de gelişme gösterdiği ülkelerden biri de Fransa'dır. Ülkede 1960'lardan itibaren yaşanan toplumsal ve kültürel sorunlar, Fransa'nın sömürgelerden çekilmesi, ülke içerisinde yaşanan bölünmeler vb. "Fransız kimdir?", "Fransa neresidir?" sorularını gündeme getirmiş. Fransız kültürel çalışmaları da özde bu iki soru üzerinde yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla da etnik kimlik, din ve dil Fransız kültürel çalışmalarının öncelikli inceleme konuları olarak belirir. Diğer yandan Amerikan kültürel kuşatması Fransızları da tedirgin etmekteydi. Bu nedenle Fransız kültürü de kültürel çalışmaların önemli bir inceleme konusu olmuştu. Diğer yandan çok sayıda Fransız düşünür yalnızca Fransa'da değil Amerika ve İngiltere başta olmak üzere kültürel çalışmaların pek çok ülkedeki gidişatına dolaylı olarak yön vermişlerdir. Foucault, Baudrillard, Lyotard, Althusser ve elbette ki Bourdieu. Burada özellikle de Fransız kültürel çalışmalarının temsil edici bir ismi olması açısından Bourdieu üzerinde kısaca durmakta yarar var.

Pierre Bourdieu: Fransz kültürel çalışmalarında temsil edici konumda bir düşünürdür. "Kim, ne tür kültürel tüketim yapıyor ve bu tüketim ne tür etkiler altında gerçekleşiyor?" sorusuyla başlar Bourdieu. **Kültürel kapital** onun geliştirdiği önemli kavramlardan biridir. Ama bundan önce Bourdieu sermaye, başka bir deyişle kapital kavramını tartışmalarının merkezine koyar. Ona göre toplum-

da üç tür kapital vardır: Ekonomik kapital, sosyal kapital, kültürel kapital. Bu üç kapital biçimi de birbiriyle ilişkilidir, üçü de işbirliği içindedir. Buna göre doğrudan ekonomik değere dönüşebilen kapital, dolaylı olarak, eğitim vb. koşullar altında ekonomik kapitale dönüşebilen kültürel kapital, toplumda belli sınıfsal konumlanmalarla özdeşleştirilen toplumsal kapital (Bourdieu 2010: 49). Toplumda aslında her birey öncelikle bir sosyal kapitale sahiptir. Sahip olduğu sosyal kapital onun toplumsal konumunu, toplumda içerisinde bulunduğu toplumsal sınıf ya da tabakayı belirler. Sahip olduğu sosyal kapital gereği de birey ekonomik ve kültürel kapitale sahip olur. Dolayısıyla sosyal kapital bakımından ayrışma ekonomik ve kültürel kapital bakımından da ayrışmaya temel oluşturur. Daha açıkçası bireyin içerisinde yer aldığı toplumsal kesim (üst, orta, alt vb.) onun toplumdaki ekonomik gücünü ve kültürel etkinliklerini belirler. Buna göre örneğin, aristokrat kesim içerisinde yer alan bir bireyin ekonomik kapital açısından da toplumdaki konumlanışı hiyerarşinin en üst kesitidir. Toplumun üst tabakasında yer alan bireyin toplumdaki kültürel yönelimleri de yüksek kültür düzeyinde olur. Dolayısıyla kültürel kapital olarak da oldukça yüksek düzeyde konumlanmış olur.

Bourdieu kültüre ilişkin çözümlemelerini kültürel kapital kavramı etrafında biçimlendirir. Buna göre toplumdaki bireyler sahip oldukları kültürel kapitale göre kültürel etkinliklere katılır, kültürel ortamlarda bulunurlar. Farklı kültürel kapitale sahip bireyler ve grupların kültürel anlamda yolları da kesişmez. Hatta bu anlamda toplumda önemli bir ayrışma ve eşitsizlik söz konusu olur. Örneğin, önemli sanat galerilerini, müzeleri ziyaret edenler, kentin en şık konser salonlarında klasik müzik dinleyenlerin sahip oldukları kültürel kapital oldukça yüksek değerdedir. Bu kesim, sınıfsal ve eğitim düzeyi açısından buraları ziyaret etmeyenlerden oldukça farklıdır. İşçi sınıfından gelenler ise sanat galerilerini ziyaret etmezler. Modern sanattan uzak dururlar. Onlar için kültürel uğrak yerleri kilise, piknik alanları, ucuz yiyecek ve giysi satışı yapılan semt pazarları, zaman zaman ucuz sirk gösterim alanları, orta halli sinema salonları vb. dir. Bu noktada kültürel kapitali belirleyen daha çok ekonomik kapitaldir. Diğer yandan toplumda kütüphaneleri ve alışveriş merkezlerini ziyaret edenlerin de Bourdieu'ya göre yolları asla çakışmaz. Kütüphaneleri ziyaret edenlerin sahip oldukları kültürel kapital ile bütün serbest zamanlarını alışveriş merkezlerinde geçirenlerin kültürel kapitalleri arasında da büyük farklılık vardır. Burada da kültürel kapitale öncelikle sosyal kapitalin temel oluşturduğu gözlenmektedir.

Bourdieu'ya göre kültürel kapital çoğu zaman sosyal ve ekonomik kapital nedeniyle toplumda açıklık kazanan eşitsizliklerin meşrulaştırılmasına da aracılık eder. Buna göre sosyal ve ekonomik kapital açısından toplumun en üst düzeyinde yer alan kesimin sanat galerilerini ziyaret ederek, şık salonlarda klasik müzik konserleri dinleyerek, modaya uygun giysilerle dolaşarak ortaya koyduğu seçkin ve kültürlü sınıf, estetik beğeni düzeyi gelişmiş insanlar imgesi onların toplumdaki varlıklarını meşrulaştırıcı yönde işlev görmekte. Dolayısıyla da Bourdieu'ya göre estetik yargılar her zaman nesnel, kendiliğinden estetik bir mantık ortaya

koymazlar. Çoğu zaman estetik farklılıklar, sınıfsal farklılıkların yerine konularak egemen kesimin diğer sınıflar üzerindeki egemenliğini onaylatmasını ve güçlendirmesini olanaklı hale getirir.

Her toplumsal kesimin kendine göre sahip olduğu bir kültürel kapital vardır. Yüksek sınıf yüksek kültürel kapitale sahipken işçi sınıfının da küçücük kültürel kapitalleri vardır. Ancak onlar onu kültürel iktidarla savaşım içinde sistematik olarak yitirirler. Kültürel kapital beğeni alıştırması yapmak için yatırıma dönüştürülürse, kendi sahiplerine yüksek kazanç getirebilir. Bu, yönetici sınıf tarafından onaylanmak, yönetici sınıfa dahil olabilmek, doğru taraftan olabilmek biçiminde bir kazançtır. Pek çok insanın sanat galerilerinde görünmeleri, hiç anlamasalar bile sergi açılışlarına gitmeleri, pahalı tablolar satın almaları bu yöndeki çabalara örnek gösterilebilir. Oysa Bourdieu'ya göre sanat işi yalnızca kültürel kapitale gerçekten sahip olanlar ve içinde bulundukları kültürel kodları çözümleyebilenler için anlamlı ve ilgi çekicidir. Diğerleri ise sanat ortamlarına, başkalarına gösteriş yapmak, sosyal çevre edinmek için katılırlar (Bourdieu,1984). Bu noktada da kültürel, sosyal ve ekonomik kapitalin birbirine dönüştürülmesi, birbiri uğruna araçsallaştırılması söz konusudur. Ekonomik kapitale sahip olan, ancak sahip olduğu kültürel kapital bakımından yolu üst sınıftan insanlarla asla çakışmayacak biri paranın verdiği güçle sanat galerilerine giderek, lüks restoranlarda yemek yiyerek, konser salonlarına uğrayarak bir biçimde üst sınıftan insanlarla tanışma ve bir arada olma olanağı yaratmaya çalışır. Bu da onun giderek daha üst düzey sosyal kapitale sahip olması sürecini getirebilir. Bourdieu da sahip oldukları kültürel kapitalden hareketle toplumdaki eşitsizlikleri, farklılıkları ve hareketliliği çözümlemeye yönelir.

Güney Asya'da Kültürel Çalışmalar

Kültürel çalışmaların Güney Asya'da da belirgin ölçüde gelişme gösterdiği gözlenmektedir. Kültürel çalışmalar Hindistan'a İngilizler tarafından taşınır. Jit Singh Libero'nun *Science and Culture* (1978) adlı kitabı bu anlamda önemli bir öncüdür. Claude Alvares'in *Homo Faber: Technology and Culture in Iindia, China and The West* adlı kitapları, Ashis Nandy'nin *Alternative Sciences* (1980) adlı çalışması Batı bilimindeki rasyonelliğin patolojisini ve modernizmin eleştirisini içeren çalışmalardır. Hindistan'daki yazarlar bilimin Batılılarca politikleştirildiği üzerinde durmaktadırlar. Hindistan'daki kültürel çalışmalar da daha çok bu konuya yoğunlaşır (Sardar and Loon,1997:76).

Diğer yandan Hindistan'da M.K.Gandhi'nin etksinde gelişen bir kültürel çalışmalar kulvarı da dikkati çeker. Modern bağımsız Hindistan'ın kurucusu Gandhi'nin özgür Hint kültürü oluşturma çabaları onu destekleyen kültürel çalışmacıların da araştırmalarını ve entelektüel çabalarını bu yöne kanalize etmelerini sağlar. Kültürel çalışmaların bu boyutu Vandana Shiva ve Ramig Berruni tarafından olgunlaştırılır.

Teşasxini Niranjane, Susie Tharu ve Rajesxari Sunder Rajan gibi kültürelciler ise Hindistan'da yaygın olarak konuşulan İngilizce ve Hint kültürü ilişkisi üzerine kafa yoran düşünürlerdir. Ashis Nandy ise Güney Asya kültürel çalışmalarının yerel kültür, yerel halk ve yerel bilinç konularına yoğunlaşması yönünde çaba gösteren önemli bir kültürelcidir.

Kültürel Çalışmalarda Zižek Açılımı

Kültürel çalışmalarla ilgilenen akademik ve entelektüel çevrelerde özellikle son on yıldır tartışma gündemine yerleşen düşünürlerden biri de Slavoj Žižek'tir. Yazdığı kitaplarla, ortaya koyduğu tezlerle, politik yönelimleriyle hem olumlu hem de olumsuz tepkilere hedef olan Žižek'i kültürel çalışmalar alanına taşıyan görüşlerinin merkezinde ise kapitalist küresel kültüre ilişkin çözümlemeleri yer alır. Bu bağlamda Žižek öncelikle kültürel üretime egemen olan postmodern özne kurgularını sorgular ve onların yerine cogitonun (kendisine saydam olan düşünen özne) çağdaş uzantısı olarak gördüğü Lacancı öznenin konulmasını önerir. Çünkü ona göre küresel kapitalizmin ve onun ideolojisinin çözümlenebilmesinin tek yolu postmodernizmin gizlediği öznenin öteki yüzünü ortaya çıkarmaktır. Öznenin gizlenmiş ötekisini ortaya çıkarmak, özneye de kendisini aynada görme olanağı verecektir (Žižek, 2003:8).

Žižek'e göre bu, saklı tutulan, ötekinin ötekisi Lacan'ın "gerçek" olarak tanımladığı ve küresel kapitalizmin ideolojisiyle kuşatılmış günümüz dünyasında en çok gözden ırak tutulmaya çalışılan şeydir. Žižek'e göre kültür de aslında insan ve doğa arasındaki ilişkiyi gerçekte olduğu gibi değil, istenildiği gibi biçimlendirmeye yarar. Bu, toplumdaki her insanın kendi isteği değil, başkalarının, güce sahip olanların istekleridir. Toplumda gücü elinde bulunduran kesimler, ondan yoksun olanların tavır, davranış, ilişki ve algılayış biçimlerini de kendi istedikleri yönde oluştururlar. Žižek başta özne olmak üzere tüm kültürel üretimlerde böyle bir gerçeğin içkin olduğunu ve bunu açığa çıkarmaya çalışır (Žižek, 2004:21). Dolayısıyla da insanların kültürlerinin kendilğinden oluşumu da bu görüşe göre kandırmacadan başka bir şey değildir. Toplumdaki sıradan insanların, kitlelerin kültürü de toplumun egemen kesimleri tarafından biçimlendirilir.

Lacan'ın yanı sıra Hegel'den de etkilenir Žižek. Ona göre küresel kapitalizmin simgeleştirmesine, simgesel varoluşuna direnen gizli özne, bastırılmış, görünmez kılınmış öteki açığa çıkarılırsa ancak kapitalizmle de başa çıkma olanağı doğar. Bu uğraşta Žižek felsefeye de önemli bir görev yükler. Buna göre sorunun çözümü değil, ama tanımlanmasını, deneyimlediğimiz şeyin, pratiklerimizin nasıl bize sorun olarak gösterildiğini, yaşamlarımızın sahte sorunlarla nasıl kuşatıldığını felsefenin oraya çıkarması gereğinin altını çizer Žižek.

Žižek'e göre günümüz dünyasına egemen olan küresel kapitalizm bizleri doğrudan değil, dolaylı olarak tehdit etmektedir. Burada da ideoloji ve elbette kültürün araçsal kullanımı söz konusudur. Dolayısıyla da Žižek küresel kapitalizmle gö-

rünmez kılınarak sürdürülen tehditlerin, felsefenin de desteğiyle görünür hale getirilmesi gereğinin altını çizer. Bu kapsamda felsefenin de olanaklarından yararlanarak küresel kapitalizmin doğrularının gerçekte doğru olup olmadığı, kimlerin doğrusu olduğu, kimleri tehdit ettiği vb. sorulara yanıt arar Slavoj Žižek.

Kültürü merkeze koyan bu çözümlemeleriyle bir yandan da aslında kapitalizmin ideolojisinin nasıl işlediğini göstermeyi amaçlar. Žižek'e göre asıl gizemin kaynağında ideolojinin işleyiş biçimi vardır. Bu işleyişi anlamak ve açıklayabilmek pek çok gizemin de açıklık kazanmasını sağlayacaktır (Kay, 2006:17). Özellikle de Žižek'in kültür ve ideoloji merkezli görüşlerinin de etkisiyle olsa gerek, son yıllarda kültürel çalışmalar geleneğinin felsefeyle de belirgin biçimde bir yakınlaşma gösterdiği gözlenmektedir. İlk başlarda dilbilim ve edebiyat alanının içerisine doğan kültürel çalışmaların şimdilerde edebiyattan sosyolojiye, iletişimden felsefeye sosyal bilimlerin pek çok alanıyla etkileşim içerisinde olması dikkat çekiyor. Bu, bir yandan onun giderek artan etki alanını, ama diğer yandan da hiçbir zaman kendi başına bir disiplin haline gelemeyeceği sinyalini vermektedir. Ama şurası da bir gerçektir ki, kültürel çalışmalar geleneği başından beri bir paradigma ya da kuramsal bir yaklaşım olarak değil, daha çok yöntembilimsel bir alan olarak biçimlendi. Şimdilerde ise bütün disiplinler kültürel çalışmaların yöntembilimsel havuzundan kendilerince içecek birkaç yudum su bulabilmektedirler.

Türkiye'de Kültürel Çalışmalar

Türkiye'de de İngiliz kültürel çalışmaları izlenerek yalnızca kültürün farklı boyutları değil aynı zamanda kültür ve edebiyat ilişkisi, kültürün edebiyat çalışmalarına, metinlere uygulanışı ele alınmaktadır. Her ne kadar Türkiye'de kültürel çalışmalar kuramsal ve eleştirel bir rotada sürmekteyse de henüz işin çok başında bulunulmaktadır. Türkiye'de kültürel çalışmaların diploma derecesi veren ilk kurumsallaşmasının 1992-93 eğitim öğretim yılında Hacettepe Üniversitesi İngiliz Dil ve Edebiyatı bölümü bünyesinde kurulan **İngiliz Kültürel Çalışmalar Programı** ile gerçekleştirildiği görülmektedir. Hacettepe'deki program İngiltere'nin Warwick Üniversitesi ve British Council'in işbirliği ile yürütülmektedir. Bunun yanı sıra Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde Kamu Yönetimi ve Siyaset Bölümü bünyesinde kurulan ve yüksek lisans düzeyinde eğitim yapan **Medya ve Kültür** programı da kültürel çalışmalar geleneğinin Türkiye'deki bir diğer sürdürücüsü olarak değerlendirilebilir. Bunların dışında çeşitli kamu ve vakıf üniversitelerinde kültürel çalışmalar konusunda, iletişim, sosyoloji veya dilbilim bölümleri kapsamında çeşitli düzeylerde dersler verilmekte, çalışmalar yapılmaktadır.

Ayrıca Türkiye'de özellikle 1990'lı yıllardan itibaren müzik, futbol, moda, popüler basın, kadın, medya okuryazarlığı vb konularda yapılan çalışmaların da kullanılan yöntembilimsel teknikler dikkate alındığında çoğunlukla kültürel çalışmalar kapsamında değerlendirilmesi gerekir. Son birkaç yıldır iletişim bilimciler arasında ilgi görmeye başlayan sosyal medya da kültürel çalışmalar açısından

önemli bir açılım olacak gibi görünüyor. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki Türkiye'de kültürel çalışmalarda henüz belirgin düzeyde bir özgünlük gözlenmemektedir. Daha çok İngiliz ve Amerikan kültürel çalışmalarının kopyalanması biçiminde bir gidişat izlenmektedir. Diğer yandan kültürel çalışmalar alanında yetişen, lisans, yüksek lisans ya da doktora derecesi alanların nerede, hangi mesleki adlandırma ve unvanla görev yapabilecekleri konusunda da henüz bir açıklık olmadığı dikkati çekiyor. Dolayısıyla da bugün Türkiye'de kültürel çalışmalar akademik çevrelerde hala içi doldurulmamış özentiden ibaret bir cazibe alanı olma özelliğini koruyor ne yazık ki.

Kültürel Bağımlılık, Kültür Emperyalizmi ve Küreselleşme

II. Dünya Savaşı'nın ardından dünya yeni bir sürece girmiş, toprak merkezli siyasal sömürgeciliğin yerini ekonomik ve kültürel sömürgecilik almaya başlamıştır. Bunda kapitalizmin o yıllarda yaşamakta olduğu bunalımın da etkisi büyüktür. Sistemin bunalımdan çıkması ve toparlanabilmesinin en geçerli yolu üretim ve tüketim hacminin denkleştirilmesiydi. Bunun için de başta Amerika olmak üzere kapitalist ülkelerin ürünlerini pazarlayacakları yeni ortamlar bulmalarına bağlıydı. Bu da kapitalist dünyanın az gelişmiş toplumlarla iyi ilişkiler kurarak, rızalarını alarak onları kültürel ve ekonomik açıdan kendi etki alanları içerisine almalarıyla ancak olanaklıydı. Bu, bir bakıma Gramsci'nin rızaya dayalı hegemonik ilişkiler kavramının uluslararası düzlemde uygulamaya geçirilmesi anlamına da geliyordu. Dolayısıyla sömürgeciliğin hem merkezinde hem de biçiminde önemli bir değişim yaşanıyordu. Avrupa'nın Fransa ve İngiltere gibi ülkeleri Asya ve Afrika kıtalarındaki sömürgelerini terk ederken Amerika dünyada tek güç olma yönünde startı vermiş ve yeni bir sömürgecilik anlayışını uygulamaya koymuştu.

Teknolojik açıdan gelişmiş ülkelerin diğer ülkelere, özellikle de yeni iletişim teknolojisi satışı yapmaya yönelmeleriyle yeni sömürgeleştirme süreci de başlamış oldu (Sarti, 1983:139). Amerikan Hükümeti destekli olarak, 1950'li yıllarda özellikle de Ortadoğu ülkelerinde yaptırılan çeşitli ampirik araştırmaların arkasında yatan amaç da buydu aslında. Daniel Lerner ve diğer araştırmacılar tarafından yapılan araştırmaları bu yönüyle değerlendirmek yanlış olmaz. Aynı şekilde önceki bölümde ele aldığımız gibi entelektüel çevrelerden gelen ve teknolojiye belirlenimci rol biçen görüşlerin 1950'li ve 60'lı yıllarda yoğunluk kazanmasının altında da aynı amacın yattığı düşünülebilir. Yine 1960'lı yıllarda iletişim bilimleri yazınında beliren kalkınmacı ve gelişmeci kuram ve yaklaşımların da pratikte olup bitenlerle büyük ölçüde örtüştüğü gözlenmektedir.

Aslında öykünün en dikkati çeken kesiti 1960'lı yıllara rastlasa da sürecin I. Dünya Savaşı'nın hemen sonrasında başladığı da bilinmektedir. Savaş sırasında kitle iletişim araçlarının uluslararası propagandadaki etkisinin keşfedilmesiyle birlikte hem üniversite çevrelerinin hem de politik çevrelerin söz konusu araçların etki ve işlevleri üzerine kafa yormaya başladıkları görülmektedir.

Sarti'ye göre bu süreçte gelşimiş kapitalist ülkelerin kamu ve özel şirketleri sanayileşmede geri kalmış ülkelere teknoloji satışı yapmak için kıyasıya bir rekabete girerler. Bu arada kitle iletişim araçları bu yeni sürecin yeni mitosu olarak devreye girer. Bazı entelektüel çevreler bu yeni mitosun yeni bir denetim biçimi olduğu yönünde görüşler ortaya koysalar da bunlar kendi içine kapalı küçük entelektüel muhalif alanlar olarak kalır (Sarti, 1983:140). Ama en azından bazı araştırmacılar kitle iletişim araçları üzerine ideolojik çözümlemeler yapmaya yönelerek konuya dikkat çekerler. Schiller, Mattelart, Golding, Murdoch, Mosco, Smythe gibi entelektüeller kitle iletişim araçlarının ideolojik içeriği ile mülkiyet ilişkisini bağlantılandıran çalışmalara yönelirler. Bunlardan örneğin, Mattelart, Althusser'in "devletin ideolojik aygıtları" kuramını çağrıştırırcasına "emperyalizmin yeni aygıtları" tezini geliştirir. Mattelart çokuluslu şirketleri, çokuluslu medya kuruluşlarını, reklam şirketlerini, sinemayı vb. bu kapsamda ele alır. Diğer yandan Schiller kitle iletişimin ticari sorumluluk alanını irdeler. Scihller'e göre kitle iletişim araçları bir yandan reklamlar yoluyla ürünlerin satışma hizmet ederken, diğer yandan da televizyon dizileri, popüler filmler vb. gibi gösterimler aracılığıyla reklam firmalarına izleyici satışı yaparlar.

Diğer yandan özellikle Latin Amerika örneğinden giden pek çok entelektüelin, dünyada Amerika merkezli olarak tek yönlü bir iletişim akışının söz konusu olduğunu dile getirerek onunla ilişkili olarak "kültürel bağımlılık" kuramını geliştirdikleri görülmektedir. Buna göre dünyada kitle iletişimin işletmeciliğini Amerika yapmaktadır. Her ne kadar dünya çapında iletişim akışım saglayan şirketler (ajanslar, televizyonlar vb.) çokuluslu bir yapı içerisinde görünseler de çoğunun ana sermayesinin Amerika kaynaklı olduğu bilinmektedir (Mattelart,1979). Dolayısıyla da dünya aslında tek yönlü iletişim akışına maruz kalmış bulunmaktadır. Bu da beraberinde kültürel ve ideolojik bağımlılığı getirmektedir. Nitekim kitle iletişim teknolojisine sahip olanlar, onların içeriği üzerinde de söz sahibidirler. Dünyada haber aktarımı yapan büyük haber ajansları, sinema sektörü, televizyon sektörü Amerika merkezli olarak işlerlik göstermektedir. Bu tek yönlü iletişim akışı, azgelişmişlerin, kitle iletişim ortamında kendilerini ifade edebilmelerinin önünde büyük engel oluşturmaktadır.

Nordenstreng ve Varis (1974) de yaptıkları çalışmalarla serbest haber akışı kavramının tek yönlü haber akışı gerçeğini gizlediğini ampirik olarak ortaya koyarlar. Nordenstreng ve Varis hem eğlence programları sunulurken hem de haberler aktarılırken kitle iletişim araçlarının içeriklerinin taşıdığı belirli bir ideolojik yönü de önemle belirtirler. Buna göre kitle iletişim araçlarının içerikleri, toplumdaki sınıf farklılıklarını belirsizleştirmeye, kapitalizme seçenek oluşturacak, muhalefet edecek hiçbir alan bırakmamaya yönelik olarak oluşturulmaktadır.

1970'li yıllarda bu tartışmaların daha bir canlandığı dikkati çekmektedir. Kültürel bağımlılık kuramının açtığı yolda çok daha güçlü bir vurguyla kültürel emperyalizm kuramı geliştirilir. Amerika'nın ısrarla vurguladığı "iletişimde serbest dolaşım ilkesi" sol eleştirel çevrelerin karşı tepkisiyle karşılaşır. Schiller bu-

nun serbest dolaşım ilkesi değil, tek yönlü iletişim ve sonucun ise "kültür emperyalizmi" olduğu vurgusunu yapar.

Anthony Giddens (2000) gibi düşünenler ise söz konusu işleyişi emperyal ilişki nitelemesiyle değerlendirmenin haksızlık olduğunu, dünyanın küreselleşmesi sürecinde ülkelerin, toplumların karşılıklı bağımlılık ilişkisi içerisine girdiklerini dile getirerek daha liberal bir saptamada bulunur. Giddens gibi düşünenler kültür emperyalizmi kavramı yerine küresel kültür kavramında ısrar ederler. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle dünya iletişim düzeninin yeni bir sürece girdiği, bunun da etkisiyle dünyanın küreselleşme adı verilen yeni bir düzene doğru hızla yol almakta olduğunu düşünenler "yeni iletişim düzeni" ve "yeni dünya düzeni" tezleri etrafında birleşirler.

Ancak diğer yandan iletişimin tek yönlü akışı ve kültür emperyalizmi tezlerini benimseyenlerin görüşlerinin giderek etkili olmaya başladığı gözlenmektedir. Althusser'i anımsatırcasına Mattelart'ın yeni iletişim tekniklerini, çokuluslu medya şirketlerini, reklam sektörünü vb. sektörel kesitleri emperyalizmin ideolojik aygıtları olarak tanımladığı dikkati çeker. Bilişim teknolojileri (hardware ve software), televizyon, sinema ve gazetelerle yeni bir kitlesel izleyici yaratılmış bulunduğunu ileri sürer Mattelart. Televizyon dizileri, filmler, çizgi filmler, televizyon showları vb. programlarla medyanın kültür emperyalizminin en önemli aracı haline geldiği açıktır. Medyanın bu yöndeki işleyişine eğlence ve oyuncak sektörleri de destek olmaktadır (Tomlinson,1999).

Söz konusu araçlarla yeni kültürel üretimin uluslararası bir nitelik kazandığı görülmektedir. Ancak bu, ABD merkezli bir uluslararası kültürel üretimdir. Kitle iletişim teknolojilerinin, çokuluslu bir görünüm sergileseler bile ağırlıklı olarak Amerika'nın mülkiyetinde bulunmaları, kitle iletişim ortamında üretilen ve dünyaya dağıtılan kitle kültürünün de Amerikan merkezli olması gerçeğini yaratmıştır (Mattelart,1979). Mattelart'a göre kültür merkezli bu yeni sömürgecilik rıza temeline dayanmaktadır. Başta Amerika olmak üzere merkez konumda bulunan gelişmiş kapitalist ülkelerin, çevreyi oluşturan azgelişmiş ülkelerin (çoğunlukla da Üçüncü Dünya Ülkeleri) yönetici kesimleriyle işbirliği içerisine girerek onlar üzerinden gelişmemiş toplumlara teknoloji ve kültür aktarımı yapmaktadırlar. Dolayısıyla da yeni sömürgeciliğin büyük ölçüde hegemonik ilişkiler içerisinde işlediği gözlenmektedir (Mattelart, 1979:257).

Uluslararası şirketlerin zincir yapısı içerisinde etkinlik alanlarını genişletmelerine bağlı olarak üretilen ürünlere çeşitlilik ve yerellik görüntüsü vermek amacıyla yerel ögelerin ve motiflerin de kullanıldığı görülmektedir (Campbell, Davies and McKay,2004:41). Örneğin, McDonalds'ın Türkiye'de hamburgerin yanında yerel tarzda köfte ve ayran da sunmaya başlaması gibi. Aynı şekilde örneğin, CNN'in yerel düzeydeki işbirlikleriyle kendi yerel yan şirketlerini kurması (CNN Türk gibi). Uluslararası büyük haber ajanslarının yerel düzeyde de örgütlenmeleri. AP, Reuters gibi ajansların Türkiye'de de temsilcililklerinin bulunması ve buralarda Türkiye'den gazetecilerin istihdam edilmesi gibi.

Türkiye'de entelektüel çevrelerin iletişimde tek yönlü akış sorununu tartışmaya başlamaları da Batı'yla eş zamanlı olur. UNESCO tarafından 1972 yılında Paris'te yapılan toplantıda konunun gündeme gelmesi ve *"serbest enformasyon akışı, eğitimi, yaymak ve daha yaygın kültürel alışveriş için uydu yayınlarının kullanımı temel ilkeler bildirgesi"*nin yayımlanmasının ardından konunun UNESCO'nun daha sonraki toplantılarında da sıkça gündeme getirildiği görülmektedir.

Diğer yandan Avrupa'nın özellikle de Fransa ve İngiltere gibi ülkelerin entelektüel çevrelerinde 1990'lı yıllarda "Amerikanlaşma" kavramının tartışma gündeminde belirmeye başladığı görülmektedir. Bu ülkelerde özellikle de sinema sektörünün Hollywood'un ucuz yapımlarının yaygınlık kazanması sürecinden zarar görmeye başlamaları, televizyonların, yine ucuz Amerikan yapımlarına bağımlı duruma gelmeleri Avrupalı bilim çevrelerinin geniş bir protest dayanışma alanında birleşmelerine zemin hazırlamıştır (Campbell, Davies and McKay, 2004).

Günümüzde küreselleşme konusundaki tartışmalar devam etmektedir. Kimilerine göre kültür tikel bir olgudur, dolayısıyla da evrensel düzlemde ele alınamaz. Kimilerine göre ise kitle iletişim araçları ve ulaşım olanaklarıyla birbiriyle kolayca bütünleşebilen günümüz dünyasında kültürel kaynaşma ve etkileşimi görmezden gelmek, kültürü küçük dar alanlara sıkıştırmakta ısrar etmek boşuna ve yanlış bir çabadır (Wallerstein,1999).

Diğer yandan yine günümüzde küreselleşmeyi sömürgeciliğin yeni adı olarak ele alan görüşlerle, McLuhan'ın "küresel mutlu köy" kavramı etrafında düşünenler arasındaki çatışmalar da devam etmektedir.

Ancak şurası bir gerçektir ki karşı çıkalım ya da övgüler yağdıralım, küreselleşme günümüz dünyasının yaşamak durumunda olduğu bir süreç ve de bir evredir. Sanayileşmeyle birlikte parasal yönden güç kazanan burjuvazi kendi egemenliğini kurmak için aristokrasinin egemenliğinin mekanizması olan monarşik siyasi yapılardan, dolayısıyla da imparatorluk yapılarından kurtulmak zorundaydı. Bunu yaptı ve kendi egemenliğinin işleticisi olarak ulus devlet yapılarını oluşturdu. Kapitalizmin gelişim süreci de böylece ulus devlet merkezli olarak başlamış oldu. Ancak rekabetçi anlayışla işleyen ve sürekli büyümek suretiyle varlığını korumak ve güçlendirmek zorunda olan kapitalizme, zamanla ulus devletin sınırları dar gelmeye başladı. Hatta ulus devlet yapısı kapitalist büyümenin önüne çoğu zaman engel olarak bile çıkmaktadır. Gümrük vergileri, her bir ulusun diğerinden farklı olan hukuksal düzenlemeleri vb. kurallar kabına sığamayan kapitalizm için engel oluşturmaktadır. Bu durum, sermayenin önünü açacak, kapitalizmin hareketlilik alanını genişletecek yeni siyasalara gerek duyulması anlamına gelmektedir. İşte özellikle de 1980'li yıllarla birlikte yeni liberal politikaların hızla uygulamaya konulmasının altında yatan asıl neden budur. Teknolojik gelişmeler, özellikle de iletişim ve ulaşım teknolojisindeki ataklar ise bu yöndeki gidişatı pekiştirici bir rol oynamakta. Aynı şekilde IMF, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası ekonomiyi düzenlemeye yönelik örgütlerin dev-

reye girerek ulusal hukuksal düzenlemelerin ve karar mekanizmalarının etkisiz hale getirilmesi vb. çabalar da yine küreselleşmeye hizmet amaçlıdır.

Sonuç olarak kapitalizm değişim istiyor. Kapitalizm var kalmak ve büyümesini sürdürmek için yeni bir yapı, ulus devlet engelinin ortadan kalktığı yeni bir düzen istiyor. Bu yöndeki gereksinimler ve süreç yeni de değil aslında. Her ne kadar gündeme gelmesi ve tartışılması için 1980'leri beklemek gerektiyse de sürecin uygulamadaki işleyişinin çok daha eskilere gittiği bilinmektedir. II. Dünya Savaşı'nın ardından başlayan Soğuk Savaş süreci, Avrupa ülkelerinin ekonomik güç birliği yaparak Avrupa Birliği yapısını kurmalarının altında da bu yöndeki kaygı ve gereksinimlerin yattığı söylenebilir. Soğuk Savaş sürecini başlatan Amerika'nın dünyayı kendi komutasında tekgüce götüreceğine ilişkin ilk sinyalleri vermeye başlamasıyla birlikte Avrupa ülkeleri kendi açılarından süreci kontrol altında tutabilmek için kendi ulus devlet yapılarını da koruyarak güç birliği yapma gereğini daha 1950'li yıllarda duymuşlardı ve fazla gecikmeden birliklerini oluşturdular. Ancak dünyanın geri kalmış ülkeleri, ki Türkiye de bunların içinde yer almaktadır, Amerikan merkezli küreselleşme süreci içersindeki yerlerini çoktan aldılar. Bu gidişatta Latin Amerika önemli bir uyanış örneği sergiledi. Ancak Asya ve Afrika'nın pek çok ülkesi bugün gelinen noktada yalnızca ekonomik değil, siyasal açıdan da Amerikan merkezli küreselleşme süreci içerisinde bağımlı hale gelmiş bulunmaktadırlar. Doğu Bloku'nun çöküşü ve II. Dünya Ülkeleri'nin de Amerika'nın etki alanına girmeleriyle birlikte 1990'lı yıllarda küreselleşme sürecinin çok daha hız kazandığı dikkati çekmektedir.

Küreselleşme sürecinin, önceki dönemin bütünsel yapılarını yok sayan bu işleyişinin düşünsel temelini ise modernizmin reddi üzerine kurulu postmodern düşünüş oluşturmaktadır. Bir önceki bölümde ele alınan postyapısalcı dilbilim anlayışı, bu bölümün önceki sayfalarında üzerinde durulan kültürel çalışmalar gibi yönelimlerin de aslında postmodernizm içerisinde geliştikleri söylenebilir. Kültürün, parçalı kültürel kesitlerin (yerel kültürler, alt kültür, etnik kültürler vb.), çokkültürlülük, kültürlerarasılık gibi kavram ve olguların kültür ve iletişim çalışmalarında giderek rağbet görmelerinin arkasında da yine aynı süreçlerin yattığı söylenebilir. Dolayısıyla günümüzde moda bir kavram haline gelen küresel kültür kavramını, parıltılı çekiciliğinin ötesinde içerdiği fikirler düzeyinde ele alıp incelemek yalnızca entelektüel süreçleri anlamak açısından değil, dünyanın içerisinde bulunduğu toplumsal, ekonomik ve politik süreçleri anlamak açısından da büyük önem taşımaktadır.

Özet

Bu bölümde ele aldığımız popüler kültür, kültürel çalışmalar, iletişimin tek yönlü işleyişi, küresel emperyalizm ve küresel kültür kavramlarını bir arada düşündüğümüzde dünyanın gitmekte olduğu sürecin parçalanma, farklılıklar, çoğulluk üzerinden tek biçimlenme, tektipleşme, tek merkezleşme, yani küreselleşme ol-

duğu anlaşılıyor. Sürecin işleyişine bakıldığında kapsamlı ve uzun vadeli bir projenin son derece sistematik bir işleyişi ile karşı karşıya bulunmakta olduğumuzu görebiliriz. Şöyle ki bir yandan teknolojik belirleyicilik tezi ve onunla liişkili olarak dünyanın küresel köye dönüşmesi yönünde sinyaller verilirken, öte yandan farklılıkların savunulması bir çelişki gibi görünmektedir. Oysaki kapitalist sistemin kendisinin varlığını tehikeye düşürecek çelişkilere fırsat vermeyeceğini de tahmin etmek gerekir. O halde görünüşte, ya da düşünsel arenada çoğulluk ve çeşitlilik varmış gibi göstermek, ama söylenenler, savunular, kuramlar ne olursa olsun bir yandan da hep aynı hedefe doğru ilerlemek. İşte postmodernizmin de, teknolojik belirleyicilik tezinin de, küreselleşmenin de birleştiği yer bu hedeftir. Dünyanın önce merkezsizleştirilmesi, ardından da tek merkezli hale getirilmesi, gücün önce parçalara ayrılıp sonra tekleştirilmesi. Yani görünen o ki tek sesli, tek kültürlü, tek merkezli, tek güç etrafında biçimlenen bir küresel dünyanın kurulmasıdır amaçlanan. Bunun için de öncelikle mevcut yapıları bozmak, ardından da bozulan, yok edilen yapıların yerine yenilerini inşa etmek.

Bölüm X

İletişim ve Etkileşimci Yaklaşım

Giriş

Bu bölümde etkinin karşılıklı olduğunu savunan yaklaşımlar üzerinde durulacaktır. Etkileşimci yaklaşımın iletişim alanına uyarlanmasıyla geliştirilen tezlere göre kitle iletişim araçları ile izleyici arasındaki etki karşılıklıdır, yani etkileşimsel bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla kitle iletişim aracının içeriksel üretimini yapan üreticilerle tüketicisi durumundaki izleyiciler arasında da karşılıklı bir ilişki vardır. Her iki kesim de birbirinden beslenmekte ve birbirini var kılmaktadır. Kitle iletişim araçları üretimlerini, toplumdan bağımsız yapmamakta, izleyiciler de ortaya koydukları izleme edimleriyle kitle iletişim araçları üreticilerini yönlendirmektedirler.

Temelleri XX. Yüzyılın başlarında atılan etkileşimciliğin iletişim bilimlerinde 1960'lı yıllarda belirgin biçimde kabul görmeye başladığı gözlenmektedir. Ortaya çıkışı XX. Yüzyılın başlarına, hatta belki biraz daha eskiye dayansa bile yaygın kabul görmesi II. Dünya Savaşı sonrası yıllara rastlayan etkileşimci yaklaşım da bir bakıma liberal çoğulcu paradigmanın etki alanında popülarite kazanmış, ama diğer yandan da söz konusu paradigmanın kuramsal arkaplanını oluşturmuştur. Ayrıca da etkileşimciliğin iletişim bilimi kapsamında, çoğunlukla da bir tek ögeyi merkeze koyan yaklaşımların birleştirilmesi görevini üstlendiği gözlenmektedir. Dolayısıyla da kitle iletişim aracının üreticisinin ve izleyicisinin etkileşim içerisinde olduğu, iletişimsel etkinliğin bir tarafın belirleyiciliğiyle değil, her iki tarafın katkısıyla ancak gerçekleşebileceği varsayılmaktadır. Etkileşimciliğin iletişim

alanındaki yansımalarına geçmeden önce genel olarak etikleşimci yaklaşımın ne olduğuna kısaca değinmekte yarar var.

Etkileşimci Yaklaşım

Etkileşimci yaklaşım Chicago Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nden W. J. Thomas, Robert E. Park ve George Mead tarafından geliştirilmiştir. Etkileşimci yaklaşımın geliştirilmesinde John Dewey'in iletişim odaklı görüşlerinin de etkili olduğu bilinmektedir. Dewey'in toplumum aslında bir tür iletişim olduğu görüşüyle iletişimi toplumsal yaşamın merkezine koyduğu ve bu tavrıyla özellikle Park üzerinde önemli ölçüde etkili olduğu anlaşılmaktadır. İletişim konularına özel ilgisi, Almanya'da felsefe alanında yaptığı doktora çalışmaları sırasında iletişim üzerine yoğunlaşarak doktora tezini gazeteler üzerine yapması Park'ın, Dewey'in iletişime ilişkin görüşlerinden etkilenmesini daha da kolaylaştırır.

Park ve Thomas o yıllarda Amerika'daki toplumsal dönüşümlerin de etkisiyle toplumsal değişme ve gelişme, örgütlenme gibi konular üzerinde yoğunlaşmışlardı. Aslında XIX. Yüzyılın ortalarında açılan Chicago Üniversitesi toplumsal değişme ve gelişme konusunda birtakım politikaların oluşturulmasında, modellerin geliştirilmesinde Amerikan Hükümetine destek olmayı temel misyon edinmişti. Zaten kuruluşunun temel nedenlerinin başında da bu gelmektedir. Dolayısıyla Chicago Üniversitesi bünyesinde görev yapan akademisyenlerin geliştirdikleri çalışmalarda açık ya da örtük olmak üzere bu pragmatik tavrı izledikleri bilinmektedir. Aynı durum etkileşimci yaklaşım konusunda da geçerlidir. XIX. Yüzyılın ortalarından itibaren göçler, kentleşme, eğitim vb. dinamiklerin harekete geçirilmesiyle Amerika'da büyük bir toplumsal dönüşüm ve değişim atağı başlatılmış. Bu süreçte toplumbilimciler de uygun modeller geliştirme çabası içerisine girmişlerdi. Park toplumsal değişmenin insanların etkin katılımı ve özgür eylemleriyle mümkün olacağı görüşünü geliştirir (Fisher ve Strauss: 1990:475). Park'a göre insanlar arasında iletişim olduğu sürece anlaşma ve uzlaşma olasılığı yüksektir. Kendi yazgısını belirleyebilen bir söylem topluluğu toplumsal uzlaşma ve demokrasi için önemlidir. Demokratik bir toplumun oluşabilmesi için azınlıkların, farklı ırksal kimliklere sahip olanların, farklı etnik kimlikteki insanların kaynaşmaları, iletişmeleri, dolayısıyla da etkileşim içerisinde olmaları gereklidir. Park etkileşimci anlayışa temel oluşturacak görüşlerini geliştirirken William James'in "bir çeşit körlük" görüşünden de etkilenir. Körlük, insanların başkalarının taktığı maskelerin arkasındaki gerçekliği görmemeleri demektir. İnsanlar çoğu zaman körlüklerinin farkında olmazlar. Geleneksel yaşamda bu çok daha ileri düzeylidir. Bundan kurtulmanın yolu ise insanların, kendilerini kuşatan geleneksel yaşamın bariyerlerinden kurtulmalarıdır. Geleneksel toplumun yüz yüze iletişim ortamında insanlar birbirleri üzerine çeşitli baskılar uygularlar, birbirlerini sürekli denetler ve gözetlerler. Hiyerarşik ilişkiler insanlar arası iletişimin serbesti içinde gelişmesinin önünde büyük engeller oluşturur. Geleneksel yaşamdan kurtularak modern yaşama geçen insan

birey olur, kendi kararlarını kendisi verir, içerisinde yer aldığı toplumdaki diğer insanlarla ilişkilerini kendi istediği biçimde ayarlar. En önemlisi de baskı ve engellerden kurtulacağı için başka insanların maskeleri arkasındaki gerçekliği çok daha iyi çözümler. Bu da insanların yabancılara (başka ırktan, etnik kökenden, dilden, kültürden vb.) karşı daha dirençli hale gelmeleri demektir. İnsanlar birbirleri hakkında ne kadar çok şey bilirlerse, dolayısıyla birbirleriyle ne kadar çok iletişim içerisinde olurlarsa o kadar çok birbirlerini tanıma ve birbirlerine karşı da dirençli olma becerisini kazanırlar. Maskenin altındakini anlamanın yolu da bilgi ve duyarlılıktan geçer (Fisher ve Strauss, 1990:478). Park'a göre gazeteler, eğitim kurumları vb. etkileşim ortamları toplumdaki iletişimsel etkinliği bu anlamda güçlendirirler.

Thomas ise etkileşimci anlayışa temel oluşturan görüşlerini çatışma ve uzlaşma üzerine kurar. Buna göre farklı yapılara sahip insanlar arasında ilk anda iletişim kurulamayabilir. Çatışma olasıdır. Ancak zaman içerisinde bir tarafın etkisi ağır basarak çatışma, uzlaşmaya dönüşür ve toplumsal değişme uzlaşma zemininde ilerler. Bu konuda Thomas seçkinler ve yoksul kesimler arasındaki iletişimi örnek gösterir. Seçkinler ve yoksulların ilk anda uzlaşması beklenemez. Ancak zaman içerisinde seçkinlerin toplumun yoksul kesimine sahip çıkmaları, onların eğitimine katkı vermeleri, onlara modernleşme ve kentleşme konusunda model oluşturmalarıyla yoksullar seçkinleri izlemeye, onlara uyum sağlamaya başlar, buna bağlı olarak çatışma da uzlaşmaya dönüşür. Burada önemli nokta topluma önderlik yapacak birilerinin olmasıdır. Seçkin kesimden insanların toplumun gelişmesi için halka önderlik yapmaları toplumdaki değişme ve dönüşümün de sorunsuz gerçekleşmesine yardımcı olur. Thomas'a göre toplumsal değişme ve gelişmenin olanaklı olabilmesi için de önderler ve halk arasmda olumlu bir etkileşimin varlığı gereklidir.

Park ve Thomson'un ardından daha sonraki yıllarda etkileşimci yaklaşıma yön verenlerden biri de Herbert Blumer'dır. Ona göre insanların yeni toplum yapısı içerisinde kaynaşmaları ve uzlaşımsal bir toplumsal yapı oluşturabilmeleri için öncelikle ırksal aidiyetlerini, etnik kimliklerini geride bırakmaları gerekmektedir. Bunun için insanların kendi geleneksel toplumsal ortamlarından alınarak yeni bir ortama, kent ortamına getirilmeleri önem taşımaktadır. Ulus devlet bütünlüğü de ancak böyle sağlanabilir. Meslek örgütleri, siyasal örgütlenmeler, çeşitli kamusal buluşma ortamları gibi etkileşim alanlarıyla bu sürecin işlerliği sağlanabilir. Bu ortamlarda insanların geleneksel aidiyet ve kimliklerini başka aidiyet ve kimliklerle değiştirmeleri sağlanır, böylece de farklı bir etileşim ortamı gerçekleştirebilir (Fisher ve Strauss,1990). Bu görüşleriyle Blumer sembolik etkileşimin temsil edici ismi durumuna gelir. Toplumsal uzlaşma ve etkileşimi öneren bu yaklaşımın aslında modernizmin bütünselciliğe ve yapısalcılığa dayanan anlayışıyla da tam anlamıyla bir tutarlılık göstermektedir.

George Mead ise insanlar arası etkileşimi roller, toplumsal kurallar, referans kişiler, referans gruplar gibi ögelerle açıklamaya yönelir (Elkin,1995). Toplumdaki her bir bireyin üstlendiği farklı roller olduğunu, bu rol alanları içerisinde insanlar

karşılaşırlar ve etkileşim içerisinde olurlar. Her bir rol ve kural toplumu ileriye taşımaya dönük olarak belirlenmiştir. İnsanın ve toplumun ilerlemeye dönük bir evrimi olduğunu, toplumdaki her tür rol ve kuralın da bu evrime uygun olarak biçimlendiğini belirtir Mead. Oysa yine Chicago Okulu'ndan Erving Goffman rollerin, normların ve toplumdaki diğer yapısal ögelerin birey davranışını tam olarak belirlemede yetersiz olduğunu ileri sürer. Goffman'a göre kurumsal baskılar insanların özgür katılımlarına olanak vermez. Bazı toplumsal yapılar toplumdaki bazı insanların evrimi için ortam hazırlarken diğerlerinin aynı oranda evrimleşmesine olanak vermeyebilir. Örneğin, ekonomik yönden daha iyi koşullara sahip birinin değişime ve gelişmeye açık olmasıyla aynı koşullara sahip olmayan birinin açık olması arasında belirgin bir fark vardır. Eğitim olanaklarından aynı oranda yararlanamayan insanların gelişme süreci de aynı olmaz. Bir kölenin ve efendisinin toplumsal katılım düzeyinin aynı olması da beklenemez. Goffman toplumdaki bu eşitsizliklere dikkat çekmeye çalışır. Dolayısıyla da Goffman, Mead'in tersine yapısal koşulların insan eylemlerini açıklamak için gerekli, ama yeterli olmadığını ileri sürer. Goffman bu anlamda toplumdaki marjinal kesimlere ve toplum dışına atılanlara da dikkat çeker.

Bir başka etkileşimci Howard Becker de sapkınlık üzerine yoğunlaşır. Sapkınlık üzerinden yapısal bölünmeye uğrayan bir toplumun hiçbir zaman yeterince demokratik olamayacağını belirtir Becker. Toplumdaki egemen kurallar ve değerler sapkınları cezalandırmaya ve toplum dışına atmaya yöneliktir. Deliler, eşcinseller vb. sapkınsal özellikler gösteren insanların toplumdaki genel uzlaşımsal yapıya zarar vermemek için toplum dışına atılmaları, kapatılmaları vb. yollara başvurulur. Oysa Park, Thomas ve Mead gibi etkileşimciler toplumdaki herkesi eşit düzeyde katılımcı olarak kabul ederler. Becker ise Goffman'ın görüşlerine daha yakın durarak toplumdaki güçlü kesimlerin güçsüzleri, sapkınları, akıl hastalarını vb. kesimleri toplumdan dışladığını, dolayısıyla da toplumda eşit katılımlı bir etkileşimin olanaklı olmadığı görüşünü ileri sürer. Ancak diğer yandan sapkın kişilerin toplumdaki genel uzlaşımsal yapıya zaten uyumlanamadıklarını, üstelik de genel toplumsal yapının işleyişinin bozulmasına neden olabilecekleri, dolayısıyla da toplumdan dışlanmaları gereğini savunanlardan da söz etmek gerekir.

Kitle İletişim Araçları ve Etkileşimcilik

Etkileşimci yaklaşım, özellikle de sembolik etkileşimcilik boyutu dikkate alınarak daha sonra kitle iletişim araçları ve izleyici ilişkisini açıklamada da kullanılır. Özellikle de izleyicinin aktifliği görüşünün belirmeye başladığı 1950'lerin ortalarından itibaren kitle iletişim alanında öncekilere oranla daha birleştirici bir çaba olarak etkileşimci yaklaşımın da dile getirilmeye başlandığı görülür. Buna göre iletişimde etkileşimci yaklaşım üretici, metin, kanal ve izleyici arasında karşılıklı bir etkileşim olduğunu varsayar. Bu birleştirici yönüyle etkileşimcilik iletişim alanında o zamana dek kabul gören diğer yaklaşımlardan farklı bir sorgulama ve

çözümleme kulvarı da açmış olur. Oysa araç merkezli yaklaşımlar kitle iletişim aracına ya da kuruma belirleyici bir rol yüklemekteydi. Yapısalcılar izleyicinin yapılar içerisinde nasıl kurulduğuna bakmaktaydı. Aktif izleyici görüşü ise izleyiciyi özne konumuna taşırken diğer yapıları arka plana itmekteydi. Etkileşimci yaklaşım iletişim ediminde etkin olan tüm ögeler arası karşılıklı etkileşimi öngörerek yeni bir sentez olarak belirir.

İletişimde etkileşimci yaklaşım öncelikle insanlar arası etkileşimi yüz yüze ve aracılı olmak üzere ikiye ayırarak inceler. Endüstrileşme öncesi geleneksel toplum yapılarında insanlar yüz yüze etkileşim içerisindeydiler. İletişim teknolojilerindeki gelişmeyle birlikte yüz yüze etkileşimin yanına bir de aracılı etkileşim eklendi. Bu, öncelikle telefon aracılığıyla gerçekleşti. Telefonun devreye girmesiyle iletişimsel zaman kısaldı, uzam ortadan kalktı. Oysa yüz yüze iletişimin egemen olduğu dönemlerde insanlar arası etkileşimin sağlanabilmesi için zamansal ve uzamsal paylaşım zorunluluğu vardı. İnsanlar iletişim kurmak için aynı uzamsal ortamı paylaşmak zorundaydı, bunun için de zaman gerekliydi. Şimdi ise herkes kendi uzamsal ortamında, yani kendi bulunduğu yerden uzaktaki biriyle, çok daha kısa bir zaman dilimi içerisinde iletişim kurabilmektedir.

Telefon örneğinden hareketle iletişimde etkileşimci yaklaşımın savunuculuğunu yapanlar medya ve izleyici arasındaki etkileşimde herhangi bir ideolojik aktarımın varlığını kabul etmezler. Medyayı insanlar arası etkileşimi sağlayan bir aygıt olarak görürler ve nötr bir bakışla ele alırlar. Dolayısıyla da bu yaklaşımda medya sosyal bir olgu olarak tanımlanır. Hatta etkileşimci yaklaşım kapsamında moral panik konusu üzerinde duranların çoğu da medyanın toplumdaki panik durumlarını engelleyerek birlikteliği, paylaşımcılığı pekiştirdiği görüşünü öne sürerler. Toplumda ortaya çıkan tepkilerin ise medyadan ya da medyanın arkasındaki güçlerden değil, toplumda kendiliğinden oluştuğunu ileri sürerler. Yoksa içsel veya dışsal iktidar yapıları tarafından herhangi bir dayatma yapılması söz konusu değildir. Medya toplumdaki birtakım güçlerin güdümünde işleyen bir kurum değildir, toplumdaki birçok kurumdan biridir ve bu yönüyle de toplumun bir parçasıdır. Özelliği gereği de medya toplumda insanlar arası etkileşimin sağlanmasına hizmet eden bir aygıttır (Laughey,2007).

Etkileşimcilik ve Özsunum

Özsunum insanların kendi kendilerinin sunum biçimleri üzerine yoğunlaşır. İnsanlar arası etkileşimde insanların her biri kendisi için bir sunum formatı belirler. Bu, onun toplumda, diğer insanlar tarafından nasıl algılanmak istediğiyle ilişkilidir. Tavır ve davranışlarını, giyim kuşamını, konuşma, gülümseme, ses, mimik ve jestlerini buna göre biçimlendirir. Özsunum kavramı Goffman'ın görüşlerinden hareketle geliştirilmiştir. Goffman daha çok yüz yüze iletişim üzerinde yoğunlaşır. Gündelik yaşam sohbetleri üzerine incelemeler yapar. Kişiler arası ya da küçük grup düzeyindeki etkileşime bakar. Aracılı etkileşim üzerinde durmaz. An-

cak daha sonraları Goffman'ın kuramı aracılı etkileşime de uyarlanmıştır. Goffman'ın kendisi de özellikle radyo, televizyon ve reklam gibi aygıtlar aracılığıyla sosyal etkileşimin nasıl yönlendirildiği, sosyal etkileşim ritüellerinin nasıl oluşturulduğu ve nasıl yeniden üretildiği gibi konulara da yönelir. *Gender Advertisments (Cinsiyet reklamları)* (1979) ve *Forms of Talk* (Konuşma Biçimleri) (1981) gibi çalışmalarıyla alana önemli ölçüde katkı yapar.

Goffman'ın "özsunum" (self presentation) kuramı medya aracılı etkileşimci yaklaşımın omurgası olarak nitelenebilir. Bu kuram antropoloji, edebiyat, sosyoloji, dramaturji gibi alanlarda da sıkça uygulanır. Özsunum kuramı öncelikle *Self Presentation in Everyday Life (Gündelik Yaşamda Benin Sunumu)* (1959) adıyla yayınlanan çalışmada ele alınır. Buna göre insanlar kendilerini ifade etmek için çeşitli teknikler geliştirirler. Çünkü sevmek kadar sevilmek, beğenmek kadar beğenilmek de isterler. Bir birey ya da sunucu, oyuncu bir oyunda izleyiciye oynar. Bunu yaparken izleyicinin kendisi için özel olduğunu ona hissettirirse etkileşimin yoğunluğu çok daha yüksek olur. Burada anahtar taraf oyuncu veya sunucudur. Dolayısıyla da Goffman'ın kuramını anlamada tiyatral bir aşama gerekmektedir. Etkileşimciliğin dramaturjik kuramı da denebilir buna. Aslında insanlar kendi yaşamlarının aynı zamanda da aktörleri veya oyuncularıdırlar. Bireysel oyuncular gibi takım oyuncular da vardır. Takım oyundaki roller bireysel oyundaki roller arasında da normal koşullarda bir dayanışma veya uyum olması beklenir. Örneğin, bir kurumun halkla ilişkilerini yürüten birini düşünelim. Kurumun halkla ilişkilerini başarılı biçimde yürütebilmek için kendi bireysel görünüşüne, giyim kuşam ve davranışlarına da özen göstermek zorundadır. Kurumun imajı ve halkla ilişkiler uzmanının imajı burada uyum içerisinde olmalıdır. Bir halkla ilişkiler uzmanı Goffman'a göre aynı zamanda bir anlatım-uzmanıdır. Nerede, neyi, nasıl anlatacağını çok iyi bilmelidir. Bu durum, özellikle de kriz durumlarında büyük önem kazanır. Ortaya çıkan bir krizin anında giderilmesi için halkla ilişkiler uzmanının ikna edici açıklamaları krizin sonlanmasında etkili olabilir (Goffman, 1990:111).

Goffman'a göre özsunumun iki yüzü vardır. Biri önyüz, diğeri ise arkayüz. Görüntü, davranış biçimi, sosyal duruş, giyim kuşam, konuşma biçimi özsunumun önyüzünü oluşturur. Önyüz bir tür teknik donanım olarak da kabul edilebilir. Arkayüz ise çok daha karmaşıktır. Bireyin düşünceleri, psikolojik süreçleri, duyguları vb. içerir. Usta bir sunucu, eğer önyüzle arkayüz arasında uyumsuzluk veya çelişen birtakım yanlar varsa, arkayüzü sunumda gizlemeyi başarır. Önyüz ve arkayüz ayrıştırılarak hangi durumda hangi tarafın öne çıkacağının iyi ayarlanması gerekir. Örneğin, bir felaket haberi vermekte olan televizyon haber sunucusu yüzüne, haberin içeriğine uygun bir hüzün ifadesi kondurmayı beceremiyorsa usta bir sunucu değil demektir. Ya da kendi özel yaşamındaki bir olumsuzluktan dolayı ekrana asık suratla ve buğulu bakışlarla çıkan bir sunucu da aynı şekilde önyüz ve arkayüzü ayrıştırmakta yeterince profesyonel değil demektir.

Goffman'a göre medya üreticileri ve izleyicileri karşılıklı etkileşim içerisindedirler. Üretilenin nasıl ve neden üretildiğinin yanıtı da bu etkileşim ortamında verilir genelde. Yani üretici, medyanın içeriksel üretimini izleyiciden bağımsız yapmaz. İzleyicinin beklentileri, istekleri ve gereksinimleri üreticiyi yönlendirici etki yapar. Medya sunucuları ve gerçek aktörler arasındaki etkileşimi Goffman dergi reklamlarındaki cinsiyet temsil çalışmalarında ele alır. Dergilerde önyüz ve arkayüz çözümlemeleri yapar. Bu incelemelerinde sunucunun ve izleyicinin anlamı birlikte ürettikleri sonucuna ulaşır. Örneğin, dergi reklamlarındaki cinsiyet temsillerinin toplumdaki alışıldık imajlarla örtüştüğünü bulgular Goffman. Reklamcılar toplumdaki bildik, alışıldık imajlardan yola çıkarak reklamlardaki imaj üretimini gerçekleştirirler. Reklamlardaki karakterlerin, özellikle cinsiyet rolleri açısından gerçek yaşamdakilerle birebir örtüştüğü dikkati çeker. Burada amaç yalnızca toplumdaki yerleşik cinsiyet rollerini taklit etmek değil, aynı zamanda da pekişmelerini sağlamaktır. Örneğin, erkek yemek yerken kadın mutfakta yemek pişirmektedir. Ya da örneğin, oğlunun evliliğine karşı çıkan kadının, gelinin pişirdiği kurabiyeleri beğenmesiyle birlikte gelini de sevmeye başladığını ima etmesi. Erkeğin karar vermesi sonucu kadının falanca marka buzdolabını satın alması. Hazır kurabiyelerde "anne eli değmiş" vurgusu yapılması. Otomobil reklamlarında arabayı kullanan genelde erkek olurken, kadının bedensel çekiciliği ile arabanın özdeşleştirilmesi (kız gibi araba) vb. pek çok örnek verilebilir. Böylece toplumdaki yerleşik cinsiyet rolleri reklamlara ve medyanın diğer içeriksel üretim alanlarına taşınırken, yalnızca verilen iletinin kolay algılanmasını sağlamak değil, aynı zamanda söz konusu rollerin toplumdaki yerleşiklik durumlarının güçlenmesine katkıda bulunulmuş olur. Toplumdaki bilindik yerleşik rollerin ve figürlerin medyada temsili izleyicilerin medya ortamına katılımlarını kolaylaştırır. Goffman medyada ve reklamlarda cinsiyet rolü sergilemenin altı türünü saptar.

1- **Akrabalık ilişkileri**: Reklamlarda erkekler kadınlardan cüsse olarak çok daha iridir. Erkeklerin kadınlardan bedensel olarak daha güçlü gösterilmeleri, onların yaşamın diğer alanlarında da gücü ellerinde bulundurdukları imasını içermektedir. Başka bir deyişle bedensel üstünlük yanı sıra iktidar ve etkiyi de temsil eder.

2- **Kadınsı dokunuş**: Reklamlarda kadın bedeni genelde narin, dokunası yumuşaklıkta sergilenir. Kadın elinin şık bir parfüm şişesine dokunuşu, yumuşak bir kumaşı okşayışı, bir kremin kaygansı yumuşaklığını teninde hissedişi vb. ile kadın bedeninin çekiciliğine çağrıyı ifade eder.

3- **İşlevsel sıralama**: Reklamlarda erkekler ve kadınlar arasındaki sıralamada açık bir hiyerarşinin uygulandığı gözlenir. Erkek genelde karar verici, yönetici konumdadır. Onun yanında ise ikincil konumda, genellikle de asistan konumunda bakımlı bir kadına yer verilir. İşyerinde yönetici, ev-

de kararı veren koca ya da baba, sokakta kadını tehlikelerden koruyan, sosyal ortamda kadına beğenilerini bildirerek onu mutlu eden kişi.

4- Aile: Reklamlarda sergilenen aile ortamlarında baba baskın karakterdir. En genç kız ailenin en sevimli, ama karar sürecinde en az dikkate alınan kişidir. Erkek ve kız çocuklarda da erkek çocuk daha baskındır.

5- **Kadınların kırılganlığı**: Reklamlarda genelde kadınlar erkeklere oranla çok daha duyarlı ve kırılgan olmakta. Erkeklerin yokluğunda işleri karıştırabilmekte. Sorun çözmede yetersiz kalarak genelde erkeklerin desteğine gerek duymakta. Özellikle de alışverişte isteklerini erkeklere çoğu zaman ağlamaklı ve yalvarası bir ses tonuyla bildirmektedirler.

6- **Ritüelleşmiş bağımlılık**: Kadının erkeğe bağımlılığı da reklamlarda sıkça sergilenir. Kadın genelde süslenir, giyinir kuşanır, yatar, uzanır, ilgi bekler, erkek ise onu hoşnut etmeye çalışır.

Dolayısıyla da Goffman'a göre anlamlar Hall'ın vurguladığı gibi izleyici tarafından, metnin okunması yoluyla oluşturulmaz. Üretici ve alıcı tarafından birlikte üretilir. Üretici anlamları toplumdan, gerçek yaşamdan alır, yeniden üretir ve izleyiciye sunar. Dolayısıyla burada ne medyanın etki-tepki kuramı çerçevesinde geliştirilen güçlü etkilerinden ne de ideolojik aktarımlarından söz etmek olanaklı değildir. Medyanın yaptığı şey, toplumdaki ritüelleri, alışıldık, bildik kuralları, değerleri, davranış biçimlerini, tutumları duruma göre basitleştirerek, abartarak, standardize ederek yeniden kurmak ve izleyiciye sunmaktır. Goffman bu durumu "hiper ritüelleştirme" olarak adlandırır. İzleyiciler de bu ritüelleri medya ortamında yeniden izleyerek kendi gerçek yaşamlarında da güçlü biçimde sürdürürler. Dolayısıyla da aracılı, ya da başka bir deyişle medya aracılı etkileşim yoluyla aslında yüz yüze etkileşim içerisinde geliştirdiğimiz ve yerleştirdiğimiz ritüelleri yapay olarak yeniden üreterek daha da pekişmelerini sağlarız.

Goffman hiperritüelleştirme'nin internetle birlikte daha da ivme kazandığının altını çizer. Ama ilginç olan bir nokta, internet aracılı etkileşimin, yüz yüze etkileşimi güçlendirmek yerine onun yerine geçmesidir. Sanal ortama erişim olanağı bulan insanlar başkalarıyla iletişimlerini ve etkileşimlerini buradan gerçekleştirmeyi çoğu zaman yüz yüze etkileşime tercih eder hale geldiler. Bu da internetin alışıldık aracılı etkileşim gibi sürmesinden çok yüz yüze etkileşim gibi gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. Özellikle de internet ortamında görüntülü iletişimin de sağlanabilir hale gelmesi bu durumu hızla yaygınlaştırmaktadır. Son zamanlarda uygulamaya giren 3G teknolojisiyle ise artık hem internet ortamında hem de telefon aracılığıyla bir yanıyla aracılı, ama diğer yanıyla sanal da olsa bir bakıma yüz yüze etkileşim gerçekleştirilmektedir.

Uzamın Anlam Yitimi

Goffman'ın "özsunum" kuramı Meyrowitz tarafından McLuhan'ın "medium" kuramıyla birleştirilir. Meyrowitz, *No Sense of Place (Neresi Olduğu Önemli Değil)* adlı kitabında medyanın sosyal değişmeyi nasıl etkilediği fikrini formüle etme çabası içerisine girer. Meyrowitz elektronik medyanın, özellikle de televizyonun uzamsal anlam üzerine büyük etki yaptığını belirtir. Farklı yerlerde, farklı uzamsal ortamlarda aynı programı izleyen aynı insanlarda farklı etkiler oluştuğunu ileri sürer Meyrowitz. Dolayısıyla izlenen ürünün yanında izleme ediminin nerede, hangi koşullarda, kimlerle birlikte yapıldığının da medyayla etkileşimi belirlediğini ileri sürer. Bunun da beraberinde farklı sosyal durumlar yarattığını savunur. Örneğin, oturma odasında tek başına gerçekleştirilen bir izleme ile kamusal alanda, örneğin, bir kafede başkalarıyla birlikte gerçekleştirilen izleme ediminin yarattığı sosyal etkileşim arasında önemli bir fark olduğunu ileri sürer Meyrowitz. Buna göre telefon, radyo ve televizyon tüm uzamsal sınırları birbirine geçişli hale getirdi. Bu da etkiyi, basılı medyanın yarattığı etkiden tümüyle farklılaştırdı.

Basılı medya ve uzam arasında yakın bir ilişki vardır. Yüksek düzeyde okuryazar insanlar bilgiye daha kolay ulaşırlar. Okuryazar kesimler arasında buna göre de özel bir ilişki ve etkileşim gerçekleşir. Oysa okuryazar olmayanlar arasında yakın bir etkileşimin kurulması mümkün değildir. Okuryazar olmayanlar, özellikle de sanayileşme öncesinde iletişim kurmak için aynı uzamsal ortamı paylaşmak zorundaydı. Oysa elektronik medya bütün bu engelleri ortadan kaldırdı, cinsiyet, sınıf, yaş, entelektüel kapasite gibi dinamikleri arka plana itti. Örneğin, bir çocuk, televizyon haberlerini izleyerek cinsel ilişkiyle insandan insana geçen hastalıklar hakkında bilgi sahibi olabilmekte. Oysa basılı medyanın egemen olduğu dönemde okuryazar olmayan bir çocuğun böyle bir bilgiye ulaşması hiç de kolay değildi (Laughey,2007:85). Aynı şekilde dünyanın farklı yerlerinde yaşayan farklı kültürlerdeki, farklı entelektüel düzeylerdeki insanlar aynı televizyon haberlerini izleyerek dünyanın herhangi bir yerindeki bir gelişme konusunda aynı bilgiye ulaşabilmektedirler.

Meyrowitz'in bu savında teknolojik benzerlik dikkate alınmış, ancak bireyin toplumsal, ekonomik, psikolojik koşulları dikkate alınmamış gibi. Ama zaten Meyrowitz hiçbir zaman McLuhan gibi bir "küresel köy" şakşakçısı olmadı.

Diğer yandan Meyrowitz, Goffman'ın önyüz ve arkayüz kavramları üzerine de düşünür. Ona göre basılı medya dönemi, insanları eğitim durumlarına ve ait oldukları toplumsal sınıfa göre ayrıştırırken, elektronik medya farklılıkları geçersizleştirmiş ve onları birleştirmiştir. İnsanlar televizyondan öğrendikleri bilgileri işyerlerinde, arkadaş çevrelerinde, katıldıkları sosyal ortamlarda kendi önyüz sunumlarında kullanırlar. İnsanların farklı yerlerde, farklı koşullarda yaşıyor olmaları medyadan aldıkları bilgilerin aynı olmasını engellememekte. Medyadan aldıkları bilgilerle insanlar yaşadıkları yerleri, gerçek yaşamlarına ilişkin özgül koşulları dikkate almaksızın önyüz sunumlarını gerçekleştirirken, başka insanlar-

la ortak paylaşım alanları oluşturmaktadırlar. Böylece medya, hiç değilse önyüz sunumlarında insanların birbirlerine yaklaşmalarının sağlanmasında etkili olur. Meyrowitz'in "yersizlik" kuramının düşünsel temeli tam da bu noktadır. Dolayısıyla Meyrowitz'e göre elektronik medyanın egemen olduğu günümüzde insanlar yer ve fiziksel tanımlarıyla nitelendirilmezler, bunun yerine ne bildikleriyle tanımlanırlar. Ne oranda medya ağının içerisinde oldukları, oradaki bilgiyle ne oranda etkileşim içerisine girdikleri ve ne oranda bilgilendikleriyle tanımlanırlar. Burada da televizyonun yeri oldukça önemlidir (Meyrowitz, 1985). Meyrowitz'e göre televizyonun yaygınlaşmaya başladığı 1960'lı yıllarda bazı çevrelerin, çocuğun okumayı öğrenmeden önce televizyonun karşısına geçmesine karşı çıkışlarının nedeni de budur. İnsanların sınıf ve yer koşulları gözetilmeksizin tanımlanma olasılıkları birtakım çevreleri rahatsız etmişti. Ona göre televizyon, hangi toplumsal ve ekonomik koşullardan gelirse gelsin insanların eğitiminde etkili olmaktadır (Meyrowitz, 1985.).

Ancak Meyrowitz'in göz ardı ettiği nokta insanların hiçbir zaman televizyon bilgisiyle bir meslek sahibi olamayacakları, kendi gerçek yaşamlarını yönlendiremeyecekleridir. Televizyondan edinilen bilgiler insanların ön yüz sunumlarında etkili olabilir ve onlara avantaj sağlayabilir. Ancak arkayüzde işler bu denli kolay olmayabilir. Örneğin, kentin yoksul semtinde, oldukça da olumsuz koşullar içerisinde yaşayan liseli bir genç televizyondan edindiği bilgiyle okulda, zengin ailelerden gelen arkadaşlarıyla bir ölçüde bir birliktelik sağlayabilir belki, ön yüz sunumunda başarılı olabilir, ancak okul sonrası evine döndüğünde onu bekleyen yoksulluğu, açlığı, soğuğu ne oranda yaşamından uzak tutabilir? Yani arka yüzde değişen hiçbir şey yoktur. İnsanın asıl gerçekliği ise arka yüzdedir, yaşamın başkalarına görünmeyen kısmında.

Parasosyal Etkileşim

Medya aracılı etkileşimin önemli bir boyutunu parasosyal etkileşim oluşturur. İzleyicilerin medyanın kurmaca dünyasındaki karakterle, olayla ya da öyküleme yle girdikleri etkileşime parasosyal etkileşim denilir. İzleyici çoğu zaman kendisini televizyondaki dizi filmlerde ya da reality showlarda izlediği karakterlerle özdeşleştirir, kendisini onların yerine koyar, onları kendi ailesinin bireylerinden biri olarak görür. Ya da televizyonda verilen bir haberin dayandığı olay, dizi filmin öyküsü, olay dizisi de izleyici bireyin bilişsel duygusal ve ruhsal dünyasıyla tam bir özdeşlik ilişkisi oluşturabilir. Kurmaca ve gerçek arasındaki sınır belirsizleşir. İzleyici kendi gerçek yaşamına ilişkin zamansal ve uzamsal sınırları ayırmakta zorlanır, gerçek ve kurmaca dünya iç içe geçer.

Parasosyal etkileşim kavramı ilk olarak Chicago Okulu'ndan Donald Horton ve Richard Wohl tarafından geliştirilen aracılı etkileşim kuramı içerisinde belirir. *Mass Communication and Para Social Interaction (Kitle İletişim ve Para Sosyal Etkileşim)* (1956) adlı kitapta Horton ve Wohl iki önemli kavram geliştirir. Bunlardan

biri parasosyal etkileşim, diğeri ise onunla bağlantılı olan karakter (persona) kavramıdır. Her iki kavram da iletişimin üretim ve algılanma süreçlerinin anlaşılmasında ve çözümlenmesinde anahtar görevi yaparlar. Parasosyal etkileşim yüz yüze etkileşimden farklı, ama aynı zamanda da onunla ilişkilidir. Horton ve Wohl bu bağlamda özellikle evde ekran karşısındaki izleyici ile stüdyo konukları arasındaki etkileşimi ele alırlar. Stüdyo konukları medyanın üretici kesiminde değil, aslında izleyici kesimde yer alan, ama bazı durumlarda ve bazı program formatlarında stüdyoya çağrılan izleyici bireylerden oluşur. Bu nedenle de evinde ekran başındaki izleyici onları kendisine daha yakın hissedebilir. Hatta stüdyo konukları izleyicinin geri kalan kesimini temsil etmek üzere oradadırlar. Bu nedenle de evdeki izleyici ile etkileşimleri çok daha kolaydır. Stüdyo konuklarının alkışları, çığlıkları, kahkahaları, programın akışına, sunucuların edimlerine katılımları evdeki izleyicide stüdyodaymış duygusu yaratır.

Karakter kavramı ise izleyicinin televizyondaki belli tiplemelerle özdeşlik kurmasıdır. Özellikle de dizi film karakterleri bu anlamda önemlidir. Uzun süreli, bazen yıllarca süren dizi filmlerdeki karakterlerle izleyici bireyler arasında yıllara dayalı öylesine sıkı bir bağ kurulur ki, karakterler aile bireylerinden sayılır, aile bireyleri kendilerini de dizi filmdeki aileden sayarlar. Dizideki ilişkilerin içerisine öylesine katılırlar ki, kurmaca karakterlerin heyecanları onların heyecanları, acıları onların da-acıları oluverir. Yaşamlarının izleme dışında kalan kesitlerinde ise çoğu zaman kendi aralarında, arkadaş ortamında, iş ortamında dizi karakterlerini, oyunun akışını vs. konuşurlar, onlar gibi giyinirler, onlar gibi davranırlar. Bazı karakterleri kendilerine rol model alarak kendi gerçek yaşamlarındaki her tür edimlerinde, tavır ve davranışlarında ona öykünürler. Dolayısıyla da kurmaca karakterler çeşitli biçimlerde izleyicinin yaşamına sızar ve onu yönlendirirler.

Parasosyal etkileşim eğlence biçimlerinin saptanmasında, eğitim stratejilerinin belirlenmesinde, ticari ilişkilerin örgütlenmesinde çoğu zaman etkili olur. Toplumda popülarite kazanan çoğu televizyon dizileri ya da sinema filmlerinin genelde piyasadaki alışverişleri de etkilediği bilinmektedir. Hatta toplumda yüksek popülarite yakalayan dizi filmler üzerinden çoğu zaman birtakım ticari ilişkilerin geliştirildiği görülür. *Asmalı Konak* adlı televizyon dizisinin yüksek izleyici oranları tutturmasının ardından pazarda asmalı konak şallarının, kupalarının satışa sunulması gibi. Ya da bir zamanlar dünyanın pek çok yerinde popüler olan Dallas dizisindeki karakterlerin giysileri, takıları vb. model alınarak piyasayı saran Dallas modası, Aşk-ı Memnu dizisinden pazara taşınan Bihter gecelikleri vb.

Çoğu zaman toplumda belli değerlerin, davranış biçimlerinin ve tutumların yerleştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına ilişkin stratejilerde de parasosyal etkileşimden yararlanılır. Bunun için kurmaca ürünlerle, eğlence, yarışma vb programlar aracılığıyla çeşitli rol modeller kurularak topluma sunulur. Örneğin, son yıllarda Türk televizyonlarında feodal değerlerin işlendiği, dini motiflerin yer aldığı, etnik ögelerin kullanıldığı yerli dizilerin belirgin oranda artmasının stratejik

bir yönelim olması olasıdır. Topluma belli rol modeller sunmak, insanları belli değerlere, yaşam biçimlerine aşina duruma getirmek amaçlanıyor olabilir.

Horton ve Wohl'a göre parasosyal etkileşim yüz yüze etkileşim gibi işlemekle birlikte tek taraflı işleyişiyle ondan farklılaşır. Buna göre parasosyal etkileşim izleyici kesitini ilgilendiren bir durumdur. Karşılıklı bir etkileşim söz konusu değildir. Başka bir deyişle parasosyal etkileşim ya da ilişki izleyici ile medya karakteri arasındaki hayali bir arkadaşlıktır.

Genellikle de yalnızlık duygusu içerisinde olan, sosyal ortamlara giremeyen, iş dışı serbest zamanı çok olan insanlar parasosyal etkileşime yönelmeye diğerlerine göre daha eğilimli olabilirler. Toplumdan dışlanan insanların da parasosyal ilişki ortamlarına kaydıkları saptanmıştır. Ancak kullanım ve doyum araştırmaları içerisinde gözlemlendiği üzere parasosyal etkileşim ortamına girmek çoğu insan için bir gereksinim olarak da tanımlanabilmektedir. Dolayısıyla toplumdaki ortalama insanların da gündelik yaşamlarında medya dünyasıyla çeşitli düzeylerde parasosyal ilişki kurdukları görülmektedir.

Parasosyal ilişki veya etkileşim yalnızca kurmaca karakterlerle de kurulmayabilir. Haber sunucularıyla da parasosyal etkileşim kurulabilmektedir. Özellikle de son yıllarda oldukça yaygınlaşan anchorman ve anchorwoman tarzı haber sunucularının izleyicilerde bağımlılık yarattıklarını gözlemekteyiz.

Diğer yandan günümüzde haber sunucularının, tartışma ve yorum türü program sunucularının, yarışma programı sunucularının çoğunlukla izleyici tepkilerini anında önlerindeki bilgisayar ekranından izlediklerine tanık olmaktayız. İzleyici iletisini anında internet ortamından sunucuya iletmekte, kendisini ifade etmekte, böylece hem üretici hem de ürün düzeyinde etkin katılım gerçekleştirebilmektedir. Sunucu da duruma, zamana ve iletilerin niteliksel içeriğine ve niceliksel durumuna göre izleyiciden gelen iletileri stüdyo konuklarıyla ve diğer izleyicilerle paylaşmaktadır. Böylece izleyicinin etkin katılımı karşılıklı etkileşimi bir ölçüde de olsa sağlanmış olur. Dolayısıyla da parasosyal etkileşim Horton ve Wohl'un belirttiği gibi her zaman tek taraflı olmayabilir. Ayrıca izleyicinin internet veya telefon yoluyla programa katılması, aynı zamanda onun öteki izleyicilerle de bir tür etkileşime girmesini sağlamış olur. Böylece medya üzerinden izleyiciler kendi aralarında da bir etkileşim gerçekleştirebilirler.

Aracılı Sözde Etkileşim

Aracılı sözde etkileşim kuramı İngiliz sosyolog John B. Thompson (1996) tarafından geliştirilmiştir. Bu kuram etkileşimci yaklaşım içerisinde geliştirilen diğer kuramlardan oldukça farklıdır. Hatta belki de Thompson'un aracılı sözde etkileşim kuramı Chicago Okulu içerisinde doğup gelişen etikleşimci yaklaşımdan çok yapısalcılığa ve ideoloji kuramına yakın sayılır. Thompson'a göre medya çalışmalarında ideolojinin yeri ve rolü çok önemlidir. Thompson da Meyrowitz gibi McLuhan'dan etkilenmiştir. Medyanın, değerlerimizi, kimliklerimizi, aidiyet-

lerimizi güçlendirdiğini savunur. Thompson (1984), diğer etkileşimcilerden farklı olarak medya aracılığıyla yöneticilerden kitlelere ideoloji aktarımı yapıldığını söyler. Ona göre medya ürünleri kendi üretim bağlamlarından uzaklaştırılarak izleyicilerin kültürel ve maddi koşullarına yeniden gömülürler. Aslında bu savıyla Thompson, Gerbner'in ekme modelini de çağrıştırır. İzleyici ve medya arasındaki etkileşim Thompson'a göre pasif veya parasosyal değildir. Gündelik yaşamın kurucu özelliği, hem izleyiciler hem de üreticiler için fırsatlar ve tehditler sunar. Medyayla etkileşim ayrıca diğer etkileşim biçimleriyle de, örneğin yüz yüze etkileşimle ilişkilidir. Çünkü insanlar medya dolayımlı etkileşimi kendi sosyal ilişkilerinde de kullanırlar. Bu, oldukça önemli bir vurgudur. Çünkü bizler medya aracılı ve yüz yüze etkileşimi aynı anda gerçekleştirebiliriz. Televizyon izlerken yemek yer, başkalarıyla sohbet eder, telefonla konuşabiliriz. Thompson, Türkiye'de yaşasaydı ve bir minibüs sürücüsünün içerisinde yer aldığı etkileşim ağına tanık olsaydı ne derdi acaba? Bir minibüs sürücüsü araba kullanmakta, radyodan Ferdi Tayfur'un yanık sesinden dinlemekte olduğu arabesk şarkıya eşlik etmekte, bir eliyle direksiyonu yönetirken, diğer elinde sigara, açık pencereden arada bir savurduğu külleri ve her içimde derinden ah çekişiyle belli ki geçmişten bir şeyler var onu acıtan, aynı anda yolculardan ücretleri toplaması, bir yandan trafikteki diğer minibüsçülerle bakışması, sohbet etmesi, kendisini sollayan lüks otomobilin sürücüsüne küfürler savurması, yolculara dönüp haklılığını paylaşması, para üstlerini verişi, yoldaki araçları sollaması, cadde kenarında bekleyen mini etekli kıza yönelen bakışları ve Ferdi'nin feryadına karışıp giden arzuları. İşte Thompson'un aracılı sözde iletişim kuramıyla anlatmak istediği.

Thompson da Horton ve Wohl gibi medyayla iletişimin tek taraflılığına dikkati çeker. Ona göre kitlesel medya aracılı etkileşim sözdedir. Çünkü izleyici kendisini medyadaki karakterlerle özdeşleştirirken, onlarla etkileşim içerisine girerken onlardan herhangi bir karşılık gelmesi olanaklı değildir. İnteraktif medya teknolojileri sayesinde izleyicinin tepkisi geri besleme yoluyla bir dereceye kadar ölçülebilir. Ama teknolojik ölçümler bile etkinin tek taraflı olması durumunu değiştirmemekte.

Thompson, aracılı sözde iletişim kuramını Goffman'ın özsunum kuramına uyarlar. Buna göre yüz yüze ve aracılı etkileşimcilik katılımcıların önyüzü sergilemelerine olanak verirken, arkayüzün gizli kalmasını gerektirir. Aracılı sözde etikleşim izleyiciden çok sunucunun önyüz sunumuna dayanır. Asıl olan sunucudur çünkü. Sunucu tüm izleyicilere seslenirken, onların beğenilerini kazanması, ilgilerini çekmesi önemliyken izleyici evinde ekran başında izleme edimini gerçekleştirir. Bu koşullarda da önyüz sunumuna gereksinim duymaz. Burada arkayüz, önyüzün önüne geçer. Çünkü ekran başındaki izleyici kimseye iyi görünmek, kendisini beğendirmek zorunda değildir. Ekrandaki sunucu kendisini ona beğendirmek için giyim kuşamına, ses tonuna, mimiklerine vs tüm ayrıntılara dikkat etmek zorundayken, izleyici pijamasıyla televizyonun karşısına oturup, tırnaklarını kemirirken bir yandan da onu izleme özgürlüğüne sahiptir. Ancak

aynı izleyici stüdyo konuğu ise durum değişir. Ama o zaman da zaten izleyici aynı zamanda üretici veya sunucu konumundadır. Dolayısıyla da önyüzün sergilenmesi önem kazanır.

Thompson'a göre izleyicilerin etkileşimdeki asıl görevleri aldıkları iletileri yaymalarıdır. Böylece izleyici medyanın söylem alanının olgunlaşmasını, etkinlik alanını genişletmesini sağlamış olur. Aracılı sözde etkileşim kuramına göre izleyicinin konumlandırılışı tam da böyledir. Medyanın söylem alanının medya dışındaki etkinliğine katkı yapmak.

Aracılı sözde etkileşimle dünya çapında önemli birtakım olaylar, durumlar, sorunlar eve taşınır. İnsanlar evlerinde televizyon izlerken, aracılı sözde etkileşim yoluyla dünyanın diğer yerlerinde yaşayan insanların yapıp ettiklerinden haberdar olurlar. Bu da izleyicilerin zamansal ve uzamsal gezginler haline gelmesi anlamına gelir. Televizyondan duyduğumuz bir cinayeti kendi söylem alanımıza taşıyarak, konuşarak kendi yaşamımızın bir kesiti haline getirebiliriz. Örneğin, hiçbir ideolojik yanı olmayan, sıradan aşk cinayetlerinden biri olan ve basına Münevver Karabulut Cinayeti olarak geçen bir cinayete ilişkin gelişmelerin aylar boyu televizyon ekranlarından verilmesi, hatta bir suç dizisi kıvamına getirilmesinin aynı zamanda kamunun gündemini de meşgul ettiği gözlenmiştir. Oysa ideolojik ve kamusal yanıyla bilinen pek çok cinayetin televizyonlarda olabildiğince kısa haberlerle geçiştirildiği gözlenmektedir. Böylece izleyicinin söylem alanı da aslında medya tarafından belirlenmektedir. Dolayısıyla etkileşimin ne oranda olacağı, hangi konuları veya gündemin hangi kesitlerini kapsayacağı medya tarafından belirlenmekte. Bu da Thompson'un aracılı sözde etkileşim kuramına karşılık gelmektedir.

Sapkınlık, Panik ve Etiketleme

Chicago Okulu içerisinde gelişen etiketleme (labelling)[1] kuramının temeli Durkheim'in anomi kavramına kadar uzanır. Toplumdaki genel kuralların dışına çıkanların sapkın olarak değerlendirilmesi ve etiketlenerek (damgalanarak) toplum dışına itilmeleri eğilimi üzerine temellenir. Toplumda suç oranları arttıkça, marjinal alanlar genişledikçe toplumdaki sapkınlık oranları da artış gösterir. Bu durum toplumu ahlaki açıdan tehdit eder, paniğe yol açar.

1960'lı yıllarda belki de Foucault'un görüşlerinin de etkisiyle sembolik etkileşimciler toplumdaki sapkınların ve marjinallerin toplumsal ortama katılmaları gereğini vurgulamışlardır. Hatta sembolik etkileşimci yaklaşıma göre toplum yalnızca sapkınları ve suçluları dışlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumda birtakım sapkın kategoriler yaratılarak (geyler, lezbiyenler, AİDS'liler vs) toplumun

[1] Etiketleme olarak Türkçeye çevrilen labelling kavramı için damgalama kavramı belki de çok daha uygun bir karşılık olur. Ancak Türkçe kaynaklarda kavramın karşılığı etiketleme olarak kullanıldığı için burada da kavram karmaşasına yol açmamak için aynı kavram kullanıldı.

denetim altında tutulmasına da çalışılır. Böylece insanların, toplumdaki egemen kurallara uymaya özen göstermelerine çalışılır. Bu da bir bakıma toplumda statükonun sağlanması anlamına gelir. Statükoculuktan beslenecek kesimlerin ise toplumdaki yönetici kesimler, yani iktidarı ellerinde bulunduran kesimler olduğu tartışmasız bir gerçektir.

Etiketleme ve moral panik konusundaki ilk önemli araştırma Howard S. Becker tarafından yapılmıştır. Becker'in (1997) *Outsiders (Dışarıdakiler)* adlı kitabı sapkınlar ve diğer dışlananlar üzerine yoğunlaşır. Uyuşturucu kullanıcıları, eşcinseller, hatta deliler bunlar arasında yer alır.

Toplumdan dışlananların medyadaki temsil oranları da genelde çok düşüktür. Normal çoğunluktan oluşan toplumda sapkın azınlığın, marjinallerin medyada temsiline bile tahammül edilmemektedir. Sapkınların ya da marjinallerin doğrudan katıldıkları olayların haber sunumunda bile mümkün olduğunca onların görüşlerine başvurulmaması, olayın aktörü olarak söz edilseler bile gösterilmemeleri, kendilerinden demeç alınmaması vb. yollara başvurularak medyada temsilleri de önlenmiş olur. Sapkınların ve marjinallerin medyada temsil edilmemelerinin altında yatan önemli bir gerekçe ise onların, toplumdaki normal insanlarla simgesel düzeyde bile olsa etkileşim içerisine girmelerinin önlenmesi gereğidir.

Giddens ve Yapılandırma Kuramı

Anthony Giddens geliştirdiği **yapılandırma** kuramıyla etkileşimci ve yapısalcı yaklaşım arasında bir köprü kurmaya çalışır. Bunun için de yapıya ve eylemin yapılanmış biçimlerine bakar. Gündelik yaşam içerisinde ortaya çıkan, alışveriş, işe gitmek gibi eylemler, sosyal yapıları üretir ve yeniden üretir. Giddens bireysel davranışların verili bağlamda nasıl biçimlendiğini de izler. Bunun için de bireylerin eylemleri ve kurumlar arasındaki ilişkiye bakar.

Giddens'ın üzerinde durduğu bir konu da zaman ve uzam ilişkisidir. Modern öncesi toplumlarda zaman ve uzam arasındaki mesafe oldukça yakındı. Oysa modern ve ileri modern toplumlarda zaman ve uzamın ayrıştığı gözlenmektedir. Bu durum zaman ve uzam algılamasını da değiştirdi. Medya ise uzaktaki olayları bize aktararak uzamın önemsizleşmesine yardımcı olmaktadır. Dünyanın dört bir yanına ilişkin haberleri televizyondan alma şansımız var. Böylece medya aracılığıyla uzaklar yakınlaştırıldı. Giddens'a göre başkalarına ilişkin olayları, durumları öğrenirken aslında kendi yaşamımıza ilişkin de birtakım sorgulamalar içerisine gireriz. Böylece kendi kimliğimizi, benliğimizi de yeniden sorgulama olanağı yakalamış oluruz. Bu da biz ve diğerleri ayrımını yapmamızı, içerisinde yaşadığımız toplumda yerimizi belirlememiz, ilişkide olduğumuz yapılar içerisindeki konumlandırılışlarımızı kavramamız açısından önem taşır.

Giddens'ın üzerinde durduğu bir diğer konu ise güvendir. Modern öncesi toplumlarda yüz yüze ilişkiler içerisinde güven sorunu çözüme kavuşturulurdu. Oysa günümüz modern toplumlarında birtakım yapılarla, profesyonel alanlarda

güven gereksinimimizi karşılamaya çalışırız. Bankalar, sigorta şirketleri gibi kurumlar ekonomik olarak yaşamımızı güven altına almamızı sağlarken, polis ve diğer kolluk güçleri can güvenliğimizi sağlar. Sağlık kurumları ise sağlığa ilişkin sorunlarımızı çözerek güven duymamızı sağlarlar.

Özetle Giddens'a göre gündelik yaşam içerisinde gelişen eylemler verili sosyal yapıları sürekli yeniden üretirler. Bu yapılar medyayı da kapsar. Medya aracılığıyla öz benliklerimizin farkına varır, öz kimliklerimizin oluşmasını sağlarız. Dolayısıyla da içerisinde yer aldığımız toplumda bireysel rollerimizi medyanın da katkısıyla sürekli yeniden üreterek pekiştiririz. Bu da özde toplumsal değişmeye karşıt bir durumdur. Daha çok verili toplumsal yapıların (mikro veya makro) süreğenleşmesini sağlar.

Özet

Etkileşimcilik medyanın insan ve toplum yaşamındaki yerini sorgulamak açısından üzerinde durulması gereken bir kuramdır. Kitle iletişim araçlarının işleyişine ilişkin önemli noktalara vurgu yapmakta. Kitle iletişim araçlarının üreticisini ve tüketicisini ürün etrafında bir araya getirmektedir. Ancak etkileşimci yaklaşımda kitle iletişim araçları ve izleyici arasındaki etkileşimin fazlasıyla soyut ve idealleştirilmiş olduğu görülmektedir. İnsanların bireysel farklılıklarının, bilgi birikimlerinin, eğitimlerinin vb. yönlerinin bir tarafa bırakılması yaklaşımın önemli zayıflıklarından biridir.

Ayrıca kitle iletişim araçları belli toplumsal koşullar içerisinde yapılandırılmışlardır. Arkalarında ekonomik ve siyasi güçler bulunduğu bilinmektedir. Dolayısıyla üreticinin veya kitle iletişim aracının sunucusunun bu denli merkezi bir yere konumlandırılması yanıltıcı sonuçlara götürebilir. Bunlara bakmadan üretici ve izleyici arasındaki ilişkiyi irdelemek eksik kalır.

Öte yandan etkileşimci kuramda gerek üretici gerekse tüketici konumdaki izleyici arasındaki ilişkinin oldukça doğrusal biçimde gerçekleştiği varsayılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının insanlar arasında bir etkileşim alanı yarattığı ileri sürülmekte. Bunun da toplumsal değişme ve ilerleme açısından önemi vurgulanmaktadır. Ancak televizyonun etkisiyle hangi toplumsal değişme ve gelişmenin sağlandığına ilişkin herhangi bir bilgi verilmemektedir. İnsanlar kendi gerçek yaşamlarında yoksulluk ve açlık çekiyorlarsa medyanın simgesel etkileşim ortamından onlara en parıltılı yaşamlar sunulsa bile ne fark eder?

Bölüm XI

Kitle İletişim Araçları, Kamuoyu ve Demokrasi

Giriş

Antik Çağ'dan beri her dönemin kendine özgü kitle iletişim biçimleri ve kurumsallaşmaları olduğu bilinmektedir. Eski Yunan ve Roma'da agora bu anlamda önemli bir kitle iletişim ortamıdır. Yöneticilerin kalabalıklar önünde konuşmaları, Perslerin atlı postacıları, Romalıların gözetleme kuleleri vb. Yönetenlerin yönetilenler üzerinde güç uygulamaları, yönetilenlerin kendilerini yönetenlere kabul ettirerek yaşamda kalmaları ya da daha iyi yaşam koşulları elde etmeye çalışmaları ktle iletişimin arkasındaki öncelikli niyetler olarak süregelmiştir. Kitlesel savaşlar, göçler, işgaller de asıl amaçlarının yanında kitle iletişimin de görünümleri olarak kabul edilebilir. Her durumda birileri başka birilerini etkilemek, kendi amaçları doğrultusunda yönlendirmek, kendi egemenlik alanlarında tutmak için kitle iletişimi ve koşullara göre de olası kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır. İnsanlık tarihinin her döneminde birileri, özellikle de yönetici konumda bulunanlar kendi iktidarlarının güvenle sürmesi için kitleleri belli bir düşünüşe sevk etmek ve orada tutmak istemişlerdir. Bazı dönemlerde siyaset, bazı dönemlerde de din aracılığıyla yapılan yönlendirmeler, siyaset ve din kurumunun yeterince etkin kullanılamadığı durumlarda da doğrudan baskı ve şiddet araçlarına başvurulmuştur. Ama her dönemde, adı konulmasa bile egemen kesimlerle bağımlı kesimler arasında açık ya da örtük bir mücadele süregelmiştir. İşte bu mücadelede veya iktidar yarışında iletişim, özellikle de kitle iletişimi önemli olmuştur. Kitle iletişim araçları ve kamuoyu ilişkisi üzerinde yoğunlaşılacak olan bu bölümde kuramsal temel oluşturması açısından öncelikle kitle iletişim ve toplumsal sistem

ilişkisine kısaca değinilecektir. Ardından da kitle iletişim sistemleri, kamuoyu, kitle iletişim araçları ve kamuoyu ilişkisi gibi konular üzerinde durulacaktır.

Kitle İletişim Araçları ve Sistem ilişkisi

İnsanlar, diğer canlılardan farklı olarak yaşamlarını amaçlı biçimde planlama yeteneğine sahiptirler. Bu, bir bakıma insanların sistem kurma becerisi olarak da algılanabilir. Tarihe düşen izlerden anlaşıldığı üzere insanlar, topluluklar halinde yaşamaya başladıkları dönemlerden itibaren sistem kurmaya yönelmişlerdir. Arkeolojik kazılardan elde edilen pek çok kalıntı insanların Buzul Çağı'ndan itibaren birtakım işaretler geliştirdiklerini, simge sistemleri yarattıklarını göstermektedir. Simge geliştirmenin, simge sistemi yaratmanın düşünceyle, hatta düşünceyi sistemleştirmeyle doğrudan ilişkili olduğunu düşünürsek, daha ilk çağlardan itibaren insanların, düşüncelerini sistematize etmeye çalıştıklarını da tahmin edebiliriz. Bu, bir anlamda da insanların iletişim sistemi kurma yönündeki çabalarını ortaya koymaktadır. Basit simge sistemlerinin zamanla yazıya dönüşmesi, yazı için taş, papirüs, sonra da kağıt gibi materyallerin geliştirilmesi, matbaanın icadı, ardından gazete, kitap vb. basılı materyalin elde edilmesi, okuma yazma işinin, Antik Çağlar'dan başlayarak kurumsallaştırılması (Crowley ve Heyer,2010).

İnsanlık tarihinde özel mülkiyet döneminin başlamasıyla birlikte sistem oluşturma çabalarının önemli bir ivme kazandığını tahmin etmek zor değil. Özel mülkiyetin, toplumdaki birtakım insanların, doğadaki kaynakları kendi mülkiyetlerine alarak başka insanlar üzerinde iktidar kurma süreci olduğu söylenebilir. İktidarı sürdürmenin yolu ise uygun denetim ve gözetim mekanizmaları oluşturmakla yakından ilişkilidir. Bu da bir bakıma sistem kurmak anlamına gelir. Çünkü sistemik yapılarda sistemi oluşturan birimlerin işlev ve işleyiş alanları tanımlanmış, sınırları belirlenmiştir. Dolayısıyla da sistemlk bir yapıyı kontrol altında tutabilmek çok daha kolaydır.

David Easton (1965) toplumun devasa bir örgütlü yapı, bir sistem olduğunu, bu genel sistemin de çeşitli alt sistemlerden oluştuğunu söyler. Sistemin, denge durumunu koruyabilmesi için bünyesindeki alt sistemlerin kendi işlevlerini gereği gibi yerine getirmeleri ve bunu da eşgüdüm içinde yapmaları gerekmektedir.

Kitle iletişim kurum ve araçları da genel sistemin alt sistemlerinden biri olarak görülmelidir. Her bir alt sistem genel sistemin mikro bir birimidir, dolayısıyla da onun özelliklerini yansıtır. Buna göre kitle iletişim kurum ve araçları da içerisinde yer aldıkları genel sistemin bir mikro türevidir ve genel sistemle, genel sistem içerisindeki diğer alt sistemlerle, yani sistemin içerisinde işlerlik gösteren tüm kurum ve kuruluşlarla uyum içerisinde çalışır. Bu demektir ki her sistem kendi kitle iletişim sistemini oluşturur.

İletişim tarihine bakıldığında da bu görülmektedir. Ekonominin genişlemesi, ticari ilişkilerin gelişmesi, siyasi güçlerin, yetki ve etki alanlarını genişletmeleriyle

birlikte yazının geliştirilmesine gerek duyulduğu tahmin edilmektedir (Crowley ve Heyer, 2010). Hesapların yapılması, kayıtların tutulması, gücün kuşaktan kuşağa aktarılması için yazı gerekliydi. Antik Çağ'ın kent devletlerinde yöneticilerin yönetilenleri kontrol etmek için halkı agora adı verilen meydanlara toplayarak onlara seslenmeleri, Roma İmparatorlarının, hızla genişleyen imparatorluk topraklarını korumak, imparatorluğu denetim altında tutmak için ulaşım olanaklarının gelişmesine ve düzenli bir iletişim sisteminin kurulmasına önayak olmaları, Acta Publica, Acta Diurna gibi duvar gazeteleriyle halka sürekli bilgi aktarımı gerçekleştirmeleri (Kaya, 1985:32) denetim amaçlı sistem kurma çabalarının somut örnekleri olarak görülebilir.

Yine Antik Çağlar'dan itibaren yönetici güçlerin, halkı kendi etki alanları içerisinde tutabilmek için retoriğe büyük önem verdikleri görülmektedir. Kimlere, nasıl konuşulacağı, konuşmanın içeriğinin ve akışının belli bir sistematik içerisinde belirlenmesi Antik Çağlar'dan beri politikacılar ya da topluma yönveren güçler tarafından hayli önemli olmuştur (Köker, 1998:85). Aristoteles'in *Retorik* adlı yapıtı konuşma ve etkili iletişime verilen önemin somut örneği olarak kabul edilebilir.

Antik Çağlar'da başlayan iletişimi ve kitle iletişimini sistemli yapıya kavuşturma çabaları Feodal dönemde bir ölçüde sekteye uğrasa da XVI. Yüzyıldan itibaren yeniden ivme kazanır. Matbaanın gelişimi bu açıdan önemli bir tetikleyici olur. XIX. Yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise kitle iletişiminin kapitalist sistem içerisinde hızla büyüyen bir sektör haline geldiği görülmektedir. Kapitalizmin gelişmeye başlaması, burjuvazinin yeni bir bütünleştirici sınıf olarak belirmesi, kapitalizmin merkezi devlet yapıları üzerine kurulma süreci ve bütün bu süreçlerin sanayileşmenin sunduğu olanaklarla gerçekleştirilmesine koşut olarak kitle iletişimi de hızla sistemik bir yapıya kavuşur.

Ulus devlet yapılarının oluşmasıyla birlikte her ulus devletin, kendi siyasal sistemiyle uyumlu olmak üzere kendi kitle iletişim kurumlarını biçimlendirdiği görülmektedir. Buna göre farklı devlet sistemlerine, yani siyasal sistemlere göre farklı kitle iletişim yaklaşımları oluşur. Bunları otoriter, liberal, toplumsal sorumluluk ve sosyalist yaklaşımlar olmak üzere dört grupta toplamak olanaklıdır. Bunlara bir de gelişmeci yaklaşımı ekleyelim. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrası yıllarda gelişmeci yaklaşım da hiç değilse tartışma gündeminde belirgin oranda yer almaya başlamıştır. Burada her birinden en genel hatlarıyla söz edilmektedir.

Otoriter Yaklaşım

Geçmişi oldukça eskiye giden bir yaklaşımdır. Kitle iletişim araçlarının (gazete) doğmaya başladığı monarşik dönemlerde (krallık ve imparatorluk) kitle iletişiminin yapılanması da o dönemlerin genel sistem yapılarına bağlı olarak otoriter sistem biçiminde olmuştur. Bu sistemde kitle iletişim araçlarının genel yayın politikası var olan siyasal yetke tarafından belirlenir. Gazeteciler siyasal yetkeden izinsiz, kendi istedikleri gibi içerik üretimi yapamazlar. Gazeteler özel kişilerin

mülkiyetinde bile olsa siyasal yetkenin istekleri dışına çıkamazlar. Ülke sınırları içerisindeki herkesin, her şeyin, her alanın kralın ya da imparatorun mülkiyet alanı içerisinde sayıldığı bir ortamda kitle iletişim kurumlarının bağımsız hareket etmesi zaten düşünülemez.

Otoriter kitle iletişim sisteminin işleyişine temel oluşturan ilkelere göre kitle iletişim araçları siyasal erkten bağımsız olamaz; toplumun egemen ahlaki ve siyasal değerlerine aykırı yayın yapılamaz; özdenetim ve sansür meşrudur; egemen sisteme karşı çıkışların suç kabul edilmesi ve cezalandırılması zorunludur ve kitle iletişim araçlarının mülkiyetini ellerinde tutanlar bu koşullara uymak koşuluyla ancak bunu yapabilirler (Kaya,1985:41).

Liberal Yaklaşım

Liberal yaklaşım kapitalizmin içerisine doğup gelişmiştir. Kapitalizmin düşünsel temelini oluşturan liberal düşünce, kapitalist sistemin kurum ve örgütlerinin kurulmasına da temel oluşturmuştur. Liberal anlayışın özünde devletin ve ekonominin birbirinden ayrı tutulması, birbirlerine müdahale etmemeleri ilkesi vardır. "Bırakınız geçsinler, bırakınız yapsınlar" ilkesi etrafında işlemesi öngörülen liberalizmde ekonominin devletten bağımsız özel mülkiyet ilişkileriyle yönlendirilmesi esastır. Kitle iletişim de bu anlamda özel sektörün işleyiş alanı içerisinde kabul edilir. Hatta modern basının belirmeye başladığı XVII. Yüzyılın ortalarından itibaren gazetelerin ve basım işinin gerçekleştirildiği matbaaların işletme yapılarının özel mülkiyet ilişkileri içerisinde biçimlendirildiği görülmektedir. Liberal yaklaşıma göre oluşturulan kitle iletişimin işleyişine temel oluşturan ilkeler gereği kitle iletişim kuruluşları herhangi bir önizin almaksızın kurulabilir; isteyen herkes herhangi bir koşul olmaksızın iletişim mesleğini seçebilir; kitle iletişim kurumu basım ve yayım işini herhangi bir baskı altında kalmaksızın gerçekleştirebilir; kişilerin özel alanının, devlet ve ülke çıkarlarını ihlal edici yayın yapmamak koşuluyla kitle iletişim kuruluşları sistemin işleyişine yönelik her tür eleştiriyi özgürce yapabilirler (Kaya,1985:46).

Liberal yaklaşımda kitle iletişim araçları bir bakıma kamunun gözcüsü gibidirler. Kamu adına yöneticileri, yöneticiler adına da halkı gözetlerler. Kamuya ilişkin sorunlar konusunda yayın yoluyla devletin bilgilendirilmesi, devletin işleyişi hakkında da kamunun bilgilendirilmesi kitle iletşim alanında faaliyet gösterenlerin görevidir. Buna göre kitle iletişim kurumları sistem içerisinde bir tür gözcü rolü üstlenmişlerdir. Bu nedenle de bazılarına göre devletin yasama, yürütme ve yargı güçlerinin yanında dördüncü güç olarak da kitle iletişim kurumlarının yer alması gerekmektedir.

Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı

Bu yaklaşımın esas aldığı temel görüş kitle iletişim kurumlarının kapitalizmin diğer ticari amaçlı sektörlerinden farklı olduklarıdır. Kitle iletişim ortamında yapılan

üretim ile kapitalizmin diğer sektörel alanlarında gerçekleşen üretim arasında fark olduğu, birinin insanların gündelik yaşamlarındaki tüketim materyal ve hizmetlerine, diğerinin ise insanların beyinlerine ve bilinçlerine yönelik olduğudur. Dolayısıyla da kitle iletişim kuruluşlarının, kapitalizmin diğer sektörleri gibi serbest rekabet ve ticari kazanç ilkeleri üzerine kurulmasının önemli sorunlara yol açacağı düşünülür. Konunun ilk kez ciddi biçimde Amerika'da tartışma gündemine taşındığı dikkati çeker (Kaya,1985:52). Bu tartışmaların ortaya çıkmasında yaşanan iki dünya savaşının etkisini de göz ardı etmemek gerekir. Özellikle de II. Dünya Savaşı sırasında kitle iletişim araçlarının propaganda amaçlı olarak nasıl etkin biçimde kullanıldığına tanık olunmuştu. Ayrıca Hitler Almanya'sında yürütülen propaganda kampanyalarında da basının etkin kullanımı görülmüştü. Bunlar gibi daha pek çok olay ve süreç kitle iletişim kuruluşlarının sıradan kapitalist işletmeler gibi işletilmemesi gereğinin ipuçlarını veriyordu. Diğer yandan ABD'de 1920'lerin ortalarından itibaren kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine pek çok araştırma başlamış ve bunların sonucunda da kitle iletişim araçlarının insanlar üzerinde sınırsız etki yapmaya muktedir güçte araçlar oldukları yönünde sonuçlar elde edilmişti. Hepsinden de önce Walter Lippman'n 1922 yılında yazdığı kitabında (*Public Opinion*) kitle iletişim araçlarının gerçek yaşamın resmini çekip yansıttıklarını söylemekteydi. Bütün bunlar hem siyasi hem de bilim çevrelerini kitle iletişim kuruluşlarının yapı ve işleyişi üzerinde yeniden düşünmeye yönlendirmekteydi.

Bütün bu tartışmalar sonucunda belli bir model önerisi yapılamamış ancak seçenek modeller geliştirilmiştir (Kaya,1985:54). Bunlardan birincisi radyo ve televizyon yayınlarının bağımsız kamu kuruluşları biçiminde yapılanacak kurumlar aracılığıyla yapılması. Bu modelin uygulamadaki örneği İngiltere'de BBC'dir. İkinci görüş ise radyo ve televizyon yayınlarının yine özel kuruluşlarca yapılması, ancak meslek ilkelerinin oluşturulması ve bu ilkelerin uygulanırlığını denetleme yetkisine sahip kamusal statüde üst kuruluşların kurulması. Amerika'da FCC bu modelin bir gereği olarak kurulmuştur.

Kamusal sorumluluk yaklaşımına temel oluşturan ilkelere göre kitle iletişim kuruluşları kendi işleyiş kurallarını kendileri belirlemeli, ancak kamu yararını da gözetmeli, toplumdaki çeşitliliğin ve çoğulculuğun temsiline olanak vermeli; haberde nesnellik, doğruluk, tarafsızlık ilkelerine bağlı olmalı; kültürün ve sanatın geliştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına katkı sağlamalı; toplumsal huzuru korumak amacına dönük olarak şiddet ve suç içerikli yayınlara yer vermemeye özen göstermeli (Kaya,1985:55).

Sosyalist Yaklaşım

Kitle iletişimde sosyalist yaklaşım 1917 Bolşevik Devrimi'yle birlikte belirir. Sosyalist düzende kitle iletişim araçlarının görevi siyasal iktidarın, sosyalist partinin yanında yer alarak sosyalist düşüncenin yerleşiklik kazanmasına yardımcı olmaktır. Özel sektörün olmadığı bir ortamda kitle iletşim kuruluşları da doğal olarak

kamu kuruluşları statüsüne sahiptir. Görevleri ise toplumun sosyalist düşünce doğrultusunda eğitilmesi, sosyalist ideolojinin sürekli aktarımının yapılmasıdır.

Sosyalist yaklaşımın temel ilkeleri ise şunlardır: Birincisi kitle iletişim araçları düzenin gerçek sahibi işçi sınıfı adına ideoloji ve kültür üretimi yapar ve aktarır. İkincisi, özünde sınıfsız bir toplum yapısını öngören sosyalist sistemde kitle iletişim araçlarının toplumdaki farklı görüşleri yansıtmaları gerekmez. Yalnızca sosyalizme ilişkin propaganda yapmaları beklenir. Üçüncüsü kitle iletişim araçları kolektivist düşünceyi yaymakla görevlidir. Dördüncüsü, kolektivizme dayanan bir sistemde kitle iletişim araçlarının bireysel görüş ve temsillere yer vermesine gerek yoktur (Kaya, 1985).

Gelişmeci Yaklaşım

Gelişmeci ya da kalkınmacı yaklaşım olarak bilinen bu yaklaşım II. Dünya Savaşı'nın ardından belirmeye başlamış. Soğuk Savaş ve yeni sömürgecilik eğilimleri az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler bazında kitle iletişim alanında da yeni bir konuyu tartışma gündemine taşımıştır. Buna göre azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin kitle iletişimi açısından da sömürgeci ülkelerin tehditi altında olduğu, bundan kurtulmanın yolunun ise her bir ülkenin kendi kitle iletişim kurum ve araçlarına sahip olmasıdır. Her bir ülkenin ekonomik kalkınmışlık düzeyinin, siyasal ve toplumsal yapılarının, dolayısıyla da kültürel iklimlerinin birbirinden farklı olduğu da düşünülerek uygun kitle iletişim yapılanmalarına gitmeleri gereği üzerinde durulmuş. Böylece her bir ülkenin, kendi gelişme ve kalkınma politikalarını oluşturmada ve uygulamaya koymada kitle iletişim kurumlarının da desteğini alabilmesi sağlanmış olacaktı. Aynı şekilde her bir ülkenin kendi ulusal kimliğini biçimlendirecek ulusal kültürünü yerleştirmede, ulusal dilini yaymada kitle iletişim araçlarını kullanabilmesi sağlanacaktı. Gelişmekte olan ülkelerin, özellikle de gelişmiş sömürgeci ülkelerin kitle iletişim kurumlarının haber ve bilgi bombardımanına maruz kalmamaları için her ülkenin kendi kitle iletişim kurumlarını güçlendirmesi gerekli görülür (Kaya,1985:61).

İletişimde gelişmeci yaklaşımın 1970'li yıllarda UNESCO gündemine getirilmesinden önceki bölümlerde sözetmiştik. Özellikle MacBride Raporunda konu önemle ele alınmış, gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere, kendi kitle iletişim yapılanmalarını gerçekleştirmede destek olmaları gereği üzerinde önemle durulmuştur (MacBride,1980).

Türkiye'de Kitle İletişim Sistemi

Türkiye'de kitle iletişimi yukarıda söz edilen yaklaşımların hiçbirisiyle tam olarak örtüşmemekte, her birinden birtakım ögeler içeren karma bir sistem gibi yapılanmış durumda. Buna göre gazete ve dergiler gibi basılı kitle iletişim araçları özel sektörün mülkiyetinde, liberal yaklaşımın kurallarına göre işlerlik göstermektedir. Ancak gerek Basın Yasası, gerek Anayasa, gerekse diğer yasaların ilgili

kesitlerinde yer alan düzenlemelerle önemli kısıtlılıklar getirilmiş, suç ve ceza tanımlamaları net biçimde yapılmıştır. Uygulamada ise basın mensupları zaman zaman hukuksal düzenlemeleri de aşan baskı ve kısıtlamalarla karşı karşıya kalabilmektedirler. Bu da basının kuramda özerk, ama uygulamada öyle olmadığını göstermektedir.

Radyo ve televizyon konusunda ise ikili bir yapı işlemektedir. Bir yandan Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren radyoyla başlayan, sonraları da televizyonu da kapsayan Türkiye Radyo Televizyonu (TRT) İngiltere'deki BBC modeli örnek alınarak devlet destekli, ama kamu hizmeti anlayışına göre yayın yapan bir kurum olarak yapılandırılmıştır. Ancak uygulamada çoğu zaman TRT'nin kamusal esaslara göre yayın yapan bir devlet kurumu olduğunu unutarak siyasal iktidarların (hükümet) yayın organı gibi çalıştığı gözlenmektedir. Ki bu da kamu yayıncılığı ilkesine ters düşen bir durumdur.

Türkiye'de TRT dışındaki radyo ve televizyon kuruluşları ise özel sektörün kurallarıyla işlemekte olup liberal anlayışı benimsemiş görünmektedirler. Ancak basın dışı sermayenin basına girmesi, holdingleşme ve çokuluslu şirketleşmelerle birlikte medyanın, siyasetin ve ekonominin seçkinleri arasındaki yakınlaşmalar sonucu işleyiş, liberal anlayışın özerk kitle iletişim sistemiyle ilgisi olmayan bir yönelime girmiş bulunmakta. Basın patronlarının, iş dünyasının holding yöneticilerinin ve siyasilerin kolkola dolaştığı bir ortamda kitle iletişim kurum ve araçlarının kamu adına devleti gözetlemeleri, kamu ve devlet arasında aracılık yapmaları vb işlevlerini sürdürebilmeleri olanaksız duruma gelmiş bulunmaktadır.

Öte yandan radyo ve televizyon yayınlarını kamu adına denetlemek amacıyla Amerika'nın FCC modelinden esinlenilerek Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) oluşturulmuş, ancak uygulama tümüyle farklı olmuştur. RTÜK sözüm ona özerk bir kuruluş olmakla birlikte, üyelerinin çoğu hükümet tarafından önerilen kişiler arasından seçilmekte. Dolayısıyla da sözde özerk, özde ise siyasal iktidara bağımlı bir kuruluş olarak işleyiş göstermektedir. Dolayısıyla da RTÜK'ün radyo televizyon yayınlarını halk adına gözetlemekten çok hükümet adına denetleyen bir kurum olarak işlediği söylenebilir.

Özetle Türkiye'de özel sektör içerisinde, serbest piyasa kurallarına göre işlemesi, basım ve yayın faaliyetlerini özerk bir anlayış içerisinde gerçekleştirmeleri öngörülen kitle iletişim kurumlarının uygulamada böyle olmadığı, siyasal iktidarların baskı ve kısıtlamaları altında varlıklarını sürdürmekte oldukları görülmektedir.

Kitle İletişim Araçları ve Demokrasi

Modern anlamda kitle iletişim araçlarının toplum yaşamına girmesiyle monarşik toplumsal yapıların çözülerek demokratik yapılara doğru evrilmesi arasında bir koşutluk olduğu görülmektedir. Avrupa'da kitap basımının hız kazanması, modern anlamdaki fikir gazetelerinin çıkmaya başlaması XVII. Yüzyılın ilk yarısına rastlar. Kitap ve gazete yayımını gerçekleştirenler ise feodal yapıya karşı daha özgürlükçü bir toplum savunusunu ortaya koyan aydınlardı. Dolayısıyla da ilk

modern gazeteler halkı aydınlatma, bilgilendirme misyonunu üstlenerek yayın yaşamına girmişlerdi. Feodal toplumun katı monarşik yapısı çözüldükçe kitap ve gazete basım ve dağıtımı da artma eğilimi gösteriyordu. Aydınlanma ve modernleşmenin gelişimi süresince gazetelerde eşitlik, özgürlük, kardeşlik, serbest girişimcilik, özerk işletmecilik ve de demokratik toplum yapısının güçlü savunusu yapılmaktaydı. Oysa paraya sahip olanların güç kazanmasına koşut olarak kapitalizmin biçim değiştirmesi ve tekelci bir örgütlenmeye gitmesiyle birlikte basın da misyonunu yeniden tanımlama gereği duymuştur. Buna göre basın öncelikle ekonomik bir işletme olarak biçimlenmeye başlamış. Kitle iletişim sektörü de kapitalizmin diğer sektörleri gibi ticari kazanç amacını öne çekmiştir. Kapitalizmin diğer alanlarında olduğu gibi kitle iletişim alanında da sermayenin güç alanını genişletmeye yönelik ittifakları başlamış. Bu yapılanmaya koşut olarak kitle iletişim araçlarının üretim ortamlarında da tekselliliğe doğru bir yönelim ortaya çıkmıştır. Oysa modernleşmenin başlangıç dönemlerinde basın özerk bir yapıya sahipti. Sermayenin denetim alanına giren, güç alanında işleyiş göstermeye başlayan basın ya da kitle iletişim araçları asıl sorumlu oldukları halktan da giderek kopmaya başlamışlardır. Böylece halkı aydınlatmak, bilgilendirmek, halk adına devleti gözetlemek gibi işlevler de zaman içerisinde kendiliğinden yitip gitmiştir.

Öte yandan hangi siyasal sistemde olursa olsun, hiçbir ülkede devletin yönetim kademelerinde bulunanlar kitle iletişim kurum ve araçlarını kendi gözetim ve denetim alanlarından uzak tutmazlar. Bu da çoğu zaman kitle iletişim kuruluşlarının işlerine gelir. Bu nedenle de siyasal iktidarların gözetim ve denetim amaçlı tavırları, özellikle de kapitalizmin egemen olduğu günümüz toplumlarında genelde çıkar odaklı ilişki biçiminde işlerlik göstermektedir. Bu durum, kitle iletişim kurum ve araçlarının ya da günümüzdeki adlandırmasıyla medyanın yönetimlere yakınlaşmasına koşut olarak halktan uzaklaşmasına ortam hazırlamaktadır. Başbakanların, bakanların, milletvekillerinin yemeklerinde, uçaklarında, yatlarında zaman geçirmeyi alışkanlık haline getiren gazetecilerden, sıradan halkın arasına katılmalarını, onların sorunlarına duyarlılık göstermelerini beklemek boş bir hayalden öte gitmez.

Dolayısıyla da günümüz çıkar odaklı ilişkileri içerisinde işlerlik gösteren medyanın özerk ve tarafsız olması, bu yönüyle de demokratik toplum yapısının gelişmesine katkıda bulunması olanaklı görünmüyor.

Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu

Gerek toplumsal gerekse siyasal bir olgu olarak kamuoyunun geçmişi de Antik Çağlar'a kadar uzanır. Antik dönemin kent devletlerinde yöneticiler karar alma sürecinde vatandaş konumundaki kesimin fikirlerine önem verirlerdi. Eski Yunan'da agorayı bir tür kamusal faaliyet alanı olarak değerlendirmek yanlış olmaz. Diğer yandan yine o dönemlerde filozoflar yöneticilerin, halkın kanaat ve yönelimlerine değer vermeleri gereğini vurgulamışlardır. Aynı şekilde güçlerini piramitlerle sembolize eden Mısır firavunlarının da kamunun kanaat iklimine duyar-

sız kalmadıkları ileri sürülür (Bektaş,1996). Roma İmparatorluğu dönemindeki duvar gazetesi uygulamaları da aynı şekilde yönetimlerin toplumu bilgilendirme, dolayısıyla da kamuoyunun dikkatini canlı tutmaya yönelik etkinlikler olarak değerlendirmek olanaklıdır.

Orta Çağ'ın katı hiyerarşik ve baskıcı yönetim yapıları sürecinde kamu ve kamuoyu olguları anlamını önemli ölçüde yitirdiyse de XVI. Yüzyılın ortalarından itibaren feodal yapıda başlayan çözülme sürecine koşut olarak halkın, başka bir deyişle kamunun etkisi yeniden hissedilmeye başlanmıştır. Bugün bilinen anlamıyla kamu ve kamuoyunun farkına XVII. Yüzyılın başlarından itibaren varıldığı gözlenmektedir. Feodal toplum yapısının çözülmeye yüz tuttuğu bir dönemde aydın ve yazarlar arasında hareketlilik başlamış, aydınlar aydınlanmaya zemin hazırlamaya dönük fikirlerini kitap ve gazeteler yoluyla halka aktarmaya yönelmişlerdi. Aydınların bu çabalarının toplumda kıpırdamalara yol açmaya başladığını gören monarşik siyasal iktidarlar ağır vergilendirmelerle, baskı ve sansür uygulamalarıyla aydınların halka ulaşmasına engel olmaya çalışmışlardır. O halde yalnızca aydınlar değil, yönetimler de kamu olgusunun farkına varmaya başlamışlardı. Batılı Hristiyan toplumlarda baş gösteren mezhep kavgaları sürecinde kamunun önemi çok güçlü biçimde hissedilmiş. Rönesans ve Reform hareketleri, ardından Fransız Devrimi gibi süreçlerin, kamunun desteğinden yoksun gerçekleşmesi mümkün olamazdı. Feodal toplumsal yapıda çözülme süreci hızlandıkça, yönetici seçkinler yetki ve güç kaybına uğradıkça kamunun desteğinin ne denli önemli olduğu daha fazla hissediliyordu. Halkın ya da kamunun öneminin farkına varılmasında matbaanın kullanıma girmesiyle birilkte doğup gelişmeye başlayan kitap ve gazete gibi kitle iletişim araçlarının etkisini de yadsımamak gerekir. Nitekim Hristiyanlıktaki ayrımların, mezhep kavgalarının arkasında yatan önemli etkenlerden biri matbaa sayesinde insanların kitaba ulaşma ve kendi dillerinde kitap okuma olanağına kavuşabilmeleridir. XVII. Yüzyıldan itibaren modern anlamda gazetelerin basılmaya başlamasıyla birlikte insanların içerisinde yaşadıkları dünya konusunda bilgilenmeleri kolaylaşıyordu. Bilgilenmek de beraberinde fikir sahibi olmayı ve bunu ifade etmeyi getirmekteydi. Modern anlamda kamuoyunun oluşum öyküsü de böylece başlamış oluyordu.

Kamu ve kamuoyuna ilişkin farkındalıklar da giderek belirginleşmiş. Fransız Devrimi öncesinde ise kamuoyu kavamı ilk kez Jean Jacques Rousseau tarafından kullanılmıştır. Rousseau en genel iradenin en doğru ve en adil irade olduğunu söylüyordu. Baskıcı bir yönetim ise kamuoyuna dayansa bile kölelikten öte geçemezdi. Rousseau yalnızca hükümetlerce yürütülen politikalar ve bireylerin kanaatleri arasındaki ilişkilere ilgi göstermekle kalmaz, aynı zamanda demokrasilerin kamuoyuna dayalı çoğunluk yönetimi ve temsil olayı olduğuna ilişkin görüşler de ortaya koyar (Bektaş ak:19).

XIX. Yüzyıl ise sanayileşme ve buna bağlı olarak modern anlamda kentleşme sürecinin büyük ölçüde tamamlanmasına tanıklık eder. Siyasal yapıların demokrasiye doğru evrildiği süreçte kent meydanları da giderek insanların biraraya

gelme, konuşma ve tartışma ortamları haline gelmişti. Bununla kalmamış insanların yaşamın çeşitli kesitlerini (konuşma, tartışma, eğlenme, sanatsal uğraşlar vb.) paylaşabilecekleri kahvehaneler, lokaller, konser salonları, sanat galerileri vb. özel kamusal mekanlar da oluşturulmaya başlandı. Kamusal alana ilişkin bu tür ortamların oluşturulmasının yanı sıra halkın oyunu esas alan yeni siyasal sistemlere geçilmesiyle birlikte kamuoyu resmi bir yapıya da dönüştürülmüş oluyordu.

Siyasal iktidar yarışının kamusal alana taşınması ise siyasi çevreleri, söz konusu alanı kendi istedikleri gibi biçimlendirmek için birtakım yöntem ve teknikler geliştirmeye yöneltti. Dolayısıyla da propaganda ve ikna bu süreçte giderek önem kazanmaya başladı. Adına demokrasi adı verilen ve özgürlük ilkesinin esas alındığı söylenilen bu yeni süreçte zor ve baskı yollarına başvurmak da işin doğasına aykırıydı. Bunun yerine insanları belli görüş ve düşünceler doğrultusunda yönlendirmek, kamuoyunda belli bir düşünsel iklimi egemen kılmak için etkili propaganda ve ikna teknikleri geliştirmek siyasi çevreler için önemli bir uğraş alanı haline gelmeye başladı. Medya ise bu anlamda önemli bir araç olarak ilgili çevrelerin dikkatini çeker. XIX. Yüzyılın ortalarında, baskı ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle hızla gelişen gazetecilik, ardından da radyo ve sinema dönemin önemli propaganda ve ikna araçları, Schiller'in deyimiyle zihin yönlendiriciler olarak işleyişe dahil edilirler.

Demokrasiye geçiş süreci olarak da nitelenebilecek olan XIX. Yüzyıldan XX. Yüzyılın ilk yarısına dek geçen sürede pek çok düşünür kamuoyu konusunda düşünceler ortaya koymuş, tanımlar yapmış. I. Dünya Savaşı ise kamuoyunun gücüne ilişkin düşüncelerin açıklık kazanmasında önemli bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Özellikle de kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturmadaki etkisi belki de ilk kez I. Dünya Savaşı sırasında açıkça gözlemlenir. Walter Lippmann'ın kitabı bu açıdan özel bir önem taşır. Lippmann kamuoyunun oluşumunda basının rolüne sıkça vurgu yapar. Hatta kitabın bir bölümü gazetelerin kamuoyu oluşturmalarındaki rolünü anlatmaya ayrılmıştır. I. Dünya Savaşı süresince gazetecilik yapmış olan Lippmann gazetelerin, yaptıkları haberlerle kamuoyunu nasıl yönlendirdiklerini ayrıntılı olarak gözlemlemiş ve sonrasında da kamu ve kamuoyu olguları açısından kilometre taşı olacak bu ünlü çalışmasını ortaya koymuştur.

Lippmann'ı Harold Lasswell (1927) *Propaganda Technique in the World War I (I. Dünya Savaşında Propaganda Termikleri)* adlı kitabıyla ikinci kilometre taşını koyar. Lasswell kitapta ayrıntılı biçimde propaganda teknikleri yoluyla kamunun yönlendirilmesini anlatır. Sanatın, edebiyatın, müziğin ve elbette ki gazetelerin bu süreçteki yerini önemle vurgular. Lippmann ve Lasswell'in açtığı kulvarda bilim insanları kitle iletişim araçları ve kamuoyu ilişkisini irdelemeye yönelik çalışmalara yönelirler.

Frankfurt Okulu temsilcilerinden Jürgen Habermas'a göre erken modern kapitalizm özerk bir kamusal alan yarattı. Basın da klasik liberalizmin kurallarıyla işleyen özel sektör içerisinde, özerk biçimde yapılandı. Böylece basın burjuvazinin bu yeni döneme uygun bir kamuoyu biçimlendirmesinde önemli destek oldu.

Gazete, dergi ve kitap gibi basılı kitle iletişim araçlarının yanı sıra kahvehaneler, edebiyat, sportif etkinlikler (futbol), tiyatro, müzik, eğlence gibi etkinlik alanları da kamuoyunun biçimlenmesine destek olmaktaydılar. Ekonominin ve devletin ayrışması biçiminde oluşmaya başlayan bu süreç XVII. Yüzyılın başlarından XX. Yüzyılın ilk yarısına kadar sağlıklı bir süreç olarak işler (Curran, 1997:141). Ondan sonraki süreç ise yukarıda da değinildiği gibi kapitalizmin kitle iletişim araçlarını da içine alacak biçimde tekelci bir yapıya bürünmesi, siyasetle işbirliği yaparak halkın yönetimsel karar mekanizmalarının dışına itilmesi, medyanın kamusal sorumluluğunu ve sistem içerisindeki gözcü rolünü bir yana bırakarak güçlerin medyası durumuna gelmesi biçiminde bir süreç izlenir.

Kamusal Alanda Dönüşüm

Liberal sistemde sektör kendi devamlılığını korumak için ürettiğini satmak zorundadır. Liberal sistemin demokratik yönetimlerinde de siyasal iktidarların, yöneticilerin ellerindeki gücü yitirmemek için yapıp ettiklerini, verdikleri hizmetleri halka beğendirmeleri gerekmektedir. Kitle iletişim araçları hem bu süreçte rol oynamakta, hem de kendileri de var kalmak için ürettiklerini halka beğendirmek zorundadırlar. Hatta hemen her konuda kamuoyunun oluşmasında en büyük rol basına düşer. Basının aktarma, anlatma ve algılatma biçimi bu süreçte oldukça önemlidir. Dolayısıyla da kitle iletişim araçları halkın algılama, anlama düzeyini ve gereksinimlerini öğrenip ona göre de üretim yapar. Ancak bunda aşırıya gidilmesi ve üretimin tümüyle satış ve kazanç amacına dönük yapılması basını ya da kitle iletişim kuruluşlarını asıl misyonlarından uzaklaştırmaya dönük etki yapabilir. Bu anlamda XIX. Yüzyıldan günümüze kitle iletişimin geçirdiği sürece bakıldığında üç temel aşamanın söz konusu olduğu gözlenmektedir (Curran, 1997).

Birinci aşamada, yani XIX. Yüzyılın ortalarına kadar basın da toplumun gözünde en az devlet kadar etkin ve yetkindir. Bu aşamada basın klasik liberalizmin kurallarını ve kamusal sorumluluk ilkesini dikkate alan bir işleyiş göstermektedir.

İkinci aşama XIX. Yüzyılın ortalarından XX. Yüzyılın ortalarına kadar sürer. Bu aşamada basın siyasi partilerin etkisi altına girer. İngiltere'de *The Guardian*'ın işçi partisi gazetesi olarak çıkması örneğinde olduğu gibi. Türk basın yaşamında bu sürecin 1950'lerde başlayıp 1980'lerin başına kadar sürdüğü gözlenmektedir. Türkiye'de çok partili yaşama geçilmesiyle birlikte gazetelerin de partilere göre kamplara ayrıldıkları görülmektedir.

Üçüncü aşamada ise halkın ya da izleyicinin kitle iletişim kuruluşları veya medya için tüketici olarak tanımlandığı sürecin başlaması anlamına gelir. Bu sürecin Türkiye'de neoliberal politikaların uygulamaya konulduğu 1980'lerde başladığı görülmektedir.

Halka İlişkiler (PR) çalışmalarının öncelikle Amerika'da gelişmesinin nedeni de kitle iletişim kurum ve araçlarının izleyiciyi tüketici olarak görmeye başlamasıdır. Gazetelerin hafta sonu ekleri vermeleri, Hearts ve Pulitzer gibi basın patronlarının birbirlerinden okur kapmak için çeşitli promosyonlara başvurmaları,

medya kuruluşlarının izleyici araştırmaları vb. çalışmalarla piyasayı denetim altında tutmaları vb. çalışmalar izleyicinin tüketici olarak görülmeye başlandığının somut yansımaları olarak değerlendirilebilir.

Habermas (2010) bazı kesimlerin güçlenerek iktidar çevreleriyle yakınlaşırken, sermayeyle siyasetin de ittifak yaparak halktan kopması durumunu kamusal alanın parçalanması olarak yorumlar. Bunun belki de en somut örneklerinden biri Türkiye'de 1950 seçimlerine hazırlık sürecinde Demokrat Parti tarafından uygulamaya konulan stratejidir. DP bir yandan özel semayeyi teşvik etmeye ve yerli kapitalizmi geliştirmeye çalışırken diğer yandan da seçimi kazanma stratejileri üzerinde kafa yormuş. Nitekim her semtte bir zengin yaratarak ilginç bir halkla ilişkiler çalışması gerçekleştirmiştir. DP'nin desteğiyle ortaya çıkan semt zenginleri halktan kişilerdir. Ama onlara ayrıcalık gösterilerek ekonomik yönden güçlenmeleri sağlanmıştır. DP'nin bu "her semte bir zengin" politikası tam da Habermas tarafından geliştirilen "kamu parçalanması" kavramıyla örtüşmektedir. Şöyle ki DP'nin yarattığı semt zenginleri yaşadıkları semtteki halkı DP'ye oy vermeye yönlendirmek görevini yaparlar. DP'nin vaatlerini, hedeflerini anlatarak halkı DP destekçisi yapmaya çalışırlar. Bu örnekte kamunun sesine kulak vermek, kamunun oy verme tavrını ölçmek değil, insanları DP'ye oy vermeye ikna etmektir asıl amaç.

Buna göre toplumun yönetici kesimlerinde iktidar blokları oluşurken, toplumun yönetilen kesimlerini oluşturan halk kitlelerinin medya yoluyla aktarılan popüler kültürle kuşatılarak tüketime yönlendirildikleri dikkati çeker. Popüler kültürün parıltılı dünyası ve tüketimin çekiciliğine kapılan insanların politik ve ekonomik sorunlarla ilgilenmekten giderek uzaklaştıkları görülür. 1960'lı yıllarda yaşanan gençlik hareketleri bunun önemli bir örneğidir. Avrupa'da gençlik, kapitalizmin eşitsizlikçi işleyişine karşı çıkmaya, sistemi protesto etmeye başlar. Olaylar çıkar, kavgalar olur derken kısa süre içerisinde gençlik kendisini diskolarda bulur. Üstüne bir de uyuşturucu bombardımanı. Öykünün sonu hazin olur. Daha eşitlikçi, daha özgür bir dünya yaratmak için yola çıkan gençlik kendisini o dünyanın içerisinde, o sistemin hizmetinde bulur. Tüketim ise kapitalizmin güç motorudur. Gençliğin popüler kültüre ve tüketime yönelmesi ise muhalefet etmek üzere yola çıktığı sistemin pekiştiricisi durumuna gelmesi demektir. Bu, kapitalizmin toplumdaki muhalif alanları nasıl istediği gibi dönüştürdüğünün önemli bir örneğidir.

Türkiye'de ise bu sürecin 1980'li yıllarda belirgin biçimde başladığı dikkati çeker. Rant ve faiz üzerinden para kazanmak, kara para aklama uygulamasıyla Türkiye'ye yoğun döviz akışı, ithalat hacminide büyük artış, vs. uygulamalarla, içerisine girilen sürecin başarısı tüketime bağlı hale gelir. Dolayısıyla da 80'li yıllar Türkiye'de tüketimi teşvik ve depolitizasyon sürecine karşılık gelmektedir.

Satış ve tüketim hedefine dönük üretim yapılması beraberinde izleyici merkezli bir anlayış da getirmiş bulunmakta. Medya üreticileri, üretimlerini, toplumu bilgilendirme, eğitme, kültürel olarak geliştirme sorumluluğunu dikkate alarak değil, satışıençoklaştırma amacına dönük olarak yapmayı tercih etmektedirler.

"Halka inmek", "halkın istediğini vermek" gibi deyimlerle de meşrulaştırdıkları bu anlayış kitle iletişim kuruluşlarının işleyişini toplum yararı ve kamusal sorumluluk gibi ilkelerden giderek uzaklaştırmaktadır. Örneğin, hepsi birbirinin benzeri dizilerle, yarışma programlarıyla, futbol maçı gösterimleriyle, paparazzi programlarıyla, magazin tarzı haber kuşaklarıyla doldurulmuş bir medyada hangi bilgilendiricilik ve eğiticilikten söz edilebilir?

Gelişmekte olan ülkelerin kitle iletişim kurumlarında da durumun bundan farklı olmadığı gözlenmektedir. Başka ülkelere bile bakmaya gerek kalmadan yalnızca Türk medyasına şöyle bir göz atıldığında durumun vehameti hemen anlaşılmakta. Amerika ve Avrupa'nın en basit düzeyli pop kültür ürünlerinin (diziler, sinema filmleri, yarışma pogramları, evlendirme programları, yıldız keşif programları, müzik ve eglence programları vb) televizyon kanallarını doldurduğu, gazete sayfalarını kapladığı görülmektedir. Üretilen ve tüketime sunulan şey popüler kültür olsa bile, hiç değilse halkın yaşambiçimine, yerel değerlerine seslenir nitelikte olması bile anlamlı olabilirdi. Ancak ithal popüler ya da pop kültürün topluma dayatılması insanları kendi gerçek yaşamlarından uzaklaştırarak, birtakım hayal ve düş dünyalarına sürüklemekten öte bir yarar sağlamaz. Diğer yandan bu durum Batılı kapitalist eksenli küreselleşme sürecini hızlandırıcı yönde de etki yapabilir.

Ticari kazancın öne geçmesi, aslında hiçbir zaman gerçek anlamda işletilmeyen kamusal sorumluluk ilkesinin tümüyle iflasına neden olmuştur. Günümüz dünyasında medyanın bütün mücadelesi kendi varkalmasına ve güç ilişkileri içerisinde yer almasına ilişkindir.

Kitle İletişim Araçları, Kamuoyu ve Hegemonya

İnsanların yaşam koşullarının görece iyileştiği, birey olarak tanımlandıkları, eğitim olanaklarının genişlemesine koşut olarak eğitimli insan sayısının arttığı, sivil toplum ve kamuoyu gibi kavramların dolaşıma girdiği, liberalizmin ve demokrasinin daha özgür bir dünya yarattığından sıkça sözedildiği, bilişim teknolojilerinin geliştiği, bilgiye ulaşmanın hayli kolaylaştığı, dolayısıyla da iletişim ve bilgi çağı olarak da adlandırılan günümüz dünyasında modern öncesinde geçerli olan egemenlik ve bağımlılık ilişkilerinin sürdürülmesinin o denli de kolay olmayacağı ortada. Monarşik siyasal yapıların katı hiyerarşik toplum yapılarında olduğu gibi yönetici kesimlerin, toplumun yönetilen kesimleri üzerinde baskı ve şiddet yoluyla egemenilk kurmaları olanaklı değil artık. Temsili de olsa halkın söz hakkının olduğu, sivil insiyatifin önemsendiği ya da önemsenir gibi yapıldığı günümüzde egemenler isteseler de istemeseler de kendi egemenliklerini sürdürmek için toplumun desteğini almak zorundadırlar. Toplumda meşruiyeti tanınlanmış yöneticilerin yöneticilik işini sürdürmeleri mümkün olsa bile, kolay olmayabilir.

Gramsci egemen kesimin ya da toplumdaki iktidar sahiplerinin ellerindeki iktidarı korumak ve sürdürmek için toplumun desteğine başvurmalarını, toplum düzeyinde meşruiyet sağlamalarına yönelik olarak gösterdikleri çabalarını "rıza"

kavramıyla açıklar (Anderson,1988:42). Yöneticilerin, yönetilenlerin rızasını alması Gramsci'ye göre yöneticilerin konumunu çok daha güçlü kılar. Yönetimlere kendi rızalarıyla boyun eğen kesimlerin muhalif tavır almaları, karşı direnç alanları oluşturmaları çok da kolay olmaz.

Rızaya dayalı egemenlik ve bağımlılık ilişkisini ise Gramsci "hegemonik ilişki" kavramıyla birlikte ele alır. Gramsci'ye göre modern toplumda baskı ve zora dayalı egemenlik yerini rızaya dayalı hegemonyaya bırakmış bulunmaktadır. Egemenlik ilişkilerinde baskı araçları asker, polis vb. şiddet ve zor uygulayan kurumlardır. Oysa hegemonik ilişkilerin etkin olduğu günümüzde egemen kesimlerin, toplumun bağımlı kesimleri üzerinde hegemonik biçimde egemenlik kurmalarında kitle iletişim araçları, eğitim, din, aile vb. araçlar kullanılır. Bu araçların hemen tümü de toplumdaki egemen kesimlerin değerlerini, yaşam biçimini, yani ideolojisini kitlelere aktarma işlevini gerçekleştirirler. Ya da söz konusu araçlar egemen kesimlerin kitleler için uygun gördükleri değerleri, ideolojiyi, yaşam biçimlerini onlara empoze ederler. Burada popüler kültürün altını bir kez daha çizmek gerekecek. Özellikle kitle iletişim araçları egemen kesimin geniş halk kesimleri için uygun gördükleri popüler kültürel formları aktarmada önemil bir role sahiptirler. Böylece kendi yönetimsel konumlarını, iktidarlarını güçlendirmeye yönelik değerleri, ideolojiyi, yaşam biçimlerini de endüstriyel ortamda üretilen ve kitle iletişim araçları yoluyla aktarılan popüler kültürün içerisine yedirerek kitlelere sunarlar. Çoğu zaman kitleler neyi, kimin istekleri doğrultusunda aldıklarının farkında olmaksızın popüler kültürü tüketirken, içeriğinde taşınan değerleri, ideolojiyi, yaşam biçimi kesitlerini de alıp kendi yaşamları içerisine yerleştirirler. Böylece yönetilen konumdaki kitleler farkında olmadan egemen kesimlerin, toplumdaki güç sahiplerinin istek ve beklentileri doğrultusunda düşünür, yer, içer, giyinir, eğlenir, çalışır vs. Uzaktan kumanda robotlara dönüştürülen insanların sisteme karşı çıkmaları, dünyanın gidişini sorgulamaları, eleştirel bir tavır geliştirmeleri ise medyanın kuşatması altındaki bir dünyada o kadar da kolay değildir. Bu durumda egemen kesimlerin kitleleri yönlendirmek, kendi etki alanlarına çekmek için geleneksel baskı yollarına başvurmalarına da gerek kalmaz. Bu, bir bakıma bedensel acı veren baskı ve şiddetin yerini uyuşturucunun alması gibidir. İnsanlar farkında oldukları acılara isyan eder, farkında oldukları baskılara karşı çıkar. Hissedilmeyen acıya, farkında olunmayan egemenliğe karşı çıkmak ise çok daha zordur. Dolayısıyla da hegemonik ilişkinin egemenlik ilişkisine göre çok daha derinden işlediği ve kalıcı olduğu söylenebilir.

Althusser'in "Devletin İdeololjik Aygıtları" kuramı ise Gramsci'nin "hegemonik ilişki" kuramını tamamlar. Althusser'e göre kitle iletişim araçları, aile, okul, din, hukuk gibi kurumlar devletin ideolojik aygıtlarıdır. Çağdaş devlet doğrudan baskı yollarına başvurmak yerine ideolojik baskı yollarıyla kitleleri yönlendirmektedir. İdeolojik baskı ise doğrudan baskı yollarına göre çok daha etkilidir. Çünkü ideolojik baskı insanların bilinçlerini hedef alır. Belli bir yönde biçimlendirilen bilinçlerin dönüştürülmesi ise o kadar kolay olmaz (Althusser, 2000).

Belli bir ideolojik aktarım yaparak kitle iletişim araçları toplumda belli bir kanaat iklimi yaratılmasına yol açarlar. Bu da bir tür kamuoyu oluşumudur. O halde kitle iletişim araçları ideolojik aygıtlar olarak da kamuoyunun oluşmasında önemli bir etkiye sahiptirler.

Propaganda ve İkna

Propaganda, iktidar kavramıyla birlikte düşünülmesi gereken bir kavramdır. İnsan topluluklarında güç ilişkilerinin belirmesiyle birlikte gerek duyulan ve geliştirilen bir olgudur. İnsanlık tarihinin her döneminde de farklı koşullar içerisinde farklı biçimlerde ortaya çıktığı söylenebilir. Toplumdaki bütün iktidar alanları önemli bir güç tanımlama ve gösterme aracı olarak da kabul edilebilir. Ekonomik iktidar ilişkilerinden siyasal iktidara, oradan dinsel iktidar biçimlerine kadar olası tüm iktidar ortamlarında propagandaya başvurulmuştur. Antik Çağlar'ın çok tanrılı dini inancının göstergesi olan heykellerin, tapınakların propagandayla ilişkili bir boyutunun olduğunu da göz ardı etmemek gerekir. Kralların görkemli sarayları, anıt mezarları, firavun piramidleri, ilahların tapınakları, görkemli kilise, cami binaları da bir bakıma propaganda araç ve alanları olarak kabul edilebilir. Propaganda özde gücün tanıtımını ve reklamını yapma yol ve yöntemidir, ama aynı zamanda da güçsel bir gösterimdir. Dolayısıyla da gücü simgeleyen binalar, meydanlar, sanat yapıtları, kuleler, anıtlar, tapınaklar propaganda işlevi de görürler.

Uygulamalar açısından geçmişi çok eski olmakla birlikte propagandanın bilimsel bir bakışla ele alınması, kavramsal ve kuramsal olarak incelenmesi XX. Yüzyılın başlarına rastlar. I. Dünya Savaşı sırasında özellikle de kitle iletişim araçları dolayımlı propagandanın etkilerinin gözlenmesiyle birlikte bilim çevreleri konuyla ilgilenmeye başlarlar. Walter Lippmann'ın (1922) ve Harold Lasswell'in (1927) kitapları kuramsal temel oluşturmak açısından önemlidir. Özellikle de Lasswell'in propaganda üzerine özgün bir model geliştirmesi ve geliştirdiği bu modelin günümüzde de geçerliliğini hala koruyor olması anlamlıdır.

Lippmann ve Lasswell'in çalışmalarının ardından Amerika başta olmak üzere çeşitli Batı ülkelerinde propaganda ve tanıtım konularında çeşitli araştırma şirketleri ve vakıflarca gerçekleştirilen çalışmalar konuya ne denli önem verildiğinin kanıtlarıdır. Hitler döneminde bir danışmanın özel olarak propaganda işlerinden sorumlu tutulması da konunun ciddiyetini ortaya koymaktadır. Nitekim Hitler'in propaganda danışmanı Goebbels'in propagandanın kural ve ilkeleri konusunda ortaya koyduğu çalışmalar propaganda konusunun basit kavramsal tanımlamalarının ötesinde giderek kendi başına bir alan olarak gelişmesine temel oluşturur.

II. Dünya Savaşı sonrası yıllarda ise propaganda, tanıtım, reklam gibi kavramların bir arada ele alındığı görülmektedir. Bu kavramların siyasal iletişimle de bağlantılı olarak ele alınmasıyla birlikte "ikna" kavramı da propaganda olgusu yanındaki yerini alır. İkna da propagandayla birlikte düşünülmesi gereken bir kavramdır. Ancak propagandadan farklı olarak birtakım görüşlerin açıkça daya-

tılması değil de insanların, belli durumlar, olaylar, konular karşısında belli biçimde tavır almaya, tutum oluşturmaya ikna edilmesini temel alır. Burada insanlarda belli bir duruma, olaya ve konuya ilişkin olarak inanç oluşturması gerekmektedir. İnsanların, belli bir durum ya da olay karşısında belli biçimde tavır almaları, tutum oluşturmaları durumunda ondan bir yarar sağlayacaklarına, yaşamlarında olumlu yönde birtakım değişiklikler olacağına inanmaları gerekir.

Propaganda kavramını ikna kavramıyla bütünleştirenler günümüzün kitle iletişim araçlarıyla ve bilişim teknikleriyle kuşatılmış dünyasında insanlar çok yönlü bilgi kanallarının bombardımanı altındadırlar. Bu nedenle de belli toplum kesimlerini herhangi bir konuda yönlendirmek isteyenlerin öncelikle hedef kitlelerini bilgi bombardımanından doğan bilgi kirliliğinden arındırmaları, daha sonra da vermek istedikleri tanıtıcı ve ikna edici bilgiyi iletmeleri gerekir. Bilgi kirliliğini yoketmenin ise çok çeşitli yolları vardır. Burada propaganda uzmanının strateji geliştirme becerisi devreye girer. Dolayısıyla da günümüzde propaganda işi aynı zamanda bir strateji geliştirme işidir.

Aslında günümüzde propaganda yaşamımızın hemen tüm kesitlerine sinmiş durumdadır. Tüketim toplumu ve bilgi toplumunun çakışma alanı propagandadır. Tüketim toplumu siyaset ve ideolojiyi de kapsamak üzere mal ve hizmetlerin satışı üzerine yapılanırken, bilgi toplumu bilginin üretimi, dağıtımı ve dolaşımı üzerine yapılanmıştır. Bilgi, tüketim toplumunun motor gücü gibi işlemektedir. Satışa sunulan ürünleri tüketicilere tanıtmak için bilgi kanallarına, bilgi aktarım araçlarına başvurulur.

Bilgiyle kuşatılmış bir dünyada propaganda, dayatmadan çok iknaya dayanır. Bir ürün ya da hizmet hakkında insanlar bilgilendirilir. Çağdaş propagandanın önemli bir boyutu ikna olduğuna göre aktarılan bilgiyle insanlar belli bir ürün ya da hizmeti satın almaya ikna edilir. Bunun için de söz konusu ürün veya hizmetle ilgili ayrıntılı bilgi verilir, kullanımlarına dönük teknik bilgiler kitle iletişim araçları yoluyla halka ulaşır. İnsanlar ikna oldukları zaman ancak satınalma işini gerçekleştirirler.

Açık ve Örtük Propaganda

Propaganda açık ve örtük olmak üzere ikiye ayrılır. Açık propagandada propaganda amaçlı iletiler açıkça hedef kitleye iletilir. Bir ürün ya da hizmetle ilgili olarak olumlu bir söylem yayılmasının satışlar üzerindeki etkisi de olumlu olur. Propagandanın amacı da zaten satışa sunulan ürün ve hizmet hakkında olumlu bir söylem alanı yaratılmasını sağlamaktır.

Örtük propaganda ise belli bir ürün ve hizmet hakkında olumlu söylem yaymaktan çok örtük, yani gizli biçimde işler. Örtük propaganda aslında yaşamımızın içerisine işlenir, gündelik yaşamımızın tüm dokularına siner, ama biz onun propagandayla yüklü olduğunun farkında bile olmayız. Örtük propagandada ikna amacına yönelik iletiler çeşitli metinlerin anlatı dokularına işlenir ve insanlar farkında olmadan onları alır ve bilinçlerine içselleştirirler.

İdeolojilerin insan yaşamındaki yerlerinin giderek önem kazanmasına koşut olarak örtük propaganda da varlık alanını giderek genişletti. Kitle iletişim araçlarının da yaygın kullanımı sayesinde bugün yaşamımızın neredeyse her boyutu, her dokusu ideolojiye açık hale gelmiş bulunuyor. Özellikle de II. Dünya Savaşı'nın ardından dünyanın soğuk savaş sürecine girmesiyle birlikte güç ilişkilerinde ideolojinin baş rolde oynadığı görülmektedir. Silahlı çatışmaların, sıcak savaşların yerini ideoloji savaşları almıştır. İletişim ve bilişim tekniklerindeki gelişmeler de bu durum için uygun ortam oluşturmuştur. Althusser'in "ideolojik aygıtlar" deyimi ise bu süreçle tam da örtüşmektedir. Kitle iletişim araçlarının, üretim ve sunum alanını ideolojiyle ne denli yoğurduğu bugün artık açıkça ortada duran bir gerçektir.

Kamuoyu Yoklamaları ve İşlevleri

Yöneticilerin kamunun kanaatini bilme isteğinin geçmişi Antik Çağlar'a kadar gitmekle birlikte gerçek anlamda kamunun oluşumu modernleşme sürecine koşut olarak gerçekleşmeye başlamıştır. Modernleşmenin siyasal boyutunun demokrasi, özgürlük, sivilleşme gibi kavramlarla inşa edilmesi toplumun veya halkın görüş ve düşüncelerini önemli hale getirmiştir. Yalnızca yönetilen, ama karar süreçlerine hiçbir biçimde katılmayan halklardan yönetsel karar süreçlerine, temsili nitelikte olsa bile katılma hakkı kazanan halka geçişle birlikte yönetilen kitlelere de düşünebilen, görüş belirtebilen, içerisinde yaşadıkları sisteme ilişkin söz söyleyebilen kanaat sahibi kitleler olarak bakılması kamu kavramının geliştirilmesine yol açmıştır. Demokratik yapıların güçlenmesine koşut olarak da kamu ve kamuoyu kavramları önemini çok daha güçlü biçimde hissettirmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde XX. Yüzyılın başlarında çeşitli özel şirketler, araştırma kuruluşları ve üniversitelerde başlayan halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmalarının önemli bir boyutunu kamunun kanaatini irdelemeye ilişkin metodolojik çalışmalar oluşturur. Bernays'in ve Ivy Lee'nin çalışmaları bu bağlamda değerlendirilebilir. Walter Lippmann'dan ve Lasswell'den bu kitapta defalarca sözedildi. Bütün bunlar kamuoyuna ilişkin çalışmaların kurucuları olarak ele alınabilir. 1940 Başkanlık seçimleri sırasında ABD'de yapılan *"The People's Choice"* (*Halkın Tercihi*) araştırması da bir tür kamuoyu yoklaması olarak kabul edilebilir. Bugün bildiğimiz anlamıyla kamu ve kamuoyu araştırmalarının ise 1950'lerin sonlarına doğru başladığını biliyoruz. Kapitalizimin ikinci bunalımını yaşamaya başladığı 50'li yıllar Amerika'da reklam ve tanıtım çalışmalarının da hız kazandığı bir dönemin başlamasına yol açtı. Bu yöndeki çalışmaların önemli bir boyutunu ise siyasal reklam, dolayısıyla da siyasal iletişim çalışmaları oluşturmaya başladı. Amerika'da siyasal reklam giderek moda olmaya, başkanlık seçimlerinde olabildiğince de canlı kampanyalarla yaşanmaya başlanır. Türkiye'de de bu yöndeki geleneğin belirgin biçimde Turgut Özal tarafından başlatıldığı gözlenmektedir.

Siyasal reklam kampanyalarının önemli bir kesitini kamuoyu yoklamaları oluşturur. Seçim süreçlerinde siyasal partiler seçim öncesi oy oranlarına ilişkin

tahminleri önceden öğrenmek için kamuoyu yoklamaları yaptırırlar. Kamuoyu yoklamaları yalnızca siyasal alanla da sınırlı değildir. Firmalar piyasaya sürmek istedikleri yeni bir ürüne ilişkin de kamuoyunun görüşünü öğrenmek için kamuoyu yoklamaları yaparlar. Bu yöndeki çalışmaların da Rogers tarafından "yeniliklerin yayılması" çalışmaları adı altında yapıldığını anımsatalım.

Kamuoyu yoklamaları hiç kuşkusuz yalnızca siyasi partilerin oy tahmini ya da firmaların ürün satış tahmini amacına yönelik olmakla kalmaz. Aynı zamanda halkın veya kamunun ilgisinin belli bir siyasi görüşe, hizmete, ürüne yönlendirilmesi açısından da önemli bir rol oynar. Özellikle siyasal seçim süreçlerinde siyasi partiler, yaptırdıkları kamuoyu yoklamalarından olumlu sonuç almasalar bile tahmini oy oranlarını olduğundan çok yüksek göstererek basına birtakım kamuoyu sonuç istatistikleri verirler. Burada amaç toplum önünde güçlü konumda görünmektir. Bu da bir propaganda aracı veya biçimi olarak kullanılır. Çünkü bilinmektedir ki insanlar doğaları gereği güçlüden yana tavır alırlar. Kendilerini güçlü hissetmek, birtakım çıkarlar elde etme olasılığı vb. nedenlerle insanların güçlüden yana tavır almaları varsayımından hareketle kamuoyu yoklamalarında da her siyasi parti ya da her firma kamuoyu cephesinde durumun ne kadar iyi olduğu, kamunun desteğini ne denli arkasına aldığı yönünde açıklamalar yaparak kamunun kanaatini kendi lehinde biçimlendirmeye çalışır.

Kamuoyu ve Suskunluk Sarmalı

İnsanların güçlüden yana tavır aldıkları gerçeği pek çok araştırmayla kanıtlanmış olup üzerinde genel bir uzlaşmaya varılmıştır. Bu konudaki en önemli araştırmalardan birini ise Alman bilim insanı Elizabeth Noelle Neumann gerçekleştirmiştir. Neumann 1984 yılında gerçekleştirdiği bir dizi araştırmada bireylerin herhangi bir konuda kanaat geliştirmek durumunda oldukları zamanlarda toplumdaki genel kanaat ikilimini gözlemleyerek kendi kanaatlerini de ona göre oluşturduklarını saptamıştır. Almanya'da siyasal seçimler sırasında Hristiyan Demokratlar ve Sosyal Demokratların kamuoyundaki durumuna ilişkin çeşitli ölçümler yapan Neumann insanların önemli bir kesiminin kendi kanaatlerini toplumun nabzına göre biçimlendirdiklerini bulgulamıştır. Azınlıkta kalan insanlar ya siyasal kanaatlerini dışavurmaktan kaçınmışlar ya da egemen kanaat yönünde görüş belirtmişlerdir.

Neumann siyasal karar sürecine katılıma ilişkin kanaatlerin yanında insanların gündelik yaşamlarındaki başka konularda da aynı tavrı ortaya koymaya eğilimli olduklarını saptamıştır. Sigaranın sağlığa zararlı olup olmadığı konusundaki araştırmalardan da aynı yönde sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin, bir tren kompartımanında yapılan deneyde insanlara sigaranın sağlığa zararlı olup olmadığı sorulmuş, kompartmandaki insanların çoğunun sigara bağımlısı olduğu ve sorulan soruya da sigaranın herhangi bir sağlık riski taşımadığı yanıtını vermişlerdir. Sigara içmeyen azınlığın tavrı ise araştırmanın sonuçları açısından belirleyici olmuştur. Sigara içmeyenlerden bazıları sigaranın sağlığa zararlı olduğu açıklamasını alçak bir ses tonuyla

ifade etmeye çalışırken, sigara karşıtı olan çoğu insanın soruyu yanıtlamak yerine sessiz kalmayı tercih ettikleri gözlenmiştir (Noelle-Neumann,1982).

Neumann'ın saptamalarına göre insanlar ya korktukları, kendilerini güvensiz hissettikleri için sessiz kalmayı tercih ederler ya da güçlü tarafa yaklaşarak birtakım çıkarlar elde etmeye çalışırlar. Bunun yanında bir de gerçekten ilgili konuda henüz net bir kanaat oluşturamamış olanlar vardır ki, bunlar toplumun kararsız kesimi olarak adlandırılır. Özellikle seçim süreçlerinde politikacılar propaganda kampanyalarını bu kararsız kesime dönük olarak yaparlar. Her toplumsal ortamda ve koşullarda kararsızların toplumdaki çoğunluğu oluşturduğu da genelde tanık olunan bir durumdur. Bu nedenle de siyasi partilerin ikna çalışmalarındaki asıl hedef kitleyi kararsızlar oluştururlar. Bir de ilgili konuda gerçekten herhangi bir görüşü olmayanlar vardır. Sözgelimi bir siyasal seçim sırasında oy kullanmak zorunda olduğu için sandık başına giderken bile hiçbir görüşü olmayanlar, hatta neden orada olduğunun farkında olmayanlar da sayıca az değildir. Özellikle okuryazar olmayan nüfusun hala önemli miktarlarda olduğu bizim gibi toplumlarda bu gibi durumlar hiç de yadırganası değildir.

Tetikleyici etken ne olursa olsun insanların güç karşısında ya da kanaat belirten çoğunluk karşısında sessiz kalmalarının arkasında genelde korku ve güvensizlik vardır. Siyasiler ya da kamuoyunda belirli yönde kanaat oluşturmaya çalışan kesimler propaganda ve ikna stratejilerini oluştururken toplumdaki sessiz kalan kesimlerin sessizliklerinin arkasındaki nedenleri bulmaya ve o nedenlerden hareketle onlara ulaşmaya, onların karar süreçlerini kendi beklentileri doğrultusunda oluşturmaya çalışırlar.

Kanaat Önderleri, Eşik Bekçileri ve Kamuoyu

Medya ve kamuoyu ilişkisini irdelerken kanaat önderi ve eşik bekçisi kavramlarını mutlaka göz önünde bulundurmak gerekir. Biri medyanın izleyiciyle ilişkisinde devreye girerken, diğeri de medyanın kendi iç denetim süreçlerinde etkili olan iki olgu olarak medyadan topluma aktarılan her tür bilginin biçimlendirilmesinde ve de algılanmasında etkili olurlar.

Kanaat önderleri toplum içerisinden çıkarlar. İlk olarak Amerika'da 1940 yılı başkanlık seçimleri sırasında yapılan *Halkın Tercihi* araştırmasında farkına varılan kanaat önderleri, bireylerin toplumsal çevrelerinde güvendikleri, belli konularda ya da bazen pek çok konuda görüşlerine, bilgi birikimlerine, deneyimlerine önem verdikeri, saygı duydukları insanlara fikir danışırlar. Dolayısıyla kanaat önderleri çevrelerindeki insanlar için referans kişiler olarak işlev görürler. Kanaat önderlerinin bu referans olma, rehberlik etme işlevleri, bireylerin kitle iletişim araçlarından aldıkları bilgilerin kullanılma biçimlerini yönlendirmede de kendisini gösterir. Ayrıca kanaat önderleri toplumda tartışılan belli konularda, sözgelimi seçim süreçlerinde hangi partiye oy verilmesi gerektiği konusunda da insanlar üzerinde yönlendirici etki yaparlar. Dolayısıyla da kanaat önderlerinin kamuoyunun oluşmasında önemli bir etkileri olduğu söylenebilir.

Eşik bekçilerine gelince onlar medya içerisinde görev yapan medya aktörlerinden oluşur. Örneğin, bir televizyon kanalının haber müdürü muhabirlerden gelen haberleri o televizyon kanalının genel yayın ilkelerine göre değerlendirir, süzgeçten geçirir ve yayına hazırlar. Bu durumda haber müdürü bir tür eşik bekçisi işlevini gerçekleştirmiş olur. Aynı şekilde tüm medya aygıtlarının çeşitli birimlerinde görev yapan süzgeçler vardır ve bunlar medyadan topluma aktarılacak ürünleri medyanın patronu, patronun içerisinde bulunduğu güç ve çıkar ilişkileri, gelecek planları vb. pek çok etken dikkate alınarak süçgeçten geçirilerek izleyiciye sunulur. Dolayısıyla da izleyicinin medyadan aldığı haberler, dinlediği müzik, izlediği filmler vb. herşey birkaç aşamalı olarak süzgeçlenmiş, sansür edilmiş, medya kuruluşunun amaçları doğrultusunda yeniden kurularak izleyiciye ulaşmıştır. Bütün bu süzgeçleme süreçleri medyanın belli konularda kamuoyunun belli biçimde oluşmasında etkili olmasına yol açmaktadır.

Dolayısıyla medyanın gerek eşik bekçileri gerekse kanaat önderleri aracılığıyla da toplumda belli konularda belli kanaat iklimlerinin egemen olmasında, dolayısıyla da kamuoyunun oluşmasında rol oynadığı söylenebilir.

Özet

Özetlemek gerekirse bu bölümde kitle iletişim araçları, sistem ve toplum ilişkisi üzerinde duruldu. Kitle iletişim araçlarının içerisinde yer aldıkları genel sistemin gereksinimleri doğrultusunda, sistem tarafından yapılandırıldıkları, dolayısıyla da sistemin yapısına uygun bir örgüt yapısına sahip oldukları görülmektedir. Özünde toplumu ve yönetici kesimleri gözetlemek ve gerektiğinde eleştirel tavır ve beyanlarla genel kamu çıkarları doğrultusunda yönlendirmek misyonuna sahip olması beklenen kitle iletişim araçlarının, içinde bulunduğumuz kapitalist sistemde kendisinin de belli çıkarlara odaklandığı, çıkar ilişkileri içerisinde konuşlandığı, dolayısıyla da sistemdeki güç ve çıkar ilişkilerinin bir kesiti haline geldiği gözlenmektedir. Bu da kitle iletişim araçlarının giderek gerçek misyonlarından uzaklaşmaları sürecini doğurmuştur. Dolayısıyla da günümüzde kitle iletişim araçları halkı aydınlatmak, bilgilendirmek yerine belli çıkar ilişkileri içerisinde halkı yönlendirmek rolünü üstlenmiş durumdadır. Bu da kitle iletişim araçları, demokrasi ve kamusal sorumluluk kavramlarının anlamlarının ve bağlamlarının belirgin biçimde değişmesine yol açmıştır.

Bölüm XII

Medya Okuryazarlığı

Giriş

Türkiye'de son on yıldır önem kazanan medya okuryazarlığı Batılı bilim çevrelerinin gündemine 1950'lerin ortalarından itibaren girmiş, ancak ilgi çekici bir alan haline gelmesi için 1980'leri beklemek gerekmiştir. Diğer yandan okuryazarlık kavramını –medya okuryazarlığı olarak olmasa da– 1930'larda F.R. Leavis'in ele aldığı da anımsanacak olursa okuryazarlık konusunun Batılı literatürde en azından 80 yıllık bir geçmişi olduğunu söylemek olanaklıdır. Konunun 1980'lerden itibaren ilgi çekici duruma gelmesinin bir nedeni konuyla ilgili çevrelerin altını çizdiği gibi küreselleşme süreciyle ilişkili olabilir. Çokuluslu medya şirketleri aracılığıyla medyanın dünyanın her yanında ulaşılabilir hale gelmesi, bilişim teknolojilerinin insan yaşamına önemli bir boyut olarak katılması kitle iletişim araçlarının etkileri konusu da bir yandan iletişim bilimi çevrelerini, ama diğer yandan da eğitimle ilgili çevreleri, hatta iletişimin ve eğitimin pratisyenlerini, sivil toplum kuruluşlarını harekete geçirmiş, medya okuryazarlığı günümüzün önemli konularından biri haline gelmiştir.

Türkiye'de ise konunun ele alınması belki başlangıç için Batı'dan esinlenme biçiminde başladı, ama iletişim fakülteleri, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın konuyu çeşitli düzeylerde projelendirmeleriyle birlikte medya okuryazarlığı önemli bir alan olarak akademisyenlerin ve pratisyenlerin çalışma programı içerisinde yerini almış oldu. Öyle ki Türkiye'de özellikle son birkaç yıldır iletişim bilimi alanında medya okuryazarlığı önemli bir alan olma yolundadır. Konunun belki de bunca önemli olmasının nedenlerinden biri birçok kesimi ilgilendiriyor olmasıdır.

Medya insan yaşamının vazgeçilmezleri arasındaki konumunu güçlendirdikçe, insanların medyayla ilişkilerinin de çok daha ciddi biçimde sorgulanması, irdelenmesi gereği kendisini gösterdi. Toplumda hemen çoğu insanın, günlerinin çalışma ve uyku dışında kalan zamanlarının çoğunu televizyon veya bilgisayar ekranı karşısında geçirmekte oldukları bir toplumda medya okuryazarlığı konusunun önemini tartışmak bile artık gereksiz hale geldi. Konunun farkına varılmasında epey geç kalındığını da burada belirtmekte yarar var. Ama hiç değilse şimdilerde konuya ilişkin bir farkındalığın belirmesini bile önemsemek gerekir. Bütün bunlar göz önüne alınarak bu bölümde de medya okuryazarlığını, bir giriş kitabının kapsamı içerisinde, tanımsal boyutuyla ele alarak, konuyla ilgili bazı belli başlı çalışmalardan kısaca söz etmekle yetineceğiz.

Medya Okuryazarlığının Tanımı ve Kapsamı

Medya okuryazarlığı basıtça izleyicinin medya metinlerine ulaşabilmesi, metnin içeriğini oluşturan iletileri algılaması, anlamlandırabilmesi, çözümleyebilmesidir.

Medya okuryazarlığı, medya metinlerinin anlaşılabilmesinin yanı sıra iletişim teknolojilerini kullanabilme becerisini de içerir.

Medya okuryazarlığı konusundaki bazı çalışmalar daha eleştirel bir tavırla, izleyicileri, özellikle de çocukları ve gençleri, medya metinlerini eleştirel ve sorgulayıcı biçimde okumaya yönlendirirken, diğer bazı çalışmalarda eleştirellik kaygısından çok metinlerin anlaşılması, verilen iletilerin gönderenin beklentileri doğrultusunda algılanmasının gerçekleşmesi yönündeki sürece yardımcı olmaktır. Dolayısıyla da iletişim çalışmalarındaki ya da genel olarak sosyal bilimlerdeki liberal ve eleştirel paradigmaların etkisi burada da kendisini hissettirmektedir.

Medya Okuryazarlığının Sorunsalları

Renee Hobbs "Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma" (2004) adlı makalesinde, yazının başlığında da vurgulandığı gibi yedi ayrı sorunsaldan söz eder. Bunlar:

1- Medya okuryazarlığı eğitiminin çocukları ve gençleri medyanın olumsuz etkilerinden korumayı amaçlaması gereği.
2- Medya üretiminin, medya okuryazarlığı eğitiminin temel bir özelliği olup olmadığı.
3- Medya okuryazarlığı konusunun popüler kültür metinlerine yoğunlaşmasının gerekip gerekmediği.
4- Medya okuryazarlığının açık bir ideolojik ve politik gündeminin olup olmadığı.
5- Medya okuryazarlığının temel çalışma alanlarının özellikle ilk ve orta öğretim kurumları olması gerekip gerekmediği.
6- Medya okuryazarlığının okullarda özel bir konu olarak mı, yoksa öteki konular içerisine kaynaştırılarak mı öğretilip öğretilmemesi.

7- Medya okuryazarlığı eğitiminin medya kuruluşları tarafından desteklenmesi gerekip gerekmediği sorusu.

Bu soruların tümü de medya okuryazarlığı eğitimi ve çalışmalarına ilişkin birtakım temel kaygıları dile getirmek açısından önem taşımaktadır. Örneğin, ilk sorunun altında yatan tartışmalı durum medya okuryazarlığı eğitiminin izleyicileri medyanın zararlarından mı korumak, yoksa yarar düzeyini miençoklaştırmak olup olmadığı konusudur. İdeal olan ise her ikisinin sağlanmasıdır.

İkinci soruda medya okuryazarlığı konusuna medya profesyonellerinin karıştırılmasının sonuçlarının ne olacağı yönündedir ki, burada genel eğilim, medya profesyonellerinin, izleyici üzerinde yönlendirme etkisi yapabilecekleri kaygısıyla bu işin dışında tutulmaları gereğidir.

Üçüncü soruda dikkat çekilen popüler kültür olgusu ise aslında medya okuryazarlığı gibi bir sorunsalın geliştirilmesinin temel nedeni olarak gösterilebilir. İnsanları popüler kültürün dayatmacı ve ideoloji aktarmaya dönük medya aracılı kuşatıcılığından korumak temel amaçlardan biridir. Bu bağlamda medya okuryazarlığının ideolojik ve poliitk gündeminin olduğu da özellikle eleştireller tarafından üzerinde önemle durulan noktalardan biridir.

Medya okuryazarlığının çalışma alanlarının genelde ilk ve orta öğretim olması tercih edilir. Nitekim sosyal psikoloji ve psikoloji alanındaki çalışmalar da göstermektedir ki çocuklar ve gençler etkiye açıklık bakımından çok daha korumasızdırlar. Bu nedenle de desteğe ve yönlendirilmeye gereksinimleri vardır.

Medya okuryazarlığının özel bir konu olarak verilip verilmemesi sorusu da günümüzdeki uygulamalarla yanıtını bulmuştur. Örneğin, Türkiye'de ilk ve ortaöğretim düzeyindeki programlarda medya okuryazarlığının ayrı bir ders olarak yer aldığı görülmektedir. Dersin işlenişine ilişkin çok ciddi sorunlar gözlense de ileride bunların da çözüme kavuşturulması beklenebilir.

Medya okuryazarlığının medya kuruluşları tarafından desteklenmesi de arzu edilir bir durum değildir. Nitekim izleyicinin ve medya kuruluşlarının bu süreçle karşılaşmaları, durumun tarafsız bir ortamda, sağlıklı işlemesinde engel oluşturabilir.

Yukarıdaki sorunlar bağlamında medya okuryazarlığının kapsamına bakıldığında ise karşımıza öğretmenler, öğrenciler, medya profesyonelleri, anne babalar, genel izleyiciler ve medya araştırmacıları çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı çalışmaları kapsamında medya iletilerinin kimin tarafından üretildiği, kullanılan teknikler, toplumun farklı kesimlerindeki bireyler tarafından olası algılanma biçimleri, temsil alanları, üreticinin veya göndericinin olası beklentileri incelenir (İnal, 2009:42).

Medya okuryazarlığı olgusu çerçevesinde medya metinlerinin genellikle kurgu olduğu, aynı iletinin farklı izleyicilerce farklı algılanabileceği, iletide açık anlamların yanı sıra örtük veya gizli birtakım anlamların (yargı ve değerlerin) içerilebildiği, iletilerin toplumdaki iktidar ilişkileri bağlamında ele alınması kabul edilir. Medya okuryazarlığının bir yanıyla kültürel çalışmalar geleneği içerisinde doğmuş olmasının nedeni de bu tür sorunlara ve durumlara dikkat çekmesidir.

Buna göre medya okuryazarlığı geleneğinin önemli bir boyutu medyayı toplumdaki güç ilişkileri arasına konumlandırırken, medya metinlerinin de ideolojik içerikle yüklü olduğunu kabul eder. Dolayısıyla da ideoloji ve kültür çözümlemeleri medya okuryazarlığı üzerinde çalışanların ilgi alanları kapsamındadır.

Medya Okuryazarlığı Konusunda Temeli Atanlar

Okuryazarlık kavramının ilk olarak kültür konusuyla ilişkili olarak ele alındığı görülmektedir. Bunun temel nedeni ise okuryazar olmakla kültürlü olmak arasında kurulan doğrudan ilişkidir. Özellikle de kültürü eğitim, bilgi birikimi ve entelektüel olmakla ilişkilendiren seçkinci kültürelci yaklaşım içerisinde geliştirilen bir kavram okuryazarlık. Eğitimsiz kitlelerin ve cehaletin insanlık için büyük tehdit oluşturduğunu savunan F. R. Leavis bu bağlamda okuryazarlığın önemine dikkat çeken ilk düşünürler arasında yer alır. Ardından kültürel çalışmalar geleneğinin temellerini atan kültürelci düşünürlerden Richard Hoggart 1957 yılında yayımlanan *The Uses of Literacy* (*Okuryazarlığın Yararları*) adlı kitabıyla okuryazarlık konusunu ilk kez oldukça kapsamlı biçimde ele alır. Hoggart kitabında toplumsal gelişmenin, insanlığın ilerlemesinin yolunun kültürel ilerlemeden geçtiğini, bunun ise insanların eğitimli olmasına, toplumdaki okuryazar oranının yükselmesine bağlı olduğunu vurgulamıştır. Hoggart'ın ardından Raymond Williams yetişkin eğitimi konusunda gerek kuramsal gerekse uygulamada gerçekleştirdiği çalışmalarla bir bakıma okuryazarlık konusuna da katkı yapmıştır (Gibson and McHoul, 2006:25). Williams'ın 1964 yılında yayımlanan *Communications* adlı kitabında gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının insanların eğitiminde, özellikle de kültürel gelişiminde ne denli önemli oldukları vurgusunu yaparken, medya okuryazarlığının önemine de dolaylı olarak dikkat çeker.

Medya okuryazarlığı konusunda psikologların, sosyal psikologların ve sosyologların duyarlılığı dikkati çeker. Örneğin, Frederick Elkin kitle iletişim araçlarını bireyin toplumsallaşma sürecinde etkin olan araçlar arasında ele alır. Çocukların televizyondan izledikleri pek çok şeyi kendi gerçek yaşamlarına uygulama eğilimlerine vurgu yapar. Dolayısıyla da anne babaların, çocuğun medyayla ilişkilerini düzenlemeye dönük gerekli programlamayı yapması gereğinin altını çizer (Elkin,1995:103). Aynı şekilde M. Wolf ve Majonte Fiske de çizgiromanların okunuşu konusunda bir çalşıma yaparlar. Buna göre çocukların farklı yaşlarda farklı konulardaki çizgiromanlara yönelimlerini ortaya koyarlar. Elkin İngiltere'de televizyonun yaygınlaşmaya başladığı 1960'ların sonlarından itibaren çocukların televizyon izleme biçimleri üzerine de çeşitli araştırmaların yapılmaya başladığına dikkat çeker. Elkin'e göre bireyin toplumsallaşma araçları içerisinde önemli bir yeri olan kitle iletişim araçlarından sunulan içeriğin kimler tarafından, nasıl algılandığı ve etkilerinin ne olduğu konusundaki araştırmalara önem verilmesi gereğini belirtir (Elkin, 1995). Aslında Elkin açıkça adını koymasa bile medya okuryazarlığına dikkat çekmektedir.

Medya okuryazarlığı konusundaki farkındalıklar XX. Yüzyılın başlarına, yani kitle iletişim araçlarının toplum yaşamında varlığını belirgin biçimde hissettirmeye başladığı dönemlerden itibaren başlamakla birlikte konunun bir olgu olarak görülmeye ve sorunsallaştırılmaya başlanması, daha önce de belirtildiği gibi ancak 1980'li yıllara doğru olanaklı hale gelir. Medya okuryazarlığı konusundaki ilk kitabın Len Masterman ve F. Mariet (1994) tarafından yazıldığı görülmektedir. Kitapta büyük medya şirketlerinin kapitalist sektörün önemli bir parçası durumuna gelmeleri, buna koşut olarak toplumsal güç ilişkileri alanında varlığını güçlü biçimde hissettirmeye başlamalarıyla birlikte medya okuryazarlığı konusu da üzerinde durulmaya değer bir alan olarak ilgili çevrelerin gündemine taşınmıştır. Aslında birtakım akademik tartışmaları dışarıda bırakarak söylemek gerekirse medya okuryazarlığı konusunun tartışma gündemine taşınmasında toplumdaki güç ilişkileri ve çatışmalarının etkisi olduğu düşünülebilir. Medya üzerinden toplumda etki yaratmak isteyen kesimlerin bu yarışta önde olmak için birtakım çevrelerin konuya dikkatini çekmeleri sonucunda da medya okuryazarlığı konusunun bir sorunsal haline getirildiği gözlenmektedir. Türkiye'de RTÜK'ün konuya el atmakta akademik çevrelerden çok daha hevesli olması bunun önemli bir kanıtı olarak gösterilebilir.

Medya okuryazarlığı konusunun 1980'lere doğru özellikle iletişim bilimi alanında çalışanların dikkatini çekmesinde etkili bir başka etmen de iletişim alanındaki çalışmalarda yaşanan tıkanma ve arayışlar olarak değerlendirilebilir. Özellikle de iletişimin kültürel çalışmalar kulvarıyla ilgili akademik çevrelerin, 1970'lerin ortalarından itibaren kültürel çalışmalar alanında kendsini hissettiren çıkmazdan kurtulmaları ve yeni çıkış yolları bulmalarında önlerinde buldukları bir konu olmuştur medya okuryazarlığı.

Ortaya çıkış gerekçeleri ne olursa olsun günümüzde iletişim biliminin önemli konularından birini de medya okuryazarlığı oluşturmaktadır. Bu konuda yalnızca Batılı ülkelerde değil, Asya ve Afrika'nın çeşitli ülkelerinde de çok çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Üniversiteler konuyla ilgili toplantılar düzenlemekte, değişik ülkelerden bilim insanları sıkça bir araya gelerek konuyu masaya yatırarak enine boyuna tartışmaktadırlar (Mutlu ve Gencel Bek, 2007).

Türkiye'de Medya Okuryazarlığı Çalışmaları

Türkiye'de medya okuryazarlığı konusundaki ilk çalışmaların Batılı ülkelerde olduğundan çok daha önce başladığı dikkati çekmektedir. Batıda iletişim kavramı bile henüz bilim yazınına girmemişken Türkiye'de gazeteler ve gazetecilik üzerine önemli araştırmaların yapılmaya başlandığı görülmektedir. Bunlardan Mehmet Said Paşa'nın 1911 yılında İstanbul Sabah Matbaası'ndan çıkan *Gazete Lisanı* adlı yapıtı medya okuryazarlığı çalışmaları açısından bir ilk örnek olarak değerlendirilebilir. Medya okuryazarlığı konusunda Türkiye'de yapılan öncü çalışmalardan bir diğeri ise Muvaffak Uyanık tarafından hazırlanan ve 1937 yılında İstanbul Devlet Basımevince basılan *Yeni Okulun Ders Vasıtalarından Gazete* adlı

yapıttır. Uyanık'ın yapıtı medya okuryazarlığının Türkiye'de ancak 2000'lerin başında başladığını ileri süren görüşleri çürütmesi açısından da önemi büyüktür. Türkiye'de bilim alanında gerek kuramsal gerekse yöntembilimsel anlamda henüz ilk adımların atılmaya çalışıldığı bir dönemde çocukların gazete okuma edimleri üzerine, oldukça da kapsamlı bir anket çalışmasının uygulanarak bulgularının önce raporlaştırılması, sonra da kitap olarak yayımlanmasına ilgisiz kalmak haksızlık olur. Kaldı ki bugün bile konuyla ilgili henüz bu kapsamda bir çalışma yapılmamış olduğu söylenebilir. 1933 yılında Ankara'da yedi ilkokulda, üçüncü, dördüncü ve beşinci sınıflarda okuyan 283 öğrenciye uygulanan anket sonuçlarının değerlendirilmesiyle elde edilen bulguların bazıları şunlardır:

- Kız çocukları ağırlıklı olarak kent ve cinayet haberleriyle ilgilenmektedirler.
- Erkek öğrencilerin yüzde dokuzu cinayet haberlerini izlemek için gazete okuduklarını belirtmişlerdir.
- En çok akıllarında kalan haberlerin ne olduğu sorusuna ise çocukların genellikle korkunç cinayet haberlerinden örnekler verdikleri saptanmıştır.
- Kız çocuklarının önemli bir kesiti gazetelerde verilen tefrika romanları okumayı sevdiklerini belirtmişlerdir.
- Çocukların en çok tercih ettikleri gazetelerin dönemin popüler nitelikteki *Akşam, Son Posta, Köroğlu* gibi gazeteleri olduğu saptanmıştır.
- Erkeklerin serüven, korku, şiddet haberlerine kızlara göre çok daha ilgili oldukları saptanmıştır (Uyanık, 1937:46).

Uyanık çalışmada elde edilen bu bulguları da değerlendirerek gazetenin eğitimde kullanılabilecek önemde bir araç olduğunu, ancak bu aracın acemi ellerde olmasının yarar değil, zarar getireceği noktasını önemle vurgular ve bunu şu sözlerle açıklar.

> "Gazeteden, hazırlıksız, gelişigüzel, istifade etmeğe heveslenen mektepler biliyoruz... Fikir ve mesai arkadaşım müfettiş Emir Soysal'ın bir mektep ziyaretine ait notlarından aynen alıyorum: 'Büyük bir şehrin sıkı teftiş ve kontrolden uzak kalan bir mektebini ziyarete gitmiştim. Sınıfları birer birer geziyorduk. Sıra 3. sınıfa geldiği zaman başmualim bana, "bu sınıf, mektebin iyi bir sınıfıdır. Şimdi kıraat dersleri var iyi oldu" dedi'. Dersaneye girdik. Çocuklar gazete ve mecmua okuyorlardı. İstanbul'da çıkan çeşitli gazeteleri burada bulmak mümkündü. Bunların tarihleri de ayrı ayrı idi. Öğretmen, 'şimdi gazetelerden istifade ediyoruz, herkesi serbest bıraktım, elindeki gazeteyi sessizce mütalaa edecek' diyerek yapılan işi anlattı. Öğretmenden müsaade alarak bu işin mahiyetini anlamak istedim. Yakınımdaki bir çocuk Mösyö Venizelos'a ait bir makaleyi okuyordu... Çocuğa, 'Venizelos nedir' diye sordum, 'Şehirdir efendim' dedi. Diğer çocukların okudukları yazılar da şayanı dikkatti"(Uyanık,2007:175).

Sözü edilen kitapta Muvaffak Uyanık'ın bazı önemli noktalara dikkat çektiği de görülmektedir. Uyanık'a göre çocukları gazete okumaktan alıkoymak müm-

kün değildir. O halde bu araçtan nasıl en iyi biçimde yararlanacağının eğitimini vermek zorunludur. Gazete, okulda verilmekte olan eğitimin bir parçası olarak kullanılabilir. Ancak bu kullanımdan en iyi verimin alınması için bir program ve plan çervevesinde bu eğitimin verilmesi gerekir. Burada özellikle de çocuğun yaşı, eğitim düzeyi, ilgileri dikkate alınarak gazeteyi izlemesi sağlanmalıdır. Bunda hem öğretmenlere hem de anne babalara iş düşmektedir. Dolayısıyla da anne babaların da bu konuda uyarılmaları gerekmektedir.

Cumhuriyet'in kuruluşu ve devrimlerin gerçekleştirilmesi sürecinde M. Kemal Atatürk'ün kitle iletişim kurum ve araçlarına ne denli önem verdiği bilinmektedir. Gerek yaygın eğitimde gerekse örgün eğitimde iletişim araçlarının kullanımının teşvik edildiği görülmektedir (Güngör, 2011). O halde medya okuryazarlığı konusundaki çalışmaların temellerinin de o yıllarda atılmış olmasına şaşırmamak gerekir.

Muvaffak Uyanık tarafından gerçekleştirilen çalışmanın belki de en verimli sonuçları Köy Enstitülerinde alınır. Program kapsamında kitap okumanın yanında gazete okumaya da yer verilen Enstitü eğitiminde öğrencilerin günlük olayları gazetelerden izlemeleri, gazete köşe yazılarını Türkçe ve edebiyat derslerinde konu olarak işlemeleri vb. uygulamalar da medya okuryazarlığı uygulamaları açısından öncü role sahiptir.

Bu öncü adımlardan sonra Türkiye'de medya okuryazarlığı çalışmalarının hem kuramsal anlamda hem de uygulamada 2000'li yılların başında başladığı görülmektedir. Radyo Televizyon Üst Kurulu tarafından 2000 yılında başlatılan Simge Sistemi çalışması önemli bir ilk adım olur. İzleyicinin, ama özellikle çocuk izleyicilerin ekrana yansıyan akıllı işaretlerle uyarılmaları, program izleme konusunda yönlendirilmelerini amaçlayan bu çalışmanın ardından RTÜK tarafından 20-21 Şubat 2003'te yapılan iletişim Şurasında medya okuryazarlığı konusunun da tartışma gündemine alınması ve sonuç bildirgesinde yer verilmesi önemli bir başlangıç olur.

RTÜK tarafından yapılan bu başlangıcın ardından 2005 yılı Mayıs ayında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK'ün de işbirliği ile I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı'nı gerçekleştirir. Bu girişim konunun akademik gündeme taşınması açısından önemli bir girişim olarak değerlendirilebilir. Bu konferansın da sunduğu katkıyla gerek RTÜK gerekse Milli Eğitim Bakanlığı konuya çok daha ciddi eğilmeye başlarlar. RTÜK 2006 yılında İlköğretim çağındaki çocukların televizyon izleme alışkanlıklarının saptanmasına dönük bir araştırma yaptırır. 2007 yılında televizyon haberlerini izleme eğilimlerine ilişkin başka bir araştırmanın gerçekleşmesini sağlar. Yine 2007 yılında RTÜK tarafından *Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması* gerçekleştirilir. Mayıs 2007'de RTÜK tarafından yaptırılan Kadınların Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması'nı görmekteyiz. Kasım 2007 ise aynı kurum tarafından *Almanya'da Yaşayan Türklerin Televizyon İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması* gerçekleştirilir. Yine aynı yıl içerisinde RTÜK Özürlülerin Televizyon İzleme-Dinleme Eğilimleri Araştırması'nı yaptırır.

Daha çok resmi nitelik taşıyan medya okuryazarlığına ilişkin bu araştırmaların yanı sıra akademik çevrelerden de ilginç çalışmaların geldiği gözlenmektedir. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesinden Mine Gencel Bek ve Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden Mutlu Binark tarafından hazırlanan *Eleştirel Medya Okuryazarlığı* adlı kitap alana önemli bir katkı olarak gösterilebilir. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinden Nurçay Türkoğlu ve Melda Cinman Şimşek tarafından hazırlanan *Medya Okuryazarlığı* (2007) adlı kitap da konunun akademik tartışma gündemine taşınmasında önemli bir katkıdır. Kemal İnal tarafından hazırlanan *Medya Okuryazarlığı Elkitabı* (2009) da konuya ilişkin temel bilgiler açısından önemlidir. Bunların dışında da Türkiye'de medya okuryazarlığını konu alan çok sayıda kitap ve makalenin yayınlandığını belirtelim.

UNESCO'nun Medya Okuryazarlığı Gündemi

UNESCO'nun medya okuryazarlığını çeşitli yer ve zamanlarda yaptığı toplantıların gündemine taşıdığı gözlenmektedir. Medya okuryazarlığını kavram olarak kullanmasa bile konuyu çeşitli biçimlerde gündemine almakta, toplantılar sonucunda hazırlanan bildirgelere koymaktadır. 1972 yılında hazırlanan "Serbest enformasyon akışı, eğitimi yaymak ve daha yaygın kültürel alışveriş için uydu yayınlarının kullanımı temel ilkeleri bildirgesi" konunun UNESCO gündemine taşınmasındaki ilk metin olarak ele alınabilir. Bildirgede yer alan

> "Kültürel alışverişi ilerletmeye yönelik uydu yayıncılığının amacı: sanatsal gösteriler, spor ve başka önemli olaylar dahil olmak üzere birbirlerinin sosyal ve kültürel yaşamları konusundaki programlardan izleyicilerin-dinleyicilerin daha önce görülmemiş bir ölçekte yararlanmasına izin vererek, halklar arasında daha yaygın bir teması ve karşılıklı anlayışı beslemektir" (UNESCO Bildirgeleri,2010).

ifadesi dolaylı olarak medya okuryazarlığı konusuna gönderme yapmaktadır. 1995 yılı Santiago Bildirgesi'nde yer alan şu ifadeler ise konuya çok daha açık vurgu yapmaktadır:

> "Çocukların, özgür basının değerini anlamasını sağlamak ve onlara yargılarını kullanmayı öğretmek amacıyla, okullarda öğrenim araçları olarak topluluk gazetelerinin ve ulusal gazetelerin okunmasını teşvik etmek. Ayrıca, ilköğretim eğitimi müfredatında basın özgürlüğü konusuna yer vermek".

UNESCO'dan Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve diğer BM kuruluşlarıyla işbirliği içinde kadınların medyadaki konumunu ve medyaya katılımlarını analiz etmek için seminerler düzenlenmesini istemek"(UNESCO Bildirgeleri,2010).

Bunların yanı sıra "UNESCO İnternette Çocuk Pornografisi ve Pedofili Bildirgesi (1999)"nde yer alan şu ifadeleri de medya okuryazarlığı konusuyla ilişkili olarak düşünmek gerekir.

"internet kullanımı arttıkça çocukların pedofili ve çocuk pornografisine ilişkin suç etkinliği başta olmak üzere uygunsuz materyale maruz kalma riski de artmaktadır. İnternetin yararları, potansiyel zararlarına daha ağır bastığı halde bu tehlikeler göz ardı edilemez. Eğer yanıtlanmamış sorular kalırsa bunlar çocuklara karşı bir tehdit oluşturmaktadır ve ileride internet kullanımına direnme nedeni haline gelecektir"(UNESCO Bildirgeleri,2010).

Örgün eğitim ve okuryazarlığın, sanal uzaya evrensel erişim için ön koşul olduğunu vurgulayan 2003 yılı "Sanal uzaya evrensel erişim...bildirgesi" de doğrudan okuryazarlığa vurgu yapmakadır. Diğer yandan UNESCO tarihine "Cenevre Eylem Planı" olarak geçen 2003 Cenevre toplantısında enformasyon toplumu ve insanların bilgiye erişebilirliği bağlamında okuryazarlığın zorunluluğuna dikkat çekilmektedir. Şu ifadelerde görüldüğü gibi:

"Herkes enformasyon toplumundan tam olarak yararlanabileceği gerekli becerilere sahip olmalıdır. Bu nedenle kapasite geliştirme ve ENİT okuryazarlığı zorunludur. ENİT, öğretmenlerin eğitimi ve öğretiminin yaygınlaştırılması aracılığıyla ve yaşam boyu öğrenme için geliştirilmiş koşullar sunarak, örgün eğitim süreci dışındaki insanları da kapsayarak ve mesleki becerileri geliştirerek dünya çapında evrensel eğitime ulaşılmasına katkıda bulunabilir".
"Ulusal, bölgesel ve uluslararası düzeylerde ENİT kullanarak okuma-yazma bilmemeyi ortadan kaldıracak programları geliştirilmeli ve ilerletilmelidir".
"Ulusal eğitim politikaları bağlamında ve yetişkin okuma yazma bilmemesini ortadan kaldırma gereksinimini göz önüne alarak, gençlerin enformasyonu analiz etme ve yaratıcı ve yenilikçi biçimlerde kullanma kapasitesi dâhil ENİT'i kullanacak bilgi ve beceriyle donatılmaları, uzmanlıklarını paylaşmaları ve enformasyon toplumuna tam katılımları sağlanmalıdır"(UNESCO Bildirgeleri,2010).

UNESCO bildirgelerinden burada yer verdiğimiz kesitlerden de anlaşılacağı üzere medya okuryazarlığı konusu, adı konulsun ya da konulmasın, doğrudan ele alınsın ya da alınmasın bir biçimde, satır aralarında olsa bile iletişimi ve medyayı ilgilendiren her tür tartışmanın içerisinde yer almaktadır. UNESCO, özellikle de internetin kullanıma girdiği son yıllarda kitle iletişim araçlarının erişimi üzerine çok daha yoğunlaşmış bulunuyor. Erişimin sınırları ise yalnızca teknolojiye ulaşabilirlik değil, medyanın içeriğine erişimi de kapsamaktadır. Bu noktada da medyada, özellikle de internet ortamında kullanılan dillerin anlaşılabilirliği üzerinde yoğunlaşmaktadır. UNESCO'nun son birkaç yıldan beridir tartışma gündeminin öncelikleri arasına aldığı "Herkes İçin İletişim" projesi kapsamında bu konuya oldukça önem verdiği bilinmektedir. Burada özellikle de sanal uzayda iletişimin İngilizce ağırlıklı yapılıyor olmasının, bu dili kullanamayan insanların erişebilirliğini ve anlayabilirliğini olanaksızlaştırdığı, dolayısıyla da sanal uzayda çok dillilik uygulamasının başlatılmasının önemine vurgu yapmaktadır. Son beş yıl içerisinde UNESCO Türkiye Milli Komisyonu tarafından, Türkiye'nin çeşitli yerlerinde, çeşitli üniversitelerin (Akdeniz, Galatasaray, Erciyes) ve çeşitli meslek örgütlerinin (Ankara ve Antalya Gazeteciler Cemiyetleri, Anadolu Ajansı), işbir-

liğinde toplantılar yaparak gündemindeki bu konuların tartışma alanını genişletme yönünde yoğun çaba gösterdiğini de burada belirtmekte yarar var.

Özet

Batılı ülkelerde son otuz yıldan beridir gerek iletişim bilimleri gerekse eğitim bilimleri içerisinde önemli bir konu haline gelen medya okuryazarlığı çalışmaları Türkiye'de de gündeme gelmiş bulunuyor. Ancak Türkiye'de bu alandaki çalışmaların ağırlıklı olarak resmi otoriterlerce yürütülmesi ulaşılması beklenen hedefler konusunda kuşku yaratmaktadır. Medya kuruluşlarını denetlemek amacıyla oluşturulmuş olan RTÜK gibi bir kurumun, medya okuryazarlığı konusuna el atması konunun özüne aykırı gibi geliyor. Diğer yandan RTÜK tarafından 2006 ve 2007 yıllarında ardı ardına birkaç çalışma yapıldığı, ancak daha sonra bu çalışmaların aynı hızda sürdürülmediği dikkati çekmektedir. Akademik çalışma kulvarında da aynı durum söz konusudur. Yapılan çalışmaların hala tanımsal irdelemelerin ötesine geçemediği, özgün çalışmaların gerçekleştirilmediği gözlenmektedir. Öyle ki yetmiş yıl öncesinde Muvaffak Uyanık tarafından yapılan çalışmanın kapsamında bir çalışmaya hala rastlanmaması gerçekten ilginç bir durum. Diğer yandan okullarda medya okuryazarlığı uygulamalarının da yeterince ciddiye alınmadığı görülmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı her ne kadar medya okuryazarlığını ayrı bir ders olarak programlara koyduysa da bu derslerin alanda uzman eğitimcilerce değil, daha çok okullarda diğer dersleri veren öğretmenlerce verildiği gözlenmektedir. Bu konuda yapılan kapsamlı bir araştırma çoğu okulun böyle bir dersin varlığından bile hala haberdar olmadıklarını ortaya koymuştur. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından medya okuryazarlığı eğitimi konusunda pilot okul olarak seçilen okullarda da söz konusu dersin genelde boşzaman etkinliği gibi görüldüğü saptanmıştır (Bacaksız,2011). Bu da yapılan uygulamanın göstermelik ve sözde kalması tehlikesini yaratmaktadır. Oysa medya okuryazarlığı dersinin de diğer alan dersleri gibi alanda uzman kişilerce, dolayısıyla da iletişimcilerce verilmesi gerekir. Bu konunun, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin, diğer iletişim fakülteleri öğrencilerinin de desteğini alarak başlattıkları bir kampanyayla Milli Eğitim Bakanlığı'nın gündemine taşındığı, ancak olumlu bir yanıt alınmadığı bilinmektedir. Medya okuryazarlığının da diğer pek çok konu gibi gelip geçici bir heves, bir çeşni olmasının önlenmesi için ciddi önlemlerin alınması gerektiği açık bir gerçek olarak ortada duruyor.

Bölüm XIII

İnternet ve Sosyal Medya

Giriş

Gazete, radyo, televizyon derken bilgisayar tekniklerinin kullanıma girmesiyle birlikte insanlık yeni bir aracılı iletişim dönemine girdi. Kimilerince sosyal medya, kimilerince de yeni medya adıyla anılmaktadır. Üzerinde kavramsal açıdan henüz tam bir uzlaşma sağlanmış değil. Anlaşmazlık, kavramsal boyutla da sınırlı değil. Bu yeni iletişim biçiminin insanlığa ne getireceği ya da insanlığı nereye götüreceği konusunda da kafalar hayli karışık görünüyor. Gazete, radyo, televizyon gibi şimdilerde artık geleneksel kitle iletişim araçları olarak adlandırılan araçların işlevleri ve etkileri konusunda bile henüz bilim çevreleri uzlaşmaya varamamışken bu yeni aracılı iletişim biçiminin insan ve toplum yaşamına girmesi durumu daha bir karmaşaya götüreceğe benziyor. Bir kere şimdiye dek iletişim ve kitle iletişimi konusunda yapılan tanımların, sınıflandırmaların, kavramsallaştırmaların daha şimdiden geçersizleşmeye başladığı gözlenmektedir. Diğer yandan insanların, büyüleyici çekim alanından henüz çıkamadıkları televizyonun bile eski kabul edilerek geleneksel medya grubunda ele alınması ne oranda doğru? Bir yandan toplumda modernleşme süreci henüz devam ederken, diğer yandan modernleşmenin ürünleri olarak gelişen gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının geleneksel olarak nitelendirilmeleri de ilginç bir paradoks oluşturmuyor mu? Kaldı ki bilgisayar teknolojisine bağlı olarak gelişen internet ortamında ortaya çıkan yeni medyanın ya da yeni iletişim biçimlerinin gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarına seçenek oluşturmaları, onların yerine geçmeleri diye bir durumun da söz konusu olmadığı gözlenmektedir. Aracılı kitle iletişimin yanına aracılı yeni bir boyut eklendi, duruma göre kitlesel, duru-

ma göre de bireysel yeni bir aracılı iletişim biçimi gelişti. Bu yeni aracılı iletişim biçimi ne var olana seçenek oluşturabilmiş, ne de onun yerini alabilmiş değil henüz. Onun yanına eklendi. Aynı şekilde bu yeni iletişim biçimiyle birlikte insanlık yaşamının tümüyle değişeceğini, toplumun yeni baştan yapılanacağını söyleyenlerin sayısı da hayli fazla. İnsan ve toplum yaşamına katılan her yeni öge elbette ki bir etki yaratır, ancak bunu abartarak paniğe, korkuya ya da coşkuya kapılmanın da gereği yok. Ama son günlerde Mısır, Tunus gibi ülkelerde yaşanan halk ayaklanmalarının arkasında sosyal medyanın olduğu söyleniyor. Buna ne demeli? Kapitalizmin tüm kurum, örgüt ve güçleriyle yerleştiği bir dünyayı ne facebook ne de twitter köklü bir değişime götürebilir. Bu tür araçlar hiç kuşkusuz insanlar arası iletişime eskisine oranla çok büyük kolaylık getirdi. Herhangi bir durum veya sorun karşısında insanlar eskisine göre çok daha kolay haberleşebilmekte, bilgilenmekte ve hatta örgütlenebilmektedirler. Dolayısıyla etkileri elbet de olacaktır. Ancak diğer yandan sosyal medya türü araçların da arkasında büyük sermayenin olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Kaldı ki Mısır ve Tunus gibi Arap ülkelerinde olup bitenlerden yalnızca sosyal medyanın sorumlu tutulması asıl güçleri kamufle etmekten başka işe yaramaz. Kitle iletişim araçları, özellikle de sosyal medyanın etkisi ancak aracılık düzeyindedir. Dolayısıyla da Mcluhan'ı yeniden kutsamaya da gerek yok. Bu bölümde de bu etkilerden spekülatif düzeyde de olsa söz edeceğiz. Özellikle sosyal medya konusunda, sonuçları güvenle kullanılabilecek kapsamda araştırmalar yapılabilmiş değil henüz, ancak konuyu kavramsal düzeyde tartışan, kuramsal bir temel oluşturmaya yönelik çalışmalardan söz etilebilir. Mutlu Binark tarafından derlenen *Yeni Medya Çalışmaları (2007)* bu açıdan önem taşımaktadır. Kitapta kavramsal çözümlemelerin yanı sıra ampirik nitelikte araştırmalara da yer verilmesi yöntemblimsel açıdan da katkı sağlama amacını ortaya koymaktadır. Diğer yandan burada yeni medya yerine toplumdaki yaygın kullanımını da dikkate alarak sosyal medya kavramını kullanmayı yeğliyoruz.

Sosyal Medyanın Tanımı ve Özellikleri

Yeni medya ya da sosyal medya internetin kullanıma girmesinin ardından gelişmeye başladı. Önceleri elektronik posta iletişimi (e-posta) düzeyinde başlayan süreç son birkaç yıl içerisinde hızla ilerleyerek MSN, Messenger, GTalk, facebook, myspace, twitter gibi sanal iletişim ortamlarıyla yaşamımıza girdi. Bu yeni sanal ortamlarla bir yandan yeni bir iletişim biçimi gelişirken, diğer yandan da insanlar için sanal da olsa yeni sosyal alanlar açılmış oldu. Sosyal medya olarak adlandırılan bu yeni aracılı iletişim biçiminin hem işleyiş hem de işlevleri açısından var olan kitle ileitşim araçlarından (gazete, radyo, televizyon, sinema vb.) farklı birtakım özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Bu özellikleri şöyle sıralayabiliriz:

- **Etkileşimcilik:** MSN, facebook, twitter, myspace gibi sanal iletişim ortamları radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarından, karşılıklı etkileşime olanak vermeleri açısından farklılık gösterirler. İletiler karşılıklı gönderilir, yanıtlanır. Gönderici ile alıcı arasında birebir etkileşim sağlanır. Oysa var olan kitle iletişim araçlarında iletişim tek yanlıdır. Kaynak ya da gönderici tarafından kitlelere gönderilen iletiye verilen tepki konusunda genelde geri dönüş olmaz ya da çeşitli etki ölçüm teknikleriyle tepki hakkında hiç değilse bir fikir edinilmeye çalışılır. Oysa sosyal medyada etki ve tepki aynı anda karşılıklı olarak gerçekleşir. Bu da sosyal medyanın tek yanlı değil, iki yanlı bir işleyiş özelliğine sahip olması demektir.

- **Anındalık özelliği:** Sosyal medya, diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak anındalık özelliğine sahiptir. İletilerin gönderilmesi ve geribeslemenin alınması aynı anda olmakta, bu da taraflar arasında çok daha etkin bir iletişimin gerçekleşmesini sağlamakta.

- **Üreticinin ve tüketicinin yer değiştirebilirliği:** Bilindik kitle iletişim araçlarında ürün ya da içerik belli bir merkezde, belli bir kurumsal ve endüstriyel üretim ortamında üretilir ve kitlelerin tüketimine sunulur. Oysa sosyal medya ortamında kullanıcı taraflar aynı zamanda üreticidirler. Yani sosyal medya ortamını kullananlar medyanın içeriğini kendileri üretirler. Dolayısıyla sosyal medya ortamında üretim ve tüketimin giriftliği söz konusudur.

- **Ticari kazanç amacı güdülmemesi:** Sosyal medyada üretimin kullanıcılar tarafından yapılması, ticari kazanç amacının dışlanmasını getirmiştir. Ancak bu, ticari boyutun tümüyle ortadan kalktığı anlamına gelmez. Sosyal medya ortamlarının da içerisinde yer aldığı ağların arkasında büyük şirketlerin olduğu düşünülürse, ticari boyutun etkinliği anlaşılır. Ama en azından ileti üretiminde ve alışverişinde ticari kazanç boyutunun belirleyici olmaması önemlidir.

- **Ekonomik oluşu:** Genelde küçük ücretler ödenerek, abonelikler yapılarak sosyal medya ortamlarından yararlanılır. Bu yönüyle de sosyal medyanın telefon, gazete gibi iletişim araçlarına göre çok daha ekonomik olduğu söylenebilir.

- **Bireysellik ve kitlesellik özelliği:** Sosyal medya diğer kitle iletişim araçlarına göre bireysel düzeyde kullanılabilirliği olan bir iletişim ortamıdır. Oysa televizyon, radyo, gazete gibi araçlar iletilerini kitlelere gönderirler. Diğer yandan sosyal medya kitlesel olarak da kullanılabilir. Toplumdaki önemli kişilerin resmi hayran sayfaları kişilerarasından çok kitlelere dönük bir iletişim ortamını ifade eder.

- **Küçük grup iletişimi**: Sosyal medya ortamında grup düzeyinde iletişim kurulabilir. Birkaç kişi aynı anda facebookta, twitterda, MSN'de iletişim kurabilirler.

- **Profesyonellik gerektirmez**: Gazete, radyo, televizyon, sinema gibi kitle iletişim araçları profesyonellik anlayışı içerisinde işletilirler. Oysa sosyal medya herhangi bir profesyonel yeterlilik gerektirmez. Okuryazar olan herkes sosyal medya ortamlarını kullanabilir.

- **Hiyerarşik ilişkiler önemsenmez**: Sosyal medya ortamında hiyerarşik ilişkiler göz ardı edilir. Örneğin, facebook ortamında bireyler birbirlerine "sen" diye hitap edebilmekte, işleri, meslekleri, eğitim durumları, toplumsal statüleri ne olursa olsun, senli benli bir ilişki içerisinde iletişebilmektedirler.

- **Kozmopolitlik**: Sosyal medya ortamında toplumun her kesiminden, her meslek grubundan, her gelir ve eğitim düzeyinden, her yaştan, cinsiyetten insanlar bir araya gelebilmekte ve iletişim kurabilmektedirler.

- **Zincirleme iletişim**: Sosyal medya ortamında iletişim ağı zincirleme biçimde kurulur. Örneğin, facebookta arkadaşlık kurduğunuz birinin kendi arkadaş grubu da olduğu gibi sizin facebook alanınıza eklenmiş olur. Her yeni arkadaşın kendi arkadaş grubuyla birlikte birinin iletişim ortamına dahil olması zincirleme bir iletişimsel işleyişin gerçekleşmesini, sanal sosyal alanın yatay düzlemde genişlemesini sağlar.

- **İletilerin değiştirilebilirliği**: Televizyon, radyo, gazete gibi kitle iletişim araçlarından gönderilen bir iletinin geri alınması, düzeltilmesi olanaklı değildir. Oysa sosyal medya ortamında gönderilen bir iletinin geri alınması, düzeltilmesi, başka bir iletiyle değiştirilmesi olanaklıdır. İletişim karşılıklı olduğu için, sorun çıksa bile düzeltilebilir.

- **Multimedya özelliği**: Sosyal medya ortamları ses, görüntü, hareketli görüntü ögelerini aynı anda kullanırlar. Bu nedenle multimedya özelliğine sahiptirler.

- **Uzamsızlık**: Sosyal medyada uzamın bir önemi yoktur. Herkes istediği her yerden, başka bir yerdekiyle sosyal medya ortamında iletişim kurabilir. Özellikle de 3G taşınabilir telefonların kullanıma girmesi bu anlamda önemli bir olanak olarak görülebilir.

- **Zaman aşırılık**: Sosyal medya zamanın sınırlılıklarını da aşmış bulunmaktadır. Örneğin, televizyonda belli bir programı ancak belli bir zaman diliminde izleme şansı var. Telefonla iletişim kurmak isteyen iki kişi aynı anda telefonun başında bulunmak zorundadırlar. Oysa sosyal medya ortamında iletişim kurmak isteyen biri istediği zaman iletisini karşı tarafa

gönderebilir. Karşı taraf da istediği zaman sosyal medya ortamına açık hale gelir ve gönderilen iletiyi alır.

- Mülkiyet yapısında farklılık: Radyo, televizyon, gazete gibi kitle iletişim araçlarının kapitalist sektör içerisinde kazanç esasına göre yapılanmış mülkiyet ilişkileri içerisinde işletildiği bilinmektedir. Oysa internet temelli sosyal medya için durum farklıdır. İnternet ağları ve sosyal medya alanları da büyük şirketlerin mülkiyetindedir. Ancak bu durum bireylerin kullanımına daha az yansımaktadır. Birey kullanıcılar sosyal medya ortamında kendi aralarında iletişirken ağın mülkiyetini elinde bulunduran patronun çıkarlarını, ilişkilerini, ağın yayın politikasını akıllarına bile getirmezler. Herkes bu ortamlarda istediği gibi iletişim kurar. Oysa bir gazetede çalışan muhabir haberini yazarken gazetesinin genel yayın politikasını, patronun çıkar ilişkilerini bir an bile aklından çıkarmaz. İnternet ve sosyal medya ortamının da tümüyle denetimsiz olduğu söylenemez, ancak hiç değilse diğer kitle iletişim araçlarındaki kadar belirleyici olmadığı söylenebilir.
- Fazla miktarda enformasyon sağlama: İnternet ve sosyal medya ortamlarında kullanıcılara neredeyse sınırsız bilgi akışı söz konusudur (Binark, 2007:22). Gereksinim duyduğumuz her tür bilginin bize, tuş dokunuş uzaklığında olduğunu biliriz. Ancak bir yandan internet ortamının müthiş bir bilgi kirliliği ortamı olduğunun da altını çizmek gerekir. Çoğu zaman istediğimiz nitelikte bilgiye ulaşamayız. Dolayısıyla da internetin bilgiye ulaşmaktan çok bilgiden haberdar olmak konusunda daha işlevsel olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Sosyal Medyanın Olası Etkileri

Bu bölümün giriş yazısmda da değinildiği gibi sosyal medyanın etkileri konusunda henüz çok sağlıklı araştırmalar yapılabilmiş değil. Bu iletişim biçiminin insan ve toplum yaşamında hangi etkileri yarattığını, ne gibi sonuçlar doğurduğunu saptamak için yeterince zaman da geçmiş değil henüz. Bir yandan etki ölçümüne ilişkin birtakım çalışmalar yapılmalıdır, ancak diğer yandan da yapılacak araştırmalardan fazla da tatmin edici sonuçlar beklenmemeli. Bir diğer önemli nokta ise sosyal medyanın etkilerine ilişkin araştırmalar için uygun çözümleme tekniklerinin geliştirilmesi de gerekebilir. Bu noktaların altını çizdikten sonra burada sosyal medyanın önemli gördüğümüz bazı olası etkileri veya sonuçları üzerinde durmaya çalışalım.

Kamusal Alanı Dönüştürme

Bilindiği gibi modernleşme süreciyle birlikte insanların özel alanları ve kamusal alanları arasındaki sınır belirginleşmiştir. İnsanların aile ve ev ortamları özel alan-

ları, evdışı ortamlar ise kamusal alan olarak tanımlanmıştır. Modernleşmeyle birlikte geliştirilen kitle iletişim araçları da özel ve kamusal alan ayrımının pekişmesine katkıda bulunmuştur. Ancak şimdilerde yaşamımıza giren sosyal medyayla birlikte özel ve kamusal alanın ayrım sınırında bir karışıklık dikkati çekmektedir. Öncelikle internetin sağladığı olanaklarla bazı mesleklerde çalışan insanlar iş yerlerini, yani bürolarını eve taşımaya başlamış, böylece modern öncesi dönemlerdekine benzer biçimde evin, yani özel alanın yeniden işlik olarak kullanılması söz konusu olmaya başlamıştır. İnternet ortamında geliştirilen sosyal medya ise insanlara zamansal ve uzamsal alanları ve sınırları geçersizleştirircesine iletişim olanağı sağlamış bulunmaktadır. Sözgelimi insanlar evlerinde, özel alanlarında internet ortamına girerek arkadaş gruplarıyla iletişim kurabilmekte, kamusal alana ilişkin birtakım konu ve sorunları tartışabilmekte, kamu gündemini ilgilendiren birtakım konuları tartışma gündemine taşıyabilmektedir. Oysa sosyal medya döneminden önce kişi, bütün bunları yapabilmek için mutlaka kamusal bir mekânda bulunmak durumundaydı. Diğer yandan işyerinde bir toplantıda bulunan kişi elindeki 3G taşınabilir telefon ya da önündeki bilgisayar aracılığıyla eşiyle, çocuğuyla, sevgilisiyle iletişim kurabilmekte. Ya da MSN yoluyla aynı anda hem başka kişilerle kamusal sorunlara, siyasete ilişkin, iş konularına ilişkin iletişim kurarken hem de özel arkadaşlarıyla, dostlarıyla ileti alışverişi yapabilmekte. Bütün bunlar sosyal medyanın da etkisiyle kamusal ve özel alan arasındaki sınır çizgisinin giderek belirsizleşmeye başladığını göstermektedir.

Öte yandan sanal ortamda yeni bir kamusal alanın yapılanması da gözlenmektedir. İnsanlar facebook, twitter gibi sosyal medya ortamlarında birbirleriyle iletişim kurarak, gruplar oluşturarak, hayran siteleri kurarak kamusal alanın bir başka boyutunun, sanal boyutunun yapılanmasını sağlamaktadırlar. Günümüzde bu sanal kamusal alanlar siyasetin, toplumdaki gündem konuların tartışıldığı ortamlar haline gelmiş bulunuyor.

Ayrıca sanal kamusal ortamlar günümüzde yeni bir vatandaşlık anlayışı da doğurmaya başlamış bulunuyor. Alışılageldik anlayışta vatandaş vergisini verir, sandık başına giderek oy kullanır, toplumdaki diğer vatandaşların haklarına saygılı olur vb. Sanal kamusal alanla birlikte bu vatandaşlık anlayışı da yeni boyutlar kazanmaya başladı. Şimdi artık sosyal medyanın sağladığı etkileşim ortamlarında bireyler toplumsal ve siyasal sorunlara ilişkin görüşlerini belirtebilmekte. Birtakım sitelerde yorum yazıları yazmakta, kendisi gibi düşünenlerle sanal kamusal alanda gruplar oluşturabilmekte, ittifaklar kurulabilmekte. Dolayısıyla da sanal kamusal alanda vatandaşın siyasal katılımı da çok daha etkin olabilmektedir (Axford and Huggins,2001). Arap ülkelerinde meydana gelen halk ayaklanmaları bunun somut göstergesi olarak gösterilebilir. Söz konusu ayaklanmaların, devrim çağrılarının arkasında kimlerin, hangi güçlerin olduğu ayrı bir konu. Ancak açık olan bir şey var ki, o da insanların sosyal medya ortamında çok kolay iletişim kurabildikleri ve örgütlenebildikleridir. Mısır ve Tunus'ta yaşananların ardından açık olan bir şey daha var ki, o da bundan sonra siyasi çevrelerin sosyal medya

konusuna çok daha duyarlılık göstereceklerdir. Öyle görünüyor ki bundan sonraki süreçte siyasal iktidarların ve medyanın mülkiyetini elinde bulunduran sermaye arasında sosyal medyanın kullanımı konusunda da birtakım çatışmalar yaşanacaktır.

Siyaset ve Liderlik

İnternet ve sosyal medya ortamının yansımalarından biri de yöneten ve yönetilenler arasındaki ilişkide gözlenen dönüşümlerdir. İnternet ve sosyal medya ortamlarının yokluğunda yöneten ve yönetilenler arasındaki iletişim kitle iletişim araçları yoluyla ve tek yanlı gerçekleşmekteydi. Bunun dışında ancak birtakım toplantılarda halkın siyasilerle karşılaşabilmesi, ona dokunması mümkün olabiliyordu. Bu durum siyasinin, özellikle de lider konumundaki siyasinin ulaşılamazlığını sağlıyor, ulaşılmazlık ise çoğu zaman tapınmayı güçlendirici bir etmen olabilmektedir. Ya da yardım istemek, işlerinde destek beklentisi talebiyle siyasilerin kapıları önlerinde uzun kuyruklar oluşur, birer ikişer dakikalık görüşmelerle vatandaş, beklentileri ümitsizliğe dönüşmüş biçimde evlerine gönderilirdi. TBMM'nin halk ziyaretine açık Dikmen Caddesi'ne bakan kapısında oluşan kuyrukların cadde boyu uzadığına tanık olmayan yok gibidir. Oysa şimdilerde insanlar internet ortamında, sosyal medya aracılığıyla siyasilerin tümüyle olmasa bile büyük çoğunluğuyla iletişim kurabilmekte, görüşlerini, beklenti ve isteklerini dile getirebilmektedirler. Bu noktada sosyal medyanın siyasilerle ya da yöneticilerle halkı buluşturduğu, yakınlaştırdığı, karşılıklı iletişimi sağladığı yönünde bir görüş ortaya koymak elbette mümkün değil, ancak hiç değilse vatandaş kendisini ifade edebilmekte, iletilerini ilgili yerlere eskisine göre çok daha kolay iletebilmektedir. Vatandaşın iletilerinin ne oranda alındığı, değerlendirildiği ise demokrasinin işleyiş biçim ve derecesiyle ilgili bir konudur.

Öte yandan internet ortamında siyasilere, özellikle de siyasi liderlere ulaşılabilirlik, onların o gizemli, erişilemez, tapınası büyülerinin önemli oranda çözülmesine yol açtığı düşüncesindeyim. Kendi facebook sayfasında hayranlık duyduğu siyasi lideri gören biri kendisini önemsenmiş, adam yerine konmuş bir birey olarak görerek mutlu olabilir. Hayranlık duyduğu liderin de onun farkında olduğunu düşünmesi herşeyden önce insanı mutlu eden, onurlandıran bir durumdur. Bu da insanların yaşadıkları dünyada önemsendiklerini, farkında olunduklarını düşünerek kendilerini daha mutlu, daha güvenli hissetmeleri sonucunu getirir.

Hegemonik İlişkinin Güçlendirilmesi

Sosyal medya nasıl ki sıradan insanlar arasında iletişim ve etkileşim olanağını güçlendirmekte, aynı şekilde egemenler ve bağımlılar arasında da iletişim kurulmasına olanak verebilmektedir. Siyasilerle ya da genel olarak egemen güçlerle sıradan halk arasında sosyal medya aracılığıyla iletişimsel ilişkinin daha da kolaylaşması bir yanıyla da sıradan insanın, yani yönetilenin, farkında olmadan

egemen olanın güç alanına kendi rızasıyla girmesi sonucunu da getirebilir. Siyasilerin hayran sitelerine girmek, beğenilerini bildirmek, onay ve bağlılıklarını iletmek bir yanıyla Gramsci'nin rıza kavramını akla getirmektedir. Dolayısıyla da sosyal medya bir yanıyla da bir hegemonik ilişki alanı olarak işlev görebilir.

Cemaat İlişkilerinin Pekiştirilmesi

Modern toplumun belki de en önemli özelliklerinden biri bütüncüllüğüdür. Ulusalcılık ve ulus devlet yapısı da bu bütüncülüğün en önemli görünümleridir. İnsanlar etnik, yerel ve cemaat ilişkilerinden çıkarılarak ulusalcılık ölçütü doğrultusunda ulus devlet yapıları bütünlüğü içerisinde bir araya getirilmiş, böylece modern toplumlar oluşturulmuştur. Sosyal medya gibi iletişim biçimleri ise işin özüne bakılırsa bu toplumsal bütünlükle paradoksal bir ilişki içerisinde bulunmaktadır. Bireylerarası iletişim temeli üzerine kurulan sosyal medya ortamları toplumdaki insanlar arasmda çok farklı ilişki ağlarının kurulmasına olanak vermektedir. Günümüz dünyasında pek çok insanın sosyal medya ortamlarını etnik, yerel ve cemaat düzeyinde işlerlik gösteren lobicilik ortamları olarak kullandıkları dikkati çekmektedir. Yaşamın akışı içerisinde normal koşullarda bir araya gelmeleri olanaksız olan pek çok insan sosyal medya ortamlarında buluşmakta, kaynaşmakta, grup oluşturmaktadırlar. Böylece modern toplumsal yapılanmayla birlikte öne çıkan mesleki, yaşanan kent, eğlence ve dinlence ortamları düzeyinde oluşan gruplaşmaların ve de örgütlenmelerin yanında modern toplumun ötelediği etnik, dini, ideolojik düzeyde ittifaklar da sosyal medya ortamında yeniden belirmeye başlamış bulunuyor. Bu gibi paylaşımlarla sosyal medya ortamlarında karşılaşan bireylerin zincir ağlar biçiminde birbirlerine bağlanarak zaman içerisinde birtakım farklı direnç alanları oluşturmaları olası görünüyor. Örneğin, bu tür sanal iletişim olanakları yokken farklı ülkelerde, hatta farklı kentlerde yaşayan akrabaların birbirleriyle iletişim kurmaları bile pek mümkün değildi. Yılda ya da birkaç yılda bir sevinç gözyaşlarıyla buluşur, özlem giderir sonra da hüzün gözyaşlarıyla ayrılırlardı. Oysa şimdi dünyanın neresinde yaşarsa yaşasınlar isteyen herkes her an iletişim içerisinde bulunmakta. İnsanlar bulundukları ortamlara, gelişmelere, her tür toplumsal hareketliliğe ilişkin olarak da birbirlerini sürekli bilgilendirmektedirler. Bu durum beraberinde egemen sistemin istemediği birtakım karşılaşmaların, paylaşımların gerçekleşmesini de sağlamaktadır.

Sosyal medya ortamlarını bir bakıma gayri resmi iletişim alanları olarak da görmek gerekir. İşte bu gayri resmi iletişim ortamlarında yukarıda da sözettiğimiz gibi çeşitli düzeylerde kurulan ilişkiler, gerçekleşen paylaşımlar bir yandan da modern toplumun resmi biçimde oluşturulmuş ittifak alanlarının çözülmesi sürecinde etkili olabilir. İnsanlar sosyal medya ortamlarının sunduğu olanaklarla akraba, aşiret, etnik, dini, cemaat çevreleriyle birtakım paylaşım ve etkileşim alanları yaratabilirler. Bu da modern toplum yapısının ittifak alanları açısından uzun vadede tehdit oluşturabilir.

Aile Kurumunda Dönüşüm

Bilindiği gibi sosyal medya ortamları insanlara çeşitli karşılaşma, buluşma ve paylaşım olanakları sunmaktadır. Bunlar arasında arkadaş edinmek, eş olmak, evlenmek, aile kurmak gibi olanaklar da bulunmaktadır. Oysa birtakım istisnaların dışında alışıldık duruma göre insanlar belli toplumsal ortamlarda, belli koşullar altında bir araya gelir, evlilik yapar, aile kurarlar. Burada da çoğu zaman toplumsal statüler, mesleki durumlar, ekonomik koşullar, aile çevresi vb. ölçütlere dikkat edilir. Sosyal medya ortamında ise dünyanın çok farklı yerlerinden insanlar karşılaşabilmekte, bir araya gelerek zaman zaman da aile oluşturmaktadırlar. Modern toplum yapısıyla postmodern toplum değerlerinin karışmaya başladığı günümüz geçiş sürecinde belirgin bir zayıflama ve çözülme yaşayan evlilik ve aile yapılarının sosyal medyanın da etkisiyle farklı bir yapıya doğru gideceğini kestirmek zor değil. Nitekim MSN sohbetlerinin, görüntülü iletişim ortamlarının birçok evliliği olumsuz etkilediği, boşanmaların yaşandığı medyanın haber portallarına da sıkça yansımaktadır.

Çalışma Yaşamında Dönüşüm

İnternet ve sosyal medyanın iş yaşamında da bir ölçüde birtakım değişiklikler yarattığı gözlenmektedir. İşin eve taşınması, **home office** olarak adlandırılan çalışma biçimiyle insanların evde, kafede, pastanede, hastanede, otelde, tatilde vs. laptop, notebook, netbook tipi bilgisayarlarla ya da bilgisayar donanımlı cep telefonlarıyla bir büro ortamında yapmakta oldukları tüm işi yapabildiklerini görüyoruz. Hatta bu küçük bilgisayar veya cep telefonları aracılığıyla, uluslararası çapta büyük bir şirketin veya holdingin genel müdürü, nerede, hangi ortamda bulunursa bulunsun işletmenin tüm işini kolayca yürütebilmektedir. Birkaç tuş dokunuşuyla bütün yönetimsel bağlantılar kurulmakta, banka hesapları kontrol edilmekte, gerekli para transferleri yapılmakta, birkaç saniye içerisinde işlem tamamlanmaktadır.

İşin işyerlerinin dışına çıkarılması, bir başka deyişle internet olanaklarıyla büroların taşınabilir hale gelmesi, farklı bir çalışma biçiminin, yeni bir iş ilişkileri anlayışının, dolayısıyla da yeni bir üretim ilişkileri tarzının doğmakta olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir.

Oysa modernleşme sürecinin iş yaşamına getirdiği anlayışın özünde işin evden çıkması ve işyerlerine taşınmasıydı. Evin dışında bir iş yaşamı anlayışı doğmuş, kendi kurallarını oluşturmuş, kendine özgü bir üretim ilişkileri tarzı geliştirmişti. İnsanlar çalışmak için evin dışma çıkmak, büro veya fabrika ortamına gelerek orada, o işyerinin kurallarına ve ilişki ortamına uygun çalışmak zorundaydılar. İnternet olanakları ve onun içerisinde doğan sosyal medya ortamı ise süreci geri döndürmeye, işi, yeniden eve taşımaya başlamış bulunuyor. Bu, bütün iş sektörleri için mümkün olmasa bile, büro yönetimi gibi iş alanlarında geçerli hale gelmesi bile iş ilişkileri ortamında görünümü önemli oranda değişime uğra-

tacağa benziyor. Bunun iş verimliliğine yansımaları konusunda ise şimdiden kestirimlerde bulunmak zor görünüyor.

Zaman ve Uzam Yönetiminin Yeniden Tanımlanması

İnternet ve sosyal medyayla birlikte insan ve toplum yaşamının zaman ve uzama göre planlanmasındaki anlayışta da değişiklik olacakmış gibi görünüyor. Modern toplum yaşamı içerisinde her birimiz çalışmak, sosyal ilişkilerimizi planlamak, özel yaşamımızı programlamak için günü belli zaman dilimlerine ayırmak durumundayız. Aynı şekilde çalışmak, sosyal iletişim kurmak ve özel yaşama ilişkin süreçleri programlamak için mekânsal planlamalar da yaparız. Nerede çalışacağımız, hangi sosyal iletişim biçimlerini hangi mekânlarda kuracağımız, özel yaşamımızı ne gibi mekânsal koşullarda düzenleyeceğimiz vs. yaşamımızın tüm kesitlerini mekânsal anlamda da planlamak zorundayız.

İnternet ve sosyal medya olanakları ise bu zamansal ve uzamsal planlamalarda değişiklik yaratacağa benziyor. Örneğin, sosyal medya bize, bulunduğumuz yerden sosyal iletişim ortamları oluşturma olanağı vermektedir. Evimizde, kahvemizi içerken, televizyon izlerken bir yandan da facebook ortamında birkaç arkadaşımızla sohbet edebiliriz. Evden çıkıp uzaklara gitmeye, bir mekânda buluşmaya gerek kalmadan da kendimizi arkadaş grubu içerisinde hissedebiliriz. Böylece hem mekânsal hem de zamansal anlamda özel bir planlama yapmak zorunda kalmayız. Aynı şekilde büro işimizi yapmak için sabah olsun, işe gidelim, masanın arkasına geçip oturalım, sonra da işi bitirelim tarzı bir planlamaya gerek duymaksızın gecenin bir yarısı, evimizde, yattığımız yerde açıp bilgisayarı işimizi yapabiliriz. Ya da günün herhangi bir saati acil para gerekti, internete girip bankadaki hesabımızıdan gerekli para aktarımını gerçekleştirebiliriz. Eskisi gibi banka memuruyla tartışmak, sıra beklemek, saatlerce zaman harcamak gibi çabalara hiç gerek kalmadan tüm banka işlerimizi yalnızca birkaç tuşa dokunarak yapma olanağımız var. Bütün bunları sağlayan ise internet. Dolayısıyla da internet ve sosyal medyanın etkisiyle öyle sanıyorum ki zaman yönetimi ve uzamsal planlamalara ilişkin düzenlemelerde de önemli bir değişim ve dönüşüm olasılığı söz konusudur.

Popüler Kültürün Üretimine Katkı

İnternet ve sosyal medya ortamının kültüre, özelilkle de günümüz yaygın kültürüne, yani popüler kültüre etkisi konusunda şimdiden herhangi bir kestirimde bulunmak kolay değil, Ancak günümüz dünyasının popüler kültürle kuşatıldığı, kitle iletişim araçları, eğlence sektörü vb. endüstriyel ortamların da etkisiyle popüler kültürün etki alanının giderek de genişlediği dikkate alınacak olursa sosyal medyanın da bu gidişe katkı vereceğini kestirmek bir o kadar da kolay. Yapılan bazı araştırmaların da gösterdiğine göre internetin kullanım yoğunluğu liseli ve üniversiteli gençler arasında, toplumun diğer kesimlerine göre çok daha yaygın

(2009). Gençlerin de büyük çoğunlukla popüler kültürün etki alanı içerisinde oldukları düşünülürse, sosyal medya ortamlarının popüler kültürün pekişmesine katkı sağlamaması mümkün görünmemekte. Sosyal medyanın kullanım yoğunluğunun gençlerde olması, toplumun geniş kesimlerinin de popüler kültürün etki alanı içerisinde yer almaları ister istemez sosyal medyanın da toplumdaki egemen kültürel durumun yeniden üretimine ve dolaşımına katkı yapması doğaldır. Örneğin, klasik müzik sanatçısı Fazıl Say'ın kendi facebook sayfasında arabesk müziğe ilişkin yazdığı eleştiri niteliğindeki birkaç tümcenin Türkiye'deki arabesk ve pop müzik sanatçılarını bir anda ayağa kaldırması, televizyon kanallarında ve gazete sayfalarında günlerce Fazıl Say karşıtı yayınların yapılması da göstermektedir ki sosyal medya ortamında eğer bir kültürel üretim yapılacaksa, bu kesinlikle popüler kültür olacaktır. Çünkü günümüzün kapitalist dünyasında kitlelere ulaşmaya elverişli kanalları öncelikle para merkezli iş yapanlar işgal ederler. Popüler kültür de kapitalist dünyanın önemli bir ticari kazanç alanı olduğuna göre, sosyal medya ve internet ortamlarının da bu kesimlerin dikkatinden ve kullanımından uzak kalamayacağını unutmamak gerekir. Diğer yandan sosyal medya ortamlarını kullanan kitleler de popüler kültürle kuşatılmış bir dünyada toplumsallaşmış, bilinç edinmiş insanlardır.

Ticari İlişkilerde ve Tüketim Eğilimlerinde Dönüşüm

İnternet ortamı ve sosyal medya ticari ilşkiler ve insanların tüketim eğilimleri konusunda da önemli birtakım yenilikler getirmiş bulunuyor. Ticaretle uğraşan insanlar şimdilerde artık birkaç tuş dokunuşuyla bütün alım satım işlerini yapmakta, para aktarımlarını gerçekleştirebilmekte. Aynı şekilde ticaretle uğraşanlar dünyanın neresinde, hangi ürünün, nerede, kimin tarafından, hangi kalitede üretildiğini, hangi fiyata satıldığını da yine internet ortamından izleyebilmektedirler. Bu da hem rekabet ortamında hem de zamanlama açısından önemli kolaylıklar getirmektedir. Diğer yandan ticaretle uğraşanlar dünyanın neresinde, hangi ürün için uygun pazarlama koşulları bulunduğunu da birkaç tuş dokunuşuyla öğrenebilmekte, buna göre de ticari planlamalarını çok daha sağlıklı biçimde yapabilmektedirler.

Aynı şekilde tüketiciler de oturdukları yerden, internet ortamından, hangi ürünü, nereden, hangi fiyatlarla satın alabilecekleri konusunda gerekli bilgiye ulaşabilmekte, böylece mağaza mağaza dolaşmaktan, satıcılarla muhatap olmaktan kurtulmuş olmaktalar.

Ama diğer yandan tüketiciler de internet ortamından satınalmayı çok daha kolay gerçekleştirebilmelerinin verdiği rahatlıkla tüketim tuzağına kolayca düşebilmekte, gereksinim duymadıkları pek çok ürünü de seçim, bulma ve ödeme kolaylıklarının büyüsüne kapılarak satınalmaktadırlar. Bu da zaten tüketim toplumu olarak bilinen toplumun giderek bir hiper tüketim toplumu haline gelmesi sürecini doğurmaktadır.

Dil Aracılı Emperyalizm

Dil yoluyla sömürgeleştirme her zaman gündemde olan bir konudur. Ancak internetin kullanıma girmesi, sosyal medya ortamlarının gelişmesiyle birlikte bu sürecin çok daha açık bir görünüm kazandığı gözlenmektedir. İnternet ortamında İngilizcenin egemenliği bir yandan erişimi zorlaştırırken, diğer yandan da İngilizce sözcüklerin ulusal ve yerel dillerin içerisine sızmasına yol açmaktadır. Son yıllarda UNESCO tarafından yapılan çeşitli konferanslarda bu konuya da dikkat çekilmiş, "sanal uzaya evrensel erişimin ve çokdilliliğin geliştirilmesi ve sanal uzayın kullanımına ilişkin öneri kararı" başlığıyla 15 Ekim 2003 tarihinde kapsamlı bir rapor hazırlanmıştır. Çokdillilik konusu UNESCO gündemindeki yerini hala koruyor.

Erişim Eşitsizliği ve Bilgi Gediği

İnternetin ve onunla birlikte gelişen sanal iletişim ortamlarının yaygınlaşması bireysel özgürlükler, demokrasi, bilgi toplumu vb. kavramlar açısından elbette çok şey ifade etmektedir. İnsanlar pek çok konuda birkaç tuş dokunuşuyla gerek duydukları bilgiyi alabilmenin rahatlığını yaşamaktadırlar günümüz dünyasında.

Ama diğer yandan dünya nüfusunun önemli bir kesiminin bilgisayar ve internet donanımına sahip olmadığı, dolayısıyla bilgiye ulaşalabilirlik, internete erişebilirlik olanaklarından yoksun olduğu düşünülecek olursa durumun o denli umut verici olmadığı anlaşılır. Dünyayı bir yana bırakalım Türkiye'nin pek çok yerinde, özelilkle de köylerde ve kasabalarda bilgisayar ve internet gibi olgulardan habersiz insanların sayısının hiç de az olmadığı bilinmektedir. Kaldı ki köylük yerlerde okuryazar olmayan nüfus oranı hala azımsanmayacak kadar yüksek. Okuryazar olmayan insanların bilgisayar kullanması, internete girmesi, sanal ortamda gezintiye çıkabilmesi ise olanaksızdır. Kentlerde yaşayan, ekonomik açıdan da iyi durumda olan insanlar her tür bilişim tekniklerine ulaşırken, onların olanaklarından sonuna dek yararlanırken, kırsal kesimde yaşayan ya da kentte olup da oldukça yoksul koşullarda yaşama direnmeye çalışan insanların bu olanaklardan yararlanamaması zaten var olan eşitsizliği daha da güçlendirmektedir. Toplumun zaten eğitimili olan kesimi internet ve sosyal medya ortamlarının da olanaklarını kullanarak bilgi toplumunun tüm olanaklarından en yüksek düzeyde yararlanırken, toplumun alt kesimleri bundan yoksun kalmakta. Bu da toplumdaki farklı kesimler arasındaki zaten varolan eşitsizliğe bir de bilgi dolayımlı eşitsizilğin eklenmesine yol açmaktadır. Böylece toplumsal kesimler arasındaki mesafe artmakta, uçurumlar büyümektedir. Eşit olanaklara sahip olmayan toplum kesimlerinin giderek birbirlerinden uzaklaşarak kendi içlerine çekilmeleri toplumda yeni bir çözülmenin de somut göstergesi olarak kabul edilmelidir. Bu tür çözülme, ayrışma ve kopmalar toplumdaki hiyerarşik yapıyı güçlendirerek demokrasilerin, özgürlüklerin önüne set çekmektedir.

Bilgi Kirliliği ve Bilinçsiz Toplum

İnternet ve sosyal medya ortamlarıyla sarmalanmış, örümcek ağını andırırcasına bilgi ağlarıyla örülmüş bir dünyada yaşamaktayız. Gazete, radyo, televizyon, sinema gibi kitle iletişim araçlarının kuşatılmışlığına internet kuşatmasının da eklenmesiyle birlikte çok taraflı bir bilgi bombardımanına tutulmuş hale geldik. Çoğu zaman nereden geldiği, kim tarafından hangi amaçla verildiği belli olmayan bilgi kırıntılarıyla karşı karşıya kalmaktayız. Dünyadaki çok çeşitli güç odakları, lobiler, çıkar grupları, marjinaller, alternatifler vs. her kesimden insanlara bilgi akışı yapılmakta. Herhangi bir bilgiyi internetten aramaya kalkıştığımızda durumun vehametini de açıkça fark ederiz. Dolayısıyla da yeni iletişim teknolojileriyle insanlık bu kez de bilgi endüstrisinin kuşatma alanına girmiş bulunuyor. Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi kavramının ardından içerisinde bulunduğumuz dönemi de olsa olsa bilgi endüstrisi kavramıyla tanımlayabiliriz. Bilişim teknolojilerinin, bilginin üretimi ve dağıtımı için sundukları olanaklarla devasa bir endüstri doğmuş bulunuyor. Yani belli güç ilişkileri tarafından yönetilen ve yönlendirilen bilgi endüstrisi ortamında üretilerek kitlelere sunulan ürünün etkisi ise insanların bilinçlerini belli amaçlar doğrultusunda biçimlendirmektir. Başka bir deyişle belli güç ve çıkar ilişkileri içerisinde programlı biçimde üretilen ve bilgi dağıtım ağları aracılığıyla insanların kullanımına sunulan bilginin temel amacı insan beyninin de amaçlar doğrultusunda programlanmasını sağlamaktır. Bunca bilgi karmaşasına maruz kalan insanın beyninin kim tarafından ve nasıl programlandığına gelince burada bilgi karmaşasının, çokyönlü bilgiyle kuşatılmışlığın da bilinçli ya da bilinçsiz olsun kendi karmaşıklık, kafa karışıklığı, sığlık yönünde bir programlamaya yol açtığını düşünmek gerekir. Tıpkı televizyon için geçerli olan zaping uygulaması gibi. İnsanlar nasıl ki televizyon izlemek adına saatlerini, hiçbir programı gerçek anlamda izlemeksizin kanallar arası zapingle geçirmekteler, sonunda da hiçbir bilgi almaksızın, hiçbir izleme hazzına ulaşmaksızın yorgunluktan bitkin hale gelmektedirler, aynı şey internet ve sosyal medya için de söz konusu olmaktadır. İnsanlar çoğu zaman ne aradıklarını bilmeksizin internet ortamında ya da sosyal medya ortamında saatlerini geçirmekte, ama yorgunluktan bitkin düşüp de bigisayar ekranını kararttıklarında elde edilen, beyinlerine kazınan hçbir işe yarar bilgiinn olmadığını anlarlar. Ama bir dolu gerekli gereksiz bilgi kırıntısıyla hantallaşmış beyinleri artık ne bir düşünsel faaliyet yapacak durumdadır, ne de gerekli bilginin peşine düşecek halleri kalmıştır. Bu bilgi kirliliği kuşatması altında hantallaşmış beyinlerin yıkanması, biçimlendirilmesi ise hiç zor değildir.

Bilgi ağlarıyla sarmalanmış günümüz dünyasında bu ağların bilgi kirliliği ortamına maruz kalan insanların bilinçleri de bu bilgi kirliliği tarafından biçimlendirilmekte, kirli bilinçlere dönüşmektedir. Bütün bunlardan kurtulmanın yolu ise bilgi kirliliğinin günümüzdeki baş aktörü internet konusunda insanların bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesidir. İnternetten nasıl yararlanacakları, hangi bilgiyi nasıl bulacakları, hangi bilgiler için hangi sitelere yönelecekleri, internet ortamında

güvenilir ve geçerli bilgiyi nasıl elde edecekleri konusunda insanların çocuk yaşlardan itibaren eğitilmeleri gerekmektedir. Bu konuda Binark'ın önerisi eğitim kurumlarında yeni medya okuryazarlığı eğitimine de yer verilmesi yönündedir. Bunun için eleştirel pedagojinin ve sorumluluk etiğine yönelik duyarlılığın geliştirilmesi gereği de ciddiyetle ele alınması gereken bir konudur (Binark,2007:172). Yeni medya okuryazarlığı eğitimi bilgi kirliliği ve bilinç kirliliği konusunda sihirli bir anahtar olmasa bile, hiç değilse nasıl bir bilgi dolaşım ve aktarım ağıyla kuşatılmış oldukları konusunda insanlarda farkındalık yaratılabilir.

İletişimi Yeniden Düşünmek

İnternetin sunduğu yeni iletişim olanakları, sosyal medya gibi yeni iletişim biçimleriyle birlikte iletişim biliminin kuramsal ve yöntembilimsel boyutlarında önemli sorunlar belirdiği söylenebilir. Özellikle kavramsal tanımlamaların, kuramsal sistematiğin ve analitik sınıflandırmaların yeniden gözden geçirilmesi gereği doğmuş bulunmaktadır. Örneğin, radyo, televizyon gibi aygıtlarla gerçekleştirilen iletişime kitle iletişim denilmesinde herhangi bir kafa karışıklığı yoktur. Ancak internet dolayımlı iletişimi ne olarak adlandıracağız? İnternet ortamında hem bireysel hem de kitlesel iletişim kurulabilmekte. Sosyal medya ortamında kişiler arası, grup ve kitle iletişim düzeylerini nasıl ayırt edeceğiz? Aynı şekilde 3G teknolojisiyle birlikte aynı anda hem görüntülü, hem de sesli iletişim kurabilme olanağına kavuşmuş bulunuyoruz. Telefonla konuşurken aynı zamanda görüntü paylaşımı da olabilmekte. Bu durumda **sanal yüz yüze iletişim** biçiminde bir kavramı geliştirmek zorunluluğu doğmakta. O halde şimdiye kadar yapılagelen tanımlarda olduğu gibi yüz **yüze iletişim, aracılı iletişim, bireysel, grup** ya da **kitle iletişimi** gibi sınıflandırmaların yeniden gözden geçirilmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla da internet ve onun içerisinde doğup gelişen sosyal medyanın insan ve toplum yaşamına bu denli yaygın biçimde girmesi ister istemez iletişim bilimleri alanının yeniden ele alınması ya da yeni kuram ve modellerle desteklenmesi gereğini ortaya koymaktadır.

Özet

Şurası bir gerçektir ki internet ve sosyal medya çağımızın önemli bir buluşudur ve istesek de istemesek de yaşamımızı yönlendirmektedir. Çağa damgasını vuran bu teknolojinin önemli getirileri yanında götürüleri de vardır. Ancak şunun da altını çizmek gerekir ki bu getiriler de götürüler de teknolojik deterministlerin iddia ettiği gibi değil, insanların denetiminde gerçekleşir. Sistemin yapısı, toplumdaki güç ilişkilerinin işleyişi teknolojinin kullanım biçimini ve işlevlerini biçimlendirirler. Buna göre yeni iletişim teknolojileri de çıkar gruplarının denetiminde ve kullanımında olduğu sürece kitlelerin bilgi kirliliğine maruz kalmaları, bilinç kirliliğinin oluşması kaçınılmaz bir durumdur. Bu gibi olumsuz etkilerinin

olmaması için bireylerin, daha çocuk yaşlardan başlanarak sosyal medyanın ve yeni medya teknolojisinin kullanımına ilişkin olarak eğitilmeleri gereklidir. Eğer toplumda bu yönde bir bilinç oluşturulursa bireyler hangi teknolojiyi, hangi amaçla, nasıl kullanacaklarını bilirlerse ancak teknoloji de insanlığa zarar değil, yarar getirebilir. Bu konuda UNESCO Türikye Milli Komisyonu temsilcisi Arsın Aydınuraz'ın **"bilinçli toplum"** önerisinin altını çizmekte yarar var. Aydınuraz konuya şu sözlerle dikkat çekmektedir:

> "İnternet bilgi toplumunu destekleyen en önemli araç haline gelmiştir. Ama dünyada barışın korunması, insanlığın karşı karşıya olduğu yaşamsal sorunları aşabilmesi için büyük ölçüde gelişmiş ülkelerde üretilen bilginin yaygın kullanımını içeren bilgi toplumu yerine çok sayıda uluslararası toplantıda Milli Komisyon olarak önerdiğimiz "bilinçli toplum" (conscious society) anlayışının yaygınlaştırılmasında büyük yarar olduğu kanaatindeyim" (UNESCO Kitle İletişim Bildirgeleri,2010:IV).

İletişimin Geleceği Üzerine Genel Bir Değerlendirme

Bu kitapla iletişim biliminin bir bakıma izsürümü yapılmaya çalışıldı. Kitle iletişim araçlarının toplumda güçlerini göstermeye başladıkları XIX. Yüzyıldan itibaren sosyal bilimcilerin ilgisi de iletişime yönelmeye başladı. Kısa sürede de iletişim, sosyal bilimler içerisinde hayli çekici bir alan durumuna geldi. Bunun temel nedeni ise kitle iletişim araçlarının dünyada yaşanan her tür dönüşümün, dalgalanmanın, çatışmanın, uzlaşmanın merkezinde yer almalarıydı. Birinci Dünya Savaşı ilgilerin bu araçlara yönelmesine vesile olmuş, İkinci Dünya Savaşı ise iletişimin bilimsel bir disiplin olarak biçimlenmesine ortam oluşturmuştur.

İletişim alanındaki çalışmalarda farklı dönemsel koşullarda farklı anlayışların egemen olduğu görülmektedir. Buna göre kitle iletişim araçlarının büyüleyici bir güç olarak belirdiği XX. Yüzyılın başlarında iletişim alanındaki çalışmalarda da araç merkezli bir anlayışın egemen olduğu gözlenmektedir.

Diğer yandan kitle toplumu yaklaşımının bilimsel çevrelerde etkili olduğu dönemlerde kitle iletişim araçlarının edilginleştirici ve yabancılaştırıcı etkisini sorgulayan kuram ve kavramların iletişim yazınına yön verdiği dikkati çekmektedir. Özellikle de Frankfurt Okulu tarafından geliştirilen kavram, kuram ve yaklaşımlar bu anlamda oldukça etkili olmuştur.

Bireyin yeniden öne çıkarıldığı II. Dünya Savaşı sonrası yıllarda aktif izleyici görüşünün iletişim çalışmalarına yön verdiği gözlenmektedir. Anaakım iletişim kuram ve yaklaşımlarının, liberal çoğulcu paradigmanın açtığı yolda güçlenip geliştikleri gözlenmektedir.

Bireyi, daha doğrusu insan ögesini önemsizleştirmeye çalışan yapısalcı ve posyapısalcı yaklaşımların etkisiyle iletişim alanında da ürün, yani metin çözümlemelerinin iletişim bilimcilerin ilgisini çektiği, hatta metin indirgemeci yaklaşım-

ların alanda etkili olduğu görülmektedir. Özelikle de kültürel çalışmalar yaklaşımının bu kulvarda gelişme gösterdiği görülmektedir.

Dünyada yeni sömürgecilik döneminin başladığı 1950'li yıllardan itibaren teknoloji merkezli anlayışın etkisinde iletişim alanında da teknolojik belirleyicilik görüşlerinin etkili olduğu dikkati çeker. Teknoloji üretiminde üstün durumda bulunan Batılı kapitalist ülkelerin, sömürgeciliği de sahip oldukları bu güçle ilişkili olarak yeniden biçimlendirdikleri dikkati çekmektedir.

1970'li yıllarda özellikle sol entelektüeller arasında sömürgecilik ve bağımlılık süreçlerinin tartışıldığı dönemlerde ise iletişim alanındaki gidişin hiç değilse belli bir boyutunda ekonomi politik yaklaşımın yönlendirici bir etki yaptığı gözlenmektedir. Medyanın mülkiyet ve sahiplik yapısı, çokuluslu şirketleşme süreçleri, tek yönlü haber akışı gibi kavram ve kuramların bu kapsamda ele alındığı görülmektedir.

Bilişim teknolojilerindeki akıl almaz gelişmelerle birlikte son yıllarda ise iletişim alanındaki tartışmaların iki boyuta yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bir tarafta dijital iletişim teknolojisindeki gelişmelerin insanlar ve toplumlar üzerinde yarattığı gözetlenme paranoyası, diğer tarafta ise insanların, toplumların, kültürlerin birbirlerinden haberdar olmalarını kolaylaştırıcı etkisinden hoşnutluk duyan kesimler. Bir yanda yeni teknolojilerin, dünyadaki egemenlik ve bağımlılık ilişkilerini daha da pekiştireceği, güçlülerin, güçten yoksun olanlar üzerinde dijital teknolojinin de sağladığı olanaklarla daha sıkı denetim kuracakları yönündeki karamsar düşünüş. Diğer tarafta ise teknolojik gelişmelerin dünyayı mutlu küresel köye doğru götürmekte olduğunu düşünen ve küreselleşme savunusu etrafında biçimlenen görüş.

Görünen o ki iletişim teknolojileri geliştikçe, insan ve toplum yaşamı içerisine daha çok nüfuz ettikçe iletişim alanındaki tartışmalar da kızışarak sürecek, kutuplar arasındaki mesafe giderek artacaktır. Bu tartışma ve kutuplaşmalar zaman zaman iletişim biliminin çelişkileri olarak görülse de aslında alanın gelişmesi, bilimsel bir disiplin olarak yerleşiklik kazanması açısından oldukça önemlidir. İletişim bilininin yaklaşık bir yüzyıllık serüveninde belki de dikkati çeken en belirgin nokta, alandaki her tıkanmanın yeni açılımlara zemin hazırlamasıdır.. Dolayısıyla iletişim alanı sürekli olarak büyüyen, serpilip yayılan, çeşitlenerek etki ve etkinlik alanını sürekli genişleten bir bilim dalı olarak varlığını sürdürmektedir. Başlangıçta öteki disiplinlerden gelen bilim insanlarının çabasıyla biçimlenen iletişim alanının, geliştikçe disiplinlerarası olma özelliğini daha da güçlendirdiği dikkati çekmektedir.

İletişimin bilimsel bir alan olarak gelişmesinde teknolojinin merkezi konumu, onun dallanıp budaklanarak serpilip büyümesinde de etkili olmaya devam etmektedir. Öyle ki iletişim teknolojilerinin hızla geliştiği bir dünyada toplumdaki en küçük bir hareketlilik bile gözlerin kitle iletişim araçlarına, dolayısıyla da iletişim alanına çevrilmesine neden olabilmektedir.

En başından beri iletişim alanının belki de en sorunlu yanı da budur aslında, iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişme. XIX. Yüzyıldan, hatta XV. Yüzyıldan bu yana iletişimle ilişkili her teknolojik buluş veya gelişme kendi döneminin de mucizesi olarak algılanmıştır. Matbaa, gazete, telgraf, radyo, fotoğraf makinesi, sinema, telefon, televizyon ve bilgisayar. Her biri insan ve toplum yaşamında yeni bir çığır açılmasına neden olmuş araçlardır. Çünkü her biri, insan iletişimine yeni bir boyut getirmiş, bu da çoğu zaman toplumdaki ilişkilerin yeniden düzenlenmesine veya yeni ilişki biçimlerinin gelişmesine ortam hazırlamıştır. Bu durum da çoğu zaman iletişim bilimcileri, diğer ögeleri yok sayarak ya da görmezden gelerek tek bir öge üzerine yoğunlaşmaları yanlışına sürüklemiş ya da tuzağına düşürmüş. Çoğu zaman aşırı indirgemeci tavırlar takınıldığı, naiflik derecesinde birtakım kuramsal ve yöntembilimsel anlayışların belirdiği söz konusu olmuştur. İletişim bilimlerinin özellikle de ilk dönem çalışmalarında, geliştirilen kuram ve araştırmalarda bu indirgemeci, bir ölçüde de naif, ama çoğunlukla da politik bakışın etkisi uzun yıllar alandaki çalışmaların dar sınırlara sıkışıp kalmasına neden olmuştur.

Bilişim teknolojilerinin başdöndürücü bir hızla geliştiği günümüzde de zaman zaman aynı tuzaklara düşüldüğü gözlenmektedir. Özellikle de bilgisayar teknolojisi ve internet olanaklarının insan yaşamına bunca yoğun girdiği bir dönemde çoğu entelektüelin, toplumdaki diğer öge ve dinamikleri yok sayarak dünyanın gidişatına ilişkin çözümleme ve öngörülerini yalnızca söz konusu teknolojik gelişmelere indirgemeyi sürdürdükleri görülmektedir. Bu da bir bakıma Žižek'in kaygılarını haklılaştırmaktadır. İnsanlar kendi üretimleri olan nesneleri, kendilerinden bağımsız güçler olarak karşılarına koydukça kendi güçlerini görmezden gelmekte, yok saymakta ve giderek kendi üretimleri olan nesneler içerisinde eriyip gitmektedirler.

Diğer yandan bu tür indirgemeci bakışlar toplumdaki güç ilişkilerinin üstünü örtmektedir. Teknoloji ne kadar büyüleyesi bir güce ve etkiye sahip olursa olsun arkasında mutlaka birtakım güçlerin olduğu unutulmamalıdır.. Teknolojiyi üretenin de kullananın da insan olduğunun akıldan çıkarılmaması gerekir. Eğer WikiLeaks'te yayınlanan belgeler sarsıcı etki yapıyorsa, bunun arkasında birtakım politik ve ekonomik güçlerin olduğunu düşünmemek hata olur. Eğer onyılların diktaları halkın tepkisiyle karşılaşıyorsa, bunu basit bir sosyal medya olayı olarak görmek de aynı şekilde büyük yanlışa düşmektir. George Orwell'deki "büyük birader" in bir monitör olmadığını, asıl gücün onun arkasındaki işleticiler, paraya ve siyasete egemen olanlar olduğunu düşünmeden yalnızca teknolojiye yüklenmek yanıltıcı sonuçlara götürür.

Ama diğer yandan da iletişim teknolojilerinin hızla gelişmeye devam ettiği bir dünyada iletişim biliminin de sosyal bilimler içerisinde giderek merkezi bir öneme sahip olacağını söylemek yanlış bir öngörü olmasa gerek. Öyle görünüyor ki hem iletişim bilimciler hem de sosyal bilimlerin diğer alanlarıyla ilgili olanlar iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin insan yaşamında yaratmakta olduğu etkiler üzerine bundan sonra da sürekli kafa yormak zorunda kalacaklar.

Öte yandan iletişim bilimleri, başından beri disiplinlerarası bir alan olarak doğup geliştiği içindir ki her dönemde sosyal bilimlerin diğer alanlarına egemen olan genel düşünsel iklimin iletişim alanındaki gidişatı da önemli ölçüde etkisi altına aldığı gözlenmektedir. İletişim alanındaki çalışmaların ilk dönem çalışmalarının, kuram ve yaklaşımlarının davranış bilimlerinin etkisinde geliştirilmesi; bir başka dönemdeki çalışmaların teknokratların etkisinde biçimlenmesi; daha sonra dilbilimsel kuram ve yaklaşımların iletişim bilimi üzerinde etkili olması, ardından ekonomi politiğin devreye girmesi vb. bir yandan alanın zenginleşmesine ve çeşitlenmesine olanak vermekle birlikte, diğer yandan da kendi içinde tutarlı ve sürekliliği olan bir süreç izlemesine engel oluşturmaktadır. Pek çok kuram ve yaklaşımın tartışıldığı, pek çok yöntemin uygulandığı iletişim alanında gerçekte iletişim biliminin kendisine özgü iskeletini oluşturan kuramsal ve yöntembilimsel yaklaşımların neler olduğu konusunda tam bir açıklık olmadığı gözlenmektedir. Bu da çoğu zaman iletişim bilimcilerinin bilimsel kimlik tanımlamalarında sıkıntılar yaratabilmektedir. En azından Türkiye'de bu yöndeki sorunların günümüzde hala devam ettiği gözlenmektedir. Bu tür sorunların üstesinden gelmek ise iletişim bilimleri alanındaki lisans üstü eğitimde daha planlı, programlı bir yol izlenmesiyle olanaklıdır. Üniversitelerin, iletişim alanında yetişmiş akademik kadroları olup olmadığına bakmaksızın, radyo ve televizyon istasyonları kurmak amacıyla bünyelerinde iletişim fakülte ve yüksekokulları açma girişimlerini sürdürdükleri sürece karmaşanın artarak devam etmesi kaçınılmazdır.

Ayrıca iletişim alanındaki gidişata bakıldığında iletişim bilimlerinin gelecekte de disiplinlerarası yapısını koruması olasılığının hayli güçlü olduğu tahmin edilebilir. İletişim teknolojilerinin insan ve toplum yaşamının her boyutuna etkisini sürdürdüğü sürece sosyologların, psikologların, sosyalpsikologların, dilbilimcilerin, siyaset bilimcilerin vb. sosyal bilimlerin farklı alanlarıyla ilgili uzman ve araştırmacıların iletişim alanına ilgisiz kalmaları da pek olanaklı görünmüyor. Ancak bu durumun iletişim bilimleri açısından bir handikapa dönüştürülmesi yerine bir zenginlik haline getirilmesi de olanaklıdır. Bu da iletişim alanının bilimsel boyutundaki eğitim öğretimin misyon ve vizyon tanımlamasının geleceğe ilişkin sağlıklı öngörüler ışığında yeniden yapılmasıyla ancak olanaklıdır.

İletişim alanının bir boyutunu da hiç kuşkusuz sektöre kalifiye eleman yetiştirme işi oluşturmaktadır. Bu noktada da dünyanın gidişatı ile iletişim sektörünün gidişatı arasındaki koşutluğa bakmak gerekmektedir. Dijital iletişim teknolojilerinin de gelişimini hızla sürdürdüğü günümüzde iletişim sektörüne kalifiye eleman yetiştirmek için de iletişim fakültelerinin de sürekli yeni teknolojiyle donanmaları önemli bir gereksinimdir. Ama bu da yeterli değil. Fakültelerde ve yüksekokullarda yeni iletişim teknolojilerini kullanma becerisine sahip eğitimcilerin ve araştırmacıların da istihdam edilmesi gerekmektedir. Bu demektir ki iletişim eğitimi veren kurum ve kuruluşlarda görev yapacak eğitim öğretim kadrosunun da iletişimin gerek bilimsel gerekse sektörel alanlarındaki gidişatı anlayıp algılayabilecek yeterlilikte olması gerekmektedir.

Diğer yandan gerek iletişim fakültelerinde gerekse iletişim sektörüne ara eleman yetiştirmeye dönük meslek yüksekokullarında uygulanmakta olan ders programlarının, sektörün koşulları ve gereksinimleri de dikkate alınarak yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. İletişim eğitiminin özellikle de sektörel boyutu planlanırken geleceğin gazetecisinin, iletişim uzmanının, televizyon programcısının vb. nasıl olması gerektiğine ilişkin sağlıklı saptama ve öngörülerde bulunma gereği artık kaçınılmaz duruma gelmiş bulunuyor.

Bugünden geleceğe bakıldığında dünyanın, gelişim rotasını bilgi ve bilişime çevirdiği görülmektedir. Bu da iletişim bilimlerinin, geleceğin en gözde bilim dallarından biri haline geleceğine ilişkin sinyaller vermektedir. Yalnızca bilimsel olarak da değil, sektörel anlamda da iletişim geleceğin en gözde alanlarından biri haline gelecek gibi görünüyor. Gözde ve merkezi konumda olmanın sorumluluğunun ise hayli ağır olduğunu belirtmekte yarar var. Bu nedenle iletişim bilimleriyle ilgilenenlerin geleceğin, kendilerine yüklediği ağır sorumluluğun bilincinde olmaları ve çok daha planlı, programlı, hedefleri, amaçları net biçimde belirlenmiş çalışma tasarımlarıyla yola devam etmeleri gerekmektedir.

İletişim bilimlerinin yüzyıllık serüvenini ana hatlarıyla anlatma amacına dönük olarak hazırlanan bu kitabın da bu yolda, küçük de olsa bir katkı sağlayacağı umuduyla.

Kaynakça

Abadan-Unat, N. *Batı Avrupa ve Türkiye'de Basın Yayın Öğretimi*, Sevinç Matbaası, Ankara, 1972.

_____"Tek Yönlü İletişime Karşı Görüşler ve Düşünceler", *A.Ü. Basın Yayın Yüksekokulu Yıllığı*, 1. Sayı, 1974-76, ss: 425-440.

Abrahamson, D. "The Visible Hand: Money, Markets, and Media Evolution". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, no: 75, 1998, pp:14–18.

Adorno, T. *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, çev: E. Gen. N. Ünler, M. Tüzel, İletişim Yayınları, 2007.

Adorno, T. ve Horkheimer, M. *Aydınlanmanın Diyalektiği*, çev: E. Öztarhan, N. Ünler, Kabalcı Yayınları, 2010.

Akerson-Erkman, F. *Göstergebilimine Giriş*, Multilingual Yayınları, 2005.

Alemdar, K. ve Kaya, R. *Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar*, Savaş Yayınları, 1983.

Alemdar, K. "Giriş", *UNESCO Bildirgeleri*, 2010.

_____*Türkiye'de Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri*, AİTİA Yayınları, Ankara, 1981.

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. *Popüler Kültür ve İletişim*, Ümit Yayınları, 1994.

Alexander, P. J. "Entry Barriers, Release Behavior, and Multiproduct Firms in the Music Recording İndustry". *Review of Industrial Organization*, 9, 1994, pp:85-98.

Allen, G. *Intertextuality*, London: Routledge, 2000.

Allen, D. "New Telecommunication Services: Network Externalities and Critical Mass", *Telecommunications Policy*, no: 12, 1983, pp: 57-271

Althusser, L. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, çev: M. Özışık, 4. Baskı, İletişim Yayınları, 2000.

Altun, A. "Türkiye'de Medya Okuryazarlığı", *İlköğretmen Eğitimci Dergisi*, Sayı 16, 2008, ss: 30-34.

Anderson, J. A. *Communication Theory: Epistemological Foundations.* New York: Guilford, 1996.

Anderson, P. *Gramsci: Hegemonya, Doğu/Batı Sorunu ve Strateji,* çev: T. Günersel, Alan Yayıncılık, 1988.

Ang, I. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic İmagination.* London: Routledge, 1985.

Ansell-Pearson, K. *Kusursuz Nihilist,* çev: C. Soydemir, Ayrıntı Yayınları,1998.

Arık, B. "Pınar Altuğ Olayı Bağlamında Çapraz Tekelleşmenin Habere Etkisi", *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi,* Sayı: 7, 2006, ss: 39-154.

Aristoteles, *Retorik,* çev: Mehmet H. Doğan, YKY, 2012.

Aron, R. *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri,* çev: K. Alemdar, Bilgi Yayınevi, 2004.

Atabek, Ü "İnternette Etik Sorunların Ekonomi Politik Bağlamı", *Küresel İletişim Dergisi,* Sayı: 2, 2006, ss: 1-9.

Atabek, G. ve Atabek, Ü. *Medya Metinlerini Çözümlemek,* Siyasal Kitabevi, 2007.

Atılgan, G. "Marx'ta İdeoloji: Kapitalizmin Devrimci Eleştirisinin Bir Olanağı", *Praksis,* Güz, 2001, sayı: 4, ,

Axford, B., Huggins, R.. *New Media and Politics,* (edt), First Published, Sage Pub, 2001.

Aziz, A. *Toplumsallaşma ve Kitlesel İletişim,* Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, 1982.

Bacaksız, T. *Medya Okuryazarlığı Dersinde Gazete ve Dergi: Türkiye'de Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğrencilerin Gazete ve Dergi Okuma Alışkanlıklarına Olan Etkisi,* Tez Danışmanı, K. İnal, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara 2010.

Bagdikian, Ben H. *The Media Monopoly.* Boston: Beacon Press, 1992.

Bağla, L, M. "Antonio Gramsci ve Aydınların Rolü Sorunu", *Birikim,* sayı: 23;

Bakhtin, M. *Karnavaldan Romana Karnavaldan Romana Edebiyat Teorisinden Dil Felsefesine Seçme Yazıları* , çev: C. Soydemir, Ayrıntı Yayınları, 2001.

Bakhtin, M. *The Dialogic Imagination.* Ed. Michael Holquist. Austin: University of Texas Press, 1981.

Bakhtin, M. *The İdeologial İmagination,* 1990

_____*Bir Eylem Felsefesine Doğru,* çev: S. Azeri, Avesta Yayınları, 2001.

Bal, M. "Yapısalcı Anlamdan Yapısökümcü İze Derrida", *Maltepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi,* Yıl: 2004, Sayı: 2, ss: 51-62.

Ball-Rokeach, S. "The Origins of İndividual Media-system Dependency: A Sociological Framework". (in) *Communication Research,* 12, 1985, pp:485–510.

Banerjee, İ. "The Local Strike Back? Media Globalization and Localization the New Asian Television Landscape", *International Communication Gazette,* Vol: 64/6, 2002, pp: 517-535.

Bantz, C. R. "Exploring Uses and Gratifications: A comparison of Reported Uses of Television and Reported Uses of Favorite Program Type", (in) *Communication Research*, 9, 1982, pp: 352–379.

Barlas, M. "Vergi Affı ile Basın Özgürlüğü Geri mi Geldi", *Posta Gazetesi*, 17.11. 2010.

Barthes, R. *Mythologies*, Wintage Books, London, 1993.

_____*Çağdaş Söylenler*, çev: T. Yücel, Metis Yayınları, 1990.

Başaran, F. *İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme: Yayılmanın Ekonomi Politiği*, Ütopya, Yayınevi, 2010.

_____*Yeni İletişim Teknolojisinin Düzenlenmesi ve Yaygınlaştırılması, Türkiye'de ve Avrupa Birliği'nde İnternet ve Cep Telefonunun Yaygınlaşmasının Karşılaştırmalı Çözümlemesi*, yayımlanmamış doktora tezi, danışman: Prof. Dr. H. Geray, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, 2004.

Baudrillard, J. Simülakrlar ve Simülasyon, çev: O. Adanır, Doğu-Batı Yayınları, 2003.

Becker, Howard, S. *Outsiders*, Free Press, 1997

Bektaş, A. *Kamuoyu İletişim ve Demokrasi*, Bağlam Yayınları, 2000.

_____*Siyasal Propaganda*, Bağlam Yayınları, 2002.

Bell, D. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Basic Books, New York,1999.

Belsey, A. ve Chadwick, R. *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*, Ayrıntı Yayınları, 1998.

Benjamin, W. *The Work of Art In the Age of Its Technological Reprodicibility, and Other Writings On Media*, edt by Jennings, M. W, Livingstone, Eiland, H. and Others, Copyright by the President and Fellows of Harward College, Harward University Press, 2008.

_____*What Is Epic Theatre?* In Illumination, Fontana, Press, London, 1973, pp: 144-51.

Bennett, A. *Popular Music and Youth Culture*, MacMillian Press, 1999.

_____"Popular and Politics of Popular Culture", (in) Mercer, C., Wcollacott. J. (edt), *Popular Culture and Social Relations*, Open Univ. Press, 1986, pp: 22-49.

Berelson, B. "The State of Communication Research", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 23, 1959, pp: 1-6.

Berelson, B. And Lazarsfeld, P. McPhee *Voting*, The University of Chicago Press, 1954.

Berger, J. *Görme Biçimleri*, çev: Y. Salman, Metis Yayınları, 2010.

Best, S. ve Kellner, D. *Postmodern Teori*, çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, 2007.

Binark, M. ve Gencel Bek, M. *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, Kalkedon Yayınları, 2007.

Binark, M. (der) *Yeni Medya Çalışmaları*, Dipnot Yayınları, 2007.
Blumler, J. G. ve Katz, E. (edt), *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*, Sage Publication, London, 1974.
Bobbio, N ve Texier, J. *Gramsci ve Sivil Toplum*, Ankara: Savaş Yayınları, 1982
Boster, F. J., and Mongeau, P. "Fear-arousing Persuasive Messages". *Communication Yearbook*, 8, 1984, pp. 330-375.
Bottomore, T. ve Nisbet, R. *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi*, V Yayınları, 1990.
Bourdieu, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Routledge and Kegan Paul, London, 1984.
_____"Kamuoyu Yoktur", (içinde) H. Tufan (hzr) *Kamuoyu Kimin Oyu*, Kesit Yayıncılık, 1995, ss: 177-189.
_____*Karşı Ateşler*, çev: H. Yücel, YKY, 2006.
_____*Televizyon Üzerine*, çev: T. Ilgaz, YKY, Cogito Dizisi, 2000.
Bourse, M. Yücel, H. *İletişim Bilimlerinin Serüveni*, Ayrıntı Yayınları, Birinci Baskı, 2012.
Boyatzis, C., G. Mattillo and K. Nesbitt. "Effects of The Mighty Morphin Power Rangers on Children's Aggression with Peers" *Child Study Journal* no: 25, 1995, pp: 45-57.
Boyd-Barrett, "Cultural Dependency and the Mass Media" (in) M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran and J. Wollacott (edt) *Culture, Society and the Media*, Routledge, London, 1988, pp: 174-95.
Boyd-Barrett, and Newbold, C.. (edt), *Approaches to Media: A Reader*, Arnold, London, New York, 1995.
Broker, W. *Cultural Studies*, Teach Yourself Books,1998.
Burke, P. *Bilginin Toplumsal Tarihi*, çev: M. Tunçay, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2001.
Burke, Q. *Popular Culture in Early Modern Europe*, Harpertorchesbooks, Harper and Row Publishers, 1978.
Campbell, N., Davies, J. and McKay, G. (edt), *İssues in Americanisation and Culture*, Edinburgh University Press, 2004.
Cantril, H, H. Gaudet and H. Herzog; *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic.* Princeton University Press, 1940; rpt. by Harper & Row, 1966.
Caputo,J. D. "Postmetafizik Bir Rasyonaliteye Doğru", (içinde), H. Arslan (der) *İnsan Bilimlerine Prolegomena*, istanbul:Paradigma
Chaiken, S. "Communicator Physical Attractiveness and Persuasion", *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(8), 1979, pp. 1387-1397.
Chandler, D. Semiotics for Beginners. Jun. 2002.
http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem-gloss.html. A glossary of key terms, including note on Prague School.)
Chomsky, N. *Language and Thought*, Wakefield, RI: Moyer Bell, 1993.

Chomsky, N. *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*, çev: İ. Kaplan Minerva Yayınları, 1988.

Coleman, J. S. Katz, E. and Mentzel, H. *Medical İnnovation: Diffusion of a Medical Drug Among Doctors*. Indianapolis, MN: Bobbs-Merrill, 1966..

Cornoy, M. "Gramsci ve Devlet"çev M. Yetiş. *Praksis* (3), 2001, 252-278.

Crowley, D. ve Heyer, P. *İletişim Tarihi*, çev: B. Ersöz, Phoenix Yayınevi, 2010.

Curran, J. "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme" (içinde) S. İrvan (der) *Medya Kültür Siyaset*, Ark Yayınları, 1997, ss:139-199.

Çamurdan, E. *Çağdaş Tiyatro ve Dramaturgi*. İstanbul: MitosBoyut Yayınları, 1996.

Çelenk, S. (der) *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar*, DE Kİ Basım Yayıncılık, Ankara, 2008.

Dallmayr,F. R. 'Hermenutik ve Dökonstrüksiyon-Derrida Gadamer Diyaloğu', (içinde) H. Arslan (hzr) *Hermenutik ve Humaniter Disiplinler*, İstanbul:Paradigma Yayınları, 2002.

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. *Theories of Mass Communication* (4th ed.). New York, Longman, 1982.

Derrida,J. *Marx'ın Hayaletleri-Borç durumu, Yas çalışması ve Yeni Enternasyonal*, çev: A. Tümertekin, İstanbul:Ayrıntı Yayınları, 2001.

Derrida,J. *Marx ve Mahdumları*, çev: A. Tümertekin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004.

Derrida, J. *Positions*, trans: A. Bass, Chicago: University of Chicago Press, 1981.

Derrida, J. *Margins of Philosophy*, trans: A. Bass, Chicago: University of Chicago Press, 1982.

Desmoulins, N.; *Medya Ekonomisi*, çev: G. Üstün, İletişim Yayınları, 1995.

Dewey, J. *Experience and Nature*, New York, Dover Publications, 1958, (Original work published 1929).

_____*Türkiye Maarifi Hakkında Rapor* (1924), Milli Eğitim Şürası, 13-17 Kasım 1989.

Dominick, J. R. *The Dynamics of Mass Communication*. New York: McGraw-Hill, 1990.

Durkheim, E. *İntihar*, çev: Ö. Ozankaya, Türk Tarih Kurumu Yayını, Ankara,1986.

Eagleton, T. *Estetiğin İdeolojisi*, Doruk Yayınları, (yayın tarihi belirtilmemiş).

Eagleton, T. *İdeoloji*, çev. M. Özcan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1991

Easthope, A. ve McGowan, K.; (edts), *A Critical And Cultural Theory Reader*, Open University Press, 1992.

Easton, D. *A Framework for Political Analysis*, Englewood Cliffs: Prentice Hall,, New Jersey, 1965.

Edgar, A. ve Sedgwick, P. *Cultural Theory, The Key Thinkers*, Routledge, London and New York, 2002.

Edgar, A and Sedgwick,P. *Cultural Theory: the Key Concepts*, Routledge, 2007.

el-ARABi, S A. "Dil Öğreniminde Dilbilimsel Esaslar", çev: Gökhan S. İşkin, *www.dilbilimi.net/dil_egitimi_kaynaklari.htm*

Eldridge, J. "The Contribution of the Glassgow Media Group to the Study of Television and Print Journalism", *Journalism Studies*, Volume I, Routledge, 2000, pp:113-127.

Elkin, F.; *Çocuk ve Toplum*, çev: N. Güngör, Gündoğan Yayınları, 1995.

Engels, F. "Karl Marx'ın 'Ekonomi Politiğin Eleştirisi' ",(içinde) K. Marx, *Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı*, Ankara: Sol Yayınları, 1979, 29-41.

Enzensberger, H. M. *The Consciousness Industry*. New York: Seabury Press, 1974.

Erdoğan, İ. *Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim*, Erk Yayınları, 1999.

_____*İletişimi Anlamak*, Erk Yayınları, 2007.

Erdoğan, İ. Alemdar, K. *Öteki Kuram*, Yenilenmiş 3. Baskı, Erk Yayınları, 2010.

Erdoğan, İ. İşler, E. K. ve Durmuş, N. "Kitle İletişimde Pozitivist Ampirik Geleneğin Kuruluşu: Lazasfeld ve Yönetimsel Araştırmalar", *İletişim Dergisi*, Sayı: 21, 2005.

Esslin, M. *Dram Sanatının Alanı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1996.

Featherstone, S. *Postcolonial Cultures*, Edinburg University Press, 2005.

Fejes, F. "Critical Mass Communications Research and Media Effects: The Problem of the Disappearing Audience", *Media, Culture and Society*, 6(3), year: 1984, pp: 219-232.

Ferdinand, de S. *Genel Dilbilim Dersleri*, çev.: B. Vardar. İstanbul: Multilingual Yayınları, 1998.

Fisher, B. M. Strauss, A. L.; "Etkileşimcilik", (içinde) T. Bottomore ve R. Nisbet (der), *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi*, V Yayınları, 1990, ss. 470-508.

Fiske, J. *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev: S. İrvan, Ark Yayınları, 1996.

Fiske, J. *Popüler Kültürü Anlamak*, çev: S. İrvan, Ark Yayınları, 1991.

Forgacs, D. *Gramsci Kitabı*: Seçme Yazılar 1916-1935, çev: İ. Yıldız, Dipnot Yayınları, 2011.

Foucault, M. "Method" (in) John Storey (edt) *Cultural Theory and Popular Culture*, Second Edition, Longman, 1998, pp: 165-172.

Foucault, M. "On the Genealogy of Ethics: An Overview of the Work in Progress," *(in) Paul Rabinow (edt) Ethics, Subjectivity and Truth*. Volume 1 of *The Essential Works of Foucault*, 1954-1984,), trans: Robert Hurley et al. (New York: The New Press, 1997).

_____*Hapishanenin Doğuşu*, çev: M. A. Kılıçbay, İmge Kitabevi, 2006.

Fukuyama,F. 'Tarihin Sonu mu?' çev: Y. Kaplan, (içinde), Mustafa Aydın-Ertan Özensel (der), *Modernizmin Aydınlanma Vehmi*, Ankara:Vadi Yayınları, 2002, ss: 178-184.

Fowler, B. (edt), *Reading Bourdieu on Society and Culture*, Blackwell Publishers, The Sociological Review, 2000.

Gadamer,H.G. "Hermenutik ve Logosentrizm",(içinde) H. Arslan (çev-der), *Hermenutik ve Humaniter Disiplinler*, İstanbul:Paradigma Yayınları, 2002

Gans, H. J. *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*, çev: E. Onaran İncirlioğlu, YKY, İstanbul, 2004.

Garnham, N. "Kitle iletişiminin Ekonomi Politiğine Katkı", (içinde) Yaylagül, L, (der) *Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği*, Dalbaz Yayınları, 2006, ss:173-187.

_____"Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar:Uzlaşma mı Boşanma mı?" (içinde) S. Çelenk (der) *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar*, De Ki basım Yayın, 2009, ss:115-131.

Gates, B. *Dijital Sinir Sistemiyle Düşünce Hızında Çalışmak*, çev: Ali Cevat Akkoyunlu, Doğan Kitapçılık, 2000.

Gerbner, G. Cultural İndicators: The Third Voice, (In) G. Gerbner, L.P. Gross and W.H.Melody, (edts), *Communications Technology and Social Policy ;Understanding the New Cultural Revolution*, New York, John Wiley and Sons, 1973, pp: 555-573.

_____"Cultural indicators, the Analysis of Mass Mediated Public Messaga System" (in) Oliver Boyd-Barrett and Chris Newbold Arnold (edts) *Approaches to Media, A Reader*, London, New York, 1995. pp: 144-153.

Geray, H. *Yeni İletişim Teknolojileri*, Ankara, 1994.

_____ *Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişmekte Olan Ülkelere Girişinin Toplumsal Boyutları, Örnekolay: Türkiye'ye Sayısal İletişimin Girişi*, yayınlanmamış doktora tezi, danışman: Prof. Dr. O. Tokgöz, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, 1988.

Giddens, A. *Sosyoloji*, Ayraç Yayınevi, 2000.

Gibson,M. McHoul, A. "Interdisciplinarity", (in) Toby Miller (edt) *A Companion to Cultural Studies*, Blackwell, 2006, pp. 23-35.

Gitlin, T."Media Sociology: The dominant Paradigm", *Theory and Society*, 6, 1978, pp:205-253.

Glassgow Media Group. *Bad News*, London,Routledge and Kegan Paul, 1976.

_____More *Bad News*, London,Routledge and Kegan Paul, 1980.

_____ Really *Bad News*, London Writers and Readers, 1982.

_____*War and Peace News, Milton Keynes, Open University Press, 1985.*

Goffman, E. *The Presentation of Self In Everyday Life*, Harmondsworth, Penguin, 1990.

Golding, P. *The Mass Media*, Fifth impression, Longman, 1982.

Golding, P. ve Murdock, G. "Kültür İletişim ve Ekonomi Politik" (içinde) Süleyman İrvan (der) *Medya Kültür Siyaset*, Ark Yayınevi, 1997, ss:49-77.

Gramsci, A. *Felsefe ve Politika Sorunları*, çev: A. Cemgil, İstanbul: Payel, 1959.

Gramsci,A. *Hapishane Notları*, çev. A. Tokatlı, İstanbul: Gerçek Yayınları, 2003.

Gramsci, A. *Aydınlar ve Toplum*, çev: V. Günyol ve F. Edgü, İstanbul: Örnek Yayınları, 1983.

Güncü, E. "Post-yapısalcılık", Yom Sanat, 2005, ss.18-22s

Güngör, N. *Popüler Kültür ve İktidar*, Vadi Yayınları, 1999.

_____*Abdülcanbaz, Turhan Selçuk'tan İnsan Manzaraları*, Cumhuriyet Kitapları, 2008.
_____"Toplumsal Cehalet ve Medya", *Tehlikeli Cehalet*, (edt), Erdal Atabek, Cumhuriyet Kitapları, 2009. ss: 200-222.
_____*Cumhuriyet Döneminde İletişim, Kurumlar-Politikalar*, Siyasal Kitabevi, 2010.
Güngör, S. "Althusser'de İdeoolji Kavramı", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt 6, 2001, ss.221-231.
Gür,C. "Ferdinand De Saussure ve Yapısalcılık",*Yom Sanat*, 2005, ss: 9-13
Habermas, J. *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, çev: T. Bora, İletişim Yayınları, 2010.
Hall, S. Jacques M. (edt), *Yeni Zamanlar*, çev: A.Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, 1990.
_____"Encoding, Decoding", (in) M. G. Durham and D. M. Kellner (edts), *Media and Cultural Studies*, Blackwell, first pub. 2001. pp: 166-177.
_____"Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik". (içinde) Anthony D. King (edt), *Kültür, Küreselleşme, Dünya Sistemi*, çev: G. Seçkin, Ü. H. Yoldaş, Bilim ve Sanat Kitabevi,1998, ss: 39-61
Hamelink, C. *Trends In World Communication: On Disemempowerment and Self- empowerment*, Southbound, Penang, 1994.
Hardt, H. *Critical Communication Studies: Communication, History, and Theory in America*, London and New York: Routledge,1992.
_____"The Return Of The "Critical And The Challenge of Radical Dissent: Critical Theory, Cultural Studies, and American Mass Communication Research", (In) J. A. Anderson (edt), *Communication Yearbook, 12*, 1989, pp. 558-600, Newbury Park, CA: Sage.
Hebdige, D. *Altkültür, Tarzın Anlamı*, çev: S. Nişancı, Babil Yayınları, 2004.
Hegel, G.W.F. *The Philosophy of History*, trans: J. Sibree, New, York, Dover, 1956.
Heider, F. *The Psychology İnterpersonal Relations*; New York, Wiley, 1958.
Herman, E. S. Chomsky, N. *Rızanın İmalatı*, çev: E. Abadoğlu,Toplum Yayınları,2006.
Hobbs, R. "Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma" çev: M.Türkan Bağlı, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 2004, cilt 37, Sayı: 1, ss.122-140.
Hoggart, R. *The Uses of Literacy*, Pelican, London, 1958.
_____*Only Connect: On Culture and Communication*, Chatto and Windus, London, 1972.
_____*Mass Media In A Mass Society: Myth and Reality*, Continuum, London,2004.
Hovland, C. I. Janis, I. L. and Kelley, H. H.; *Communication and Persuasion*, New Haven: Yale University Press, 1953.
Hovland, C. I., Sherif, M. Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change, J. Abnorm. soc. Psychol., 1957.
_____*Social Judgment: Assimilation and Contrast Effects In Communication and Attitude Change*. New Haven: Yale University Press.

Hovland, C.I., Mandell, W., Campbell, E. H., Brock, T., Luchins, A. S., Cohen A. R., McGuire, W. J., Janis, I. L., Feirerabend, R. L., & Anderson, N.H.(eds.) *The Order of Presentation in Persuasion.* New Haven: Yale University Press, 1957.

Hovland, C.I. Lumsdaine. A.A. & Sheffield, E.D. *Experiments on Mass Communication.* Princeton: Princeton University Press, 1949.

Hovland, C.I., & Weiss, W. "The influence of Source Credibility on Communication Effectiveness". *Public Opinion Quarterly,* 15, 1951, pp: 635-650.

Huxley, D. *Nasty Tales, Critical Vision,* An Imprint of Headpress, 2001.

Hyppolite, J. *Genesis and Structure of Hegel's, Phenomenology of Spirit,* trans: S.Cherniak and J. Heckman. Evanston, Northwestern University Press, 1974.122

İmer, K. *Toplumsal Dilbilim: Dilbilim ve Dilbilgisi Konuşmaları* I, Ankara, 1980, s. 157-166.

İnal, A. *An analysis of Turkish Daily Press: Event Selection. Text Construction and News Production.* Basılmamış doktora tezi, ODTÜ. Ankara, 1992.

_____*Haberi Okumak,* Temuçin Yayınları, 1996.

_____"Roland Barthes: Bir Avant-Garde Yazarı" *İletişim Araştırmaları,* 2003, Sayı: 1(1), ss: 9-38.

İnal, K. *Medya Okuryazarlığı Elkitabı,* Ütopya Yayınları, 2009.

İnceoğlu, M. *Güdüleme Yöntemleri,* A.Ü. Basın Yayın Yüksekokulu Yayını, 1982.

Innis, H. A. *The Bias of Communication,* University of Toronto Press, Toronto, 1951.

Innis, H. A. *Empire and Communication,* Press Porcepic, Victoria, 1986.

İrvan, S. *Dış Politika ve Basın, Türk Basınında Dış Politika Haberlerinin Gündem Belirleme Yaklaşımı Açısından Çözümlenmesi,* yayınlanmamış doktora tezi, tez danışmanı: Prof. Dr. O. Tokgöz, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, 1997.

İskit, S. *Türkiye'de Matbuat Rejimleri,* İstanbul ülkü Matbaası, 1939.

Işkın, G. S. *Dil Öğreniminde Dilbilimsel Esaslar,* 1983.

Ivins, W. M. *Prints and Visual Communication,* MİT, Paperback Edition, 1969.

Jameson, F. "Küreselleşme ve Politik Strateji", *Birikim Dergisi,* Kasım 2000, ss: 39-50.

_____*Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Mantığı,* YKY, 1994.

Jowett, G.S. and O'Donnell V. *Propaganda and Persuasion.* Newbury Park: Palgrave, 1992.

Kağıtçıbaşı, Ç. *İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş,* Evrim Yayınevi, 1988.

Kant, İ. *Pratik Usun Eleştirisi,* çev: İ. Z. Eyüboğlu, 5. Basım, Say Yayınları, 1999.

Katz, E. "Communication Research Since Lazarsfeld", *Public Opinion Quarterly,* 51,1987, pp:525–545.

_____"İletişimde İki Aşamalı Akış", çev: N. Güngör, *İletişim Dergisi,* Sayı:1-2,1994. 231-249.

Katz, E. ve Lazarsfeld, P. *The Personal İnfluence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, İllinois, The Free Press, 1955.

Katz, E., & Foulkes, D. "On the Use of Mass Media as Escape: Clarification of a Concept", *Public Opinion Quarterly*, 26, 1962, pp: 377–388.

Kay, S. Žižek, S. *Eleştirel Bir Giriş*, çev:Z. Kuyumcu, Encore Yayınları:İstanbul, 2006.

Kaya, R. *İktidar Yumağı*, İmge Kitabevi, 2009.

Kaya, R. *Kitle İletişim Sistemleri*, Teori Yayınları, 1985

Keane, J. *Medya ve Demokrasi*, çev: H. Şahin Ayrıntı Yayınları, 1999.

Kellner, D. *Medya Gösterisi*, çev: Z. Paşalı, Açılım Kitap, 2010.

Keskin, Z. "Türkiye'de Haber İncelemelerinde van Dijk Yöntemi", (içinde) Ç. Dursun (der) *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Elips Yayınları, 2004, ss: 391-407.

Keyman, E. F. Sarıbay, A. Y. "Giriş: Küreselleşme, Siyaset ve Toplumsal Yaşam", (içinde) E. Fuat Keyman ve Yaşar Sarıbay (der) *Küreselleşme, Sivil Toplum ve İslam* Vadi Yayınları, 1998, ss: 9-13.

Kiesler, S. (edt). *Culture of the Internet. Mahwah*, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 1997.

Kıran, Z. *Dilbilim Akımları*. Ankara: Onur Yayınları, 1996.

Kırca, S. "Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Ulusaşırı Kimliklerin Yaratılması". *Doğu-Batı Dergisi* Mayıs, Haziran, Temmuz 2001, ss: 181-191.

King, A. *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi*, çev: Gülcan Seçkin, Ümit Hüsrev Yolsal, Bilim ve Sanat Yayınları,1998.

Klapper, J. "The Effects of Mass Communication", (içinde) Oliver Boyd-Barrett and Chris Newbold (edts) *Approaches to Media, A Reader*, Arnold, London,1995. pp:135-144.

Köker, E. *Politikanın İletişimi, İletişimin Politikası*, Vadi Yayınları, 1998.

Larrain, J. *İdeoloji ve Kültürel Kimlik*, çev. N. N. Domaniç, İstanbul: Sarmal Yayınları, 1995.

Larson, C.U. *Persuasion:Reception and Responsibility*. Belmont: Wadsworth, 1992.

Lasswell, H. D. *Propaganda Technique In World War I*, The M.I.T Press, 1971.

_____"Toplumda İletişimin Yapısı ve İşlevi", çev: N. Güngör, *İletişim Dergisi*, Sayı:4, 1997, ss: 35-49.

Lasswell, H. D. "The Structure and Function of Communication in Society". (In) L. Bryson (edt.), *The Communication of İdeas*. New York: Harper & Co, 1948, pp: 33-51.

Laughey, D. Key *Themes in Media Theory*, First Pub, Open University Press, 2007.

Laughey, D. *Medya Çalışmaları, Teoriler ve Yaklaşımlar*, çev: Ali Toprak, Kalkedon Yayınları, 2010.

Lazar, J. *İletişim Bilimi*, çev: C. Anık, Vadi Yayınları, 2001.

Lazarsfeld, P, Berelson, B, Gaudet, H. *The People's Choice,* (Second Edition.) New York: Columbia University Press, 1948.
Leavis, F. R. *Mass Civilization and Minority Culture,* Heffer, 1930.
Leavis, Q.D. *Fiction and the Reading Public,* Chatto and Windas,1932.
Le Bon, G. *Kitleler Psikolojisi,* Yağmur Yayınevi, 1974.
Leiman,M. "Saussure ve Bakhtin'in Gösterge Bilimsel Kavramları:Psikoterapik Söylemin Doğasını Anlamada Zıt Pozisyonlar",*Yom Sanat,* 2005, ss:14-17
Lerner, D. *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East,* Free Press of Glencoe, 1964.
Liebes, T, Katz, E. *The Export of Meaning: Cross Cultural Reading of Dallas,* New York, Oxford University Press, 1990.
Lévi-Strauss, C. *Yaban Düşünce,* çev.: T. Yücel.İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2002
Lévi-Strauss, C. *A World on the Wane,* trans: J. Russell, Criterion Books Press,N.Y. 1961.
Lévi-Strauss, C. *Mit ve Anlam,* çev: Ş. Süer, S. Erkanlı, Alan Yayınlar, İstanbul, 1986.
Lippmann, W. *Public Opinion,*The Free Press, New York, 1949.
Livingstone, S. *Making Sense of Television.* London: Pergamon, 1990.
Lowery, S. A. ve DeFleur M. L. *Milestones In Mass Communication Research,* Third edition, New York Longman, 1995.
Lull, J. *Medya, İletişim, Kültür,* çev: N. Güngör, Vadi Yayınları, 2001..
Lyotard, J. F. *Postmodern Durum,* çev: A. Çiğdem, Vadi Yayınları, 2000.
Lyon, D. *Elektronik Göz,* çev: D. Hatatoğlu, Sarmal Yayınevi, 1997
MacBride, S. *Many Voices One World,* Kogan Page, London Unipath, New York,UNECSO, Paris, 1980.
Maigret, E. *Medya ve İletişim Sosyoloji,* çev. H. Yücel, İkinci Baskı, İletişim Yayınları, 2012.
Marcuse, H. *One Dimensional Man,* Second Edition, Beacon Press-Boston, 1991.
Marx, K. *Kapital, Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tahlili,* çev: A. Bilgi, Üçüncü Cilt, Sol Yayınları, 1986.
_____*Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı,* çev: S. Belli, Beşinci baskı, Sol Yayınları, 1980. *(Eriş Yayınları tarafından düzenlenmiştir)*
Marx, K. Engels, F. *Komünist Manifesto ve Komünizmin İlkeleri,* çev: M. Erdost, Sol Yayınları, 1998.
_____*The German İdeology, Prometheus Books,*1998.
Masterman, L. Mariet, F. *Media Education In 1990's Europe,* Council of Europe Press, 1994.
Mattelard, A. Mattelard, M. *İletişim Kuramları Tarihi,* çev: M. Zıllıoğlu, İletişim Yayınevi, 1998.
Mattelart, A. *Beyin İğfal Şebekesi,* çev: Işın Gürbüz, Ayrıntı Yayınları,1995.
_____*İletişimin Dünyasallaşması,* çev: Halime Yücel, İletişim Yayınları, 2001.

_____ *Multinational Corporations and the Control of Culture, The Ideological Apparatuses of Imperialism,* Harvester Pres-Sussex, Humanities Pres New Jersey, 1979.

McCauley, K. A. "Russian Formalism", 1997. http://www.press.jhu.edu/books/ Hopkins guide to literary theory/russian formalism.html. Detailed account and bibliography.)

McCombs, M. E. Shaw, D. L. "The Agenda-Setting Function of Mass Media", (in) Oliver Boyd-Barrett and Chris Newbold (edts) *Approaches to Media, A Reader,* First Published, Arnold, 1995, pp:153-164.

McGowan, K. And Easthope, A. *A Critical and Cultural Theory Reader*: second edition, University of Toronto Press, 2004,

McGuigan, J. *Cultural Populism,* Routledge, London and New York, First Published, 1992.

McLuhan, M.. *Gutemberg Galaksisi,* çev: G. Ç.Güven,YKY, 2001.

_____*Understanding Media, The Extensions of the Man,* London, MİT Press, 1964.

_____*Global Köy, 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler,* çev: B. Özal Düzgören, Scala Yayıncılık, 2001.

_____"İleti İletişim Aracının Kendisidir", (içinde) K. Alemdar, R. Kaya (der), *Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar,* Savaş Yayınları, 1983. ss: 85-108.

Mc Luhan, M. *Understanding the Media: The Extensions of Man.* New York: McGraw-Hill, 1964.

McRobbie, A. *Postmodernism and Popular Culture,* Routledge, London and New York,1998.

McQuail, D. "Kitle İletişim Araçlarının Etkileri", (içinde) K. Alemdar, R. Kaya (der), *Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar,* Savaş Yayınları, 1983. ss: 45-86.

_____Windahl, S. *İletişim Modelleri,* çev: Konca Yumlu, 2. Baskı, İmge Kitabevi, 2005.

McQuail, D. And Windahl, S. *Communication Models for the Study of Mass Communication.* London: Longman, 1993.

Mehmet Said Paşa, *Gazeteci Lisanı,* hazırlayan: E. Özarslan, G.Ü. İletişim Fakültesi, 2008.

Meyrowitz, J. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour,* Oxford University Press, New York, 1985.

Mills, C..W. *İktidar Seçkinleri,* çev: Ünsal Oskay, Bilgi Yayınevi, 1974.

Moran, B. *Edebiyat Kuramları ve Eleştiri.* İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

Morley, D. *Television, Audience and Cultural Studies,* Routledge, 1992.

_____*The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding.* London: BFI, 1980.

_____*"The Nationwide Audience" - A Critical Postscript, Screen Education* 39, 1981a, pp: 3-14 .

Morley, D. Brundson, C. *The Nationwide Television Studies,* Routledge, London, 1999.

_____K. *Kimlik Mekanları; Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar* çev: E. Zeybekoğlu, Ayrıntı Yayınları, 1995.

Morrison, D. "The Beginning of Modern Mass Communication Research", *European Journal of Sociology*, 19(1), 1978, pp:347-359.

Mosco, V. *The Political Economy of Communication*. London: SAGE. 2nd edition.2009.

Mosco, V. "İletişim Endüstrilerinde Emek, Eleştirel Toplumbilimsel Bir Bakış Açısı", (içinde) L. Yaylagül (der) *Kitle İletişimin Ekonomi Politiği*, Dalbaz Yayınları, 2006, ss:213-240.

_____"Radikal Toplum Kuramı ve İletişim Devrimi, " (içinde), R. Kaya, K. Alemdar (der) *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Savaş Yayınları, 1983.

Mowlana, H. "The Communication Paradox", *Bulletin of the Atomic Scientists* no: 51,year: 1995, pp: 40-46.

Murdock, G. & Golding, P. "Culture, Communications and Political Economy". (In) James Curran and Michael Gurevitch (edts.), *Mass Media and Society* (pp. 70-92). London: Arnold, 2000.

Mutlu, E. (edt) *Kitle İletişim Kuramları*, Ütopya Yayınları, 2005.

Noelle-Neumann, E. *Kamuoyu, Suskunluk Sarmalının Keşfi*, çev: Murat Özkök, Dost Kitabevi, 1982.

Nordenstreng, K, and Varis, T. "Television Traffic-A One-Way Street." (in) *UNESCO Reports and Papers on Mass Communication* No. 70, Paris: 1974.

Ormitson, G. Ve Schrift, A. D. *Hermenutiğe Giriş,Hermenutik ve Humaniter Disiplinler*, H. Arslan (çev-der), İstanbul:Paradigma Yayınları, 2002.

Oskay, Ü. *İletişimin ABC'si*, Der Yayınları, 2007.

_____*Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, Der Yayınları, 2000.

_____"Popüler Kültürün Toplumsal Ortamı ve İdeolojik İşlevleri Üzerine", (içinde) K. Alemdar, R. Kaya (der) *Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar*, , Savaş Yayınları, 1983, ss: 163-206.

Özer, Ö. *Yetiştirme Kuramı, Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi*, yayınlanmamış doktora tezi, danışman: Prof. Dr. O. Tokgöz, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, 2003.

Özkaya, T. Küçükkurt, M. Elbek, G. *Tarımsal Yayım ve İletişim*, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayını, 1991.

Özkök, E. *Kitlelerin Çözülüşü*, Tan Yayınları, 1985.

Öztürk, S. *Türkiye'de İletişim Düşüncesinin Kökenleri*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2008.

Piaget, J. *Yapısalcılık*, çev.:A. Ş. Okyayuz Yener.Ankara: Doruk Yayınları, 1999.

Postman, N. Powers, S. *Televizyon Haberlerini İzlemek*, çev: A. Tunç, Kavram Yayınları, 1992.

Propp V. *Masalın Biçimbilimi*, çev.: M. Rifat, S. Rifat.İstanbul: Om Yayınları, 2001.

Rıfat, M. *20. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları*, YKY, 2000.

Rıfat, M. *20. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları*, YKY, 4. Basım, 2008.

Rifat, M. *Göstergebilimcinin Kitabı*. İstanbul: Düzlem Yayıncılık, 1996.
Rızvanoğlu, E. *Bakhtin, Kristeva, Barthes*, (basılmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
Riesman, D. Gazer, N. Deney R. *The Lonely Crowd: A Study of Changing American Character*, Yale University Press, 1961.
Rigel, N. (der), *Kadife Karanlık*, Su Yayınları, 2003.
Robert, S. *Structuralism in Literature*, London: Yale University Press, 1974.
Robertson, R. *Küreselleşme, Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*, Bilim ve Sanat Yayınevi, 1999.
Robinson,D. *Nietzsche ve Postmodernizm*, çev: K. H.Ökten, İstanbul:Everst Yayınları, 2000.
Rogers, E. *Diffision of Innovation*, The Free Press, New York,1981.
Rogers, E. M. Chaffee, S. H. "The Past and the Future of Communication Study: Convergence or Divergence" *Journal of Communication*, 1993, Fall, Vol: 43(4), pp: 125-131.
Rogers, E.M. "New Product Adoption and Diffusion", *Journal of Consumer Research*, 2, 1976, pp: 290–301.
Rogers, E.M. A history of Communication Study: A Biographical Approach. New York: Free Press, 1994..
Rosengren, K. E. *Communication An Introduction*, Sage Publication, 2000.
Sardar, Z. Loon, B, V. *Cultural Studies*, Icon Books UK, Totem Boks US, 1988.
Sarti, I. "İletişim ve Kültürel Bağımlılık Yanlış Bir Kavram, (içinde) K. Alemdar, R. Kaya (der) *Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar*, Savaş Yayınları, 1983.
Sarup,M. *Postyapısalcılık ve Postmodernizm*, çev: A.Baki Güçlü, İstanbul:Ark Yayınları, 1995.
Schudson, M. "Media, Culture and Society, (SAGE, London Newbury Park and New Delhi) Vol. 11, 1999, 263 – 288'den alınmıştır.)
Schiller, D. *How to Think About İnformation*. Chicago: University of Illinois Press, 2007.
Schiller, D. *Digital Capitalism*. Cambridge, MA: MIT Press.1999.
Schiller, H. *Zihin Yönlendirenler*, çev: C. Cerit, Pınar Yayınları, 1993.
_____*Mass Communication and American Empire*, Second Edition, Westview Press, Oxford, 1992.
Schirato, T. Yell, S. *Communication and Culture*, Sage Publication, 2000.
Schramm, W. *The Beginnings of Communication Study In America: A Personal Memoir* (S. H. Chaffee & E. M. Rogers, (edt), Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.
_____"Communication Research In the United States", (In) W. Schramm (edt) *The Science of Human Communication*, , 1963, pp. 1-16. New York: Basic Books.
Searle, J. R. "Chomsky's Revolution in Linguistics", *The New York Review of Books*, June 29, 1972).

Serdar, Ali, "Marksist Kültür Çalışmaları ve ve Edebiyat Eleştirisi Çerçevesinde Bakhtin ve Çevresi", *Praksis* (4), 2001, ss: 218-241.

Shoemaker, P. Reese, S.; "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerinde Etkisi", (içinde) S. İrvan (der) *Medya Kültür Siyaset*, Ark Yayınevi,1997, ss: 99-137

Sim,S. *Derrida ve Tarihin Sonu*, çev: K. H.Ökten, İstanbul:Everest Yayınları, 2000.

Smythe, D. W. *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Norwood, NJ: Ablex Publishing, 1981a.

_____"Communications: Blindspot of Economics". (In) Melody, W.H., Salter, L. and Heyer, P. (edt). *Culture, Communication and Dependency: The Tradition of H.A. Innis*. Norwood, NJ: Ablex,1981b.

_____"Batı Marksizminin Kör Noktası" (içinde), L. Yaylagül (der) *Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği*, Dalbaz Yayınları, 2006, ss: 127-273.

Smythe, Dallas W. "The Consumer's Stake in Radio and Television". *The Quarterly of Film, Radio and Television* 6 (2), 1051, pp: 109-128.

Spencer, H. "Progess: Its Law and Causes", *The Westminster Review*, Vol 67, April 1857, pp 445-447.

Steger, Manfred B. *Küreselleşme*, çev: A. Ersoy. Dost Kitapevi, 2004.

Stevens, C. "The Uses of Literacy". *The Literary Encyclopedia*. First Published 12 July 2006, Open University.

Stevenson, N. *Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*, Ütopya Yayınları, 2008.

Storey, J. *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*, 2. edition, Prentice Hall and Harvester Wheatsheaf, 1997.

Swingewood, A. *Kitle Kültürü Efsanesi*, Bilim ve Sanat Yayınları, 1996.

_____*Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*, çev: O. Akınbay, Bilim ve Sanat Yayınları,1991.

Şakı-Aydın, O."Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:11, Bahar 2007, ss:119-131.

Şeker, M. *Televizyon Haberciliği*, Selçuk Üniversitesi Vakfı Yayınları, 1999.

Taşkıran, N. *Medya Okuryazarlığına Giriş*, İletişim Yayınları, 2000.

Tekinalp, Ş. Uzun, R. *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*, Beta Yayınları, 2009.

Thomas E. R. "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", *Mass Communication and Society*, 3(1), 2000, pp: 3-37.

Thompson, E. P. *İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu*, çev: Uygur Kocabaşoğlu, Birikim Yayınları, 2004.

_____*Avam ve Görenek*, Birikim Yayınları, çev: Uygur Kocabaşoğlu, Birikim Yayınları, 2006.

Thompson, J. B. *Studies in the Theory of Ideology* (Cambridge: Polity; Berkeley: University of California Press, 1984).

Thompson, J.B. Tradition and Self in a Mediated World', (in) Paul Heelas, Scott Lash and Paul Morris (edts.), *Detraditionalization: Critical Reflections on Authority and Identity* (Oxford: Basil Blackwell, 1996), pp. 89-108.

Timms, E. Collier, P. (edt) *Visions and Blueprints*, Manchester University Press, 1991.

Timur,T. "Türk Üniversitesinin Doğuşu. İstanbul Üniversitesi: Medreseden Darülfünuna", (içinde) N. Güngör (der) *Cumhuriyet'in İlk Yıllarından Günümüze Dil, Kültür, Eğitim*, Gazi Üniversitesi Hasan Ali Yücel Uygulama, Araştırma Merkezi Yayını, 2007.

Tocqueville, A. *Amerika'da Demokrasi*, çev: Dilber, F, Sezal, İ. Yetkin Yayınları, 1994.

Toffler, A. *Üçüncü Dalga*, çev: Selim Yeniçeri, Koridor Yayıncılık, 2008.

Tokgöz, O. *Seçimler, Siyasal Reklamlar*, Siyasal İletişim, İmge Kitabevi, 2010.

Tomlinson, J. *Kültürel Emperyalizm*, çev: E. Zeybekoğlu, Ayrıntı Yayınları,1999.

Trotsky, L. *Edebiyat ve Devrim*, çev: H. Portakal, Kabalcı, 1989.

Tutal, N. "Küreselleşme Söylemleri ve İletişimin Mitleştirilmesi". *İletişim Dergisi*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı:19, 2004, ss:?

Türkoğlu, N. Şimşek, M. C.; *Medya Okuryazarlığı*, Kalamus Yayınları, 2007.

Uçan, H. "Modernizm, Postmodernizm vee J. Derrida'nın Yapısökümcü Okuma ve Anlamlandırma Önerisi", *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature, and History of Turkish or Turkic*, Volume 4/8 Fall 2009, pp: 2283-2306

Uğur, A. *İletişim Alanında Gelişmeler, Yeni İletişim Teknolojilerinin Toplumsal ve Siyasal Etkileri*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi ve Siyaset Anabilim Dalı, 1986.

UNESCO Bildirgeleri, çev: Ruhdan Uzun, Ankara, 2010.

Uyanık, M. *Yeni Okulun Ders Vasıtalarından Gazete*, (ilk baskı, İstanbul Devlet Basımevi,1937), ikinci basım, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2007.

Ülkü, G."Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve Van Dijk Yöntemi", (içinde) Ç. Dursun (der) *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Elips Yayınları, 2004, ss: 371-399.

Van Dijk, T.A. *Text and Context*, Longman, London, 1977.

Vardar, B. *Dilbilimden Yaşama Yapısalcılık*, Multilingual Yabancıdil Yayınları, 2001.

Wallerstein, İ. *The Capitalist World-Economy*. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.

Wayne, M. *Marksizm ve Medya Araştırmaları*, Yordam Yayınları, 2006.

Wertham, F. *Secuction of the Innocent*, London, Museum Press, 1955.

Williams, R. *Marksizm ve Edebiyat*, çev: E. Tanın, Adam Yayınları, 1990.

_____*The Long Revolution*, Columbia University Press, 1963.

_____*Television, Technology and Cultural Form*, Routledge, London, 2003.

_____*Communications*, A Pelican Book, 1966.

Williamson, J. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning In Advertising*, Marion Boyars, London, 1978.
Willis, J. "The Age of Multimedia and Turbonews", *Futurist, no:* 29, 1995, pp: 18-23.
Yalman, A. E. *The Development of Modern Turkey as Measured by its Press* , the first print, New York, Ams Press, 1964.
Yarcı, S. "Pierre Bourdieu'da Sosyal Sermaye Kavramı", *Akademik İncelemeler-Dergisi* Cilt:6 Sayı:1 2011, ss: 125-135.

Yaylagül, L. (der) *Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği*, Dalbaz Yayınları, 2006.
_____*Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları, 2010.
Yıldırım, B. "Michel Foucault İle Bir İktidar Söyleşisi", *Mavi Defter*, Erişim Tarihi, 31 Aralık 2010.
Yumlu, K. *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*, İzmir, 1984.
Yücel, T. *Yapısalcılık*. İstanbul. YapıKredi Yayınları, 1999.
Yüksel, A. *Yapısalcılık ve Bir Uygulama*. Ankara: Gündoğan Yayınları, 1995.
Zıllıoğlu, M. *İletişim Nedir*, Cem Yayınevi, 2007.
Žižek, S. *İdeolojinin Yüce Nesnesi*, çev:.T. Birkan, Metis Yayınları: İstanbul, 2004
_____ *Gıdıklanan Özne*, Epos Yayınları: İstanbul , 2005.
_____ *Kırılgan Mutlak, Eacore Yayınları, İstanbul*, 2003.
_____ *Yamuk Bakmak*, Metis Yayınları, İstanbul, 2008.

Dizin

Abadan-Unat, 32, 33, 389
Adorno, 92, 135, 153, 154, 168, 285, 286, 389
Akerson, 203, 215, 389
Aktif izleyici, 123, 325
Alemdar, 45, 81, 98, 111, 116, 149, 150, 151, 156, 158, 162, 170, 171, 389, 390, 394, 400, 402
Alman İdeolojisi, 21, 207, 300
Alt kültür, 300, 301
Althusser, 27, 93, 132, 276, 299, 307, 309, 315, 316, 350, 353, 389, 396
Altun, 389
Amerikanlaşma, 151, 157, 183, 317
Anderson, 299, 390
Ansell-Pearson, 390
Aracılı etkileşim, 325
Arık, 390
Aristoteles, 19, 339, 390
Aron, 27, 390
Aşağı kültür, 290
Atabek, 97, 159, 160, 161, 390, 396
Avcıoğlu, 32
Axford, 372, 390
Aydınuraz, 150, 381
Aziz, 109, 390
Bacaksız, 366, 390
Bakhtin, 390
Banerjee, 390
Barlas, 391
Barthes, 234, 391, 397
Basın Yayın Yüksekokulu, 4, 389, 397
Başaran, 110, 194, 195, 391
Becker, 324, 335
Beden dili, 40
Bektaş, 345, 391
Bell, 159, 168, 391
Belsey, 391
Benjamin, 92, 169, 179, 180, 181, 182, 391
Bennett, 300, 391, 392
Berelson, 97, 100, 101, 107, 391, 399
Berger, 181, 182, 391

Berkes, 32
Bernays, 35, 353
Best, 391
Bilgi Gediği, 378
Bilgi toplumu, 150, 160
Bilinçli toplum, 150
Binark, 364, 368, 371, 380, 391, 392
Bindokuzyüz Seksendört, 168
Birmingham Üniversitesi, 279, 305
Blumler, 123, 392
Boran, 32
Bottomore, 392
Bourdieu, 141, 309, 310, 392, 394
Boyd-Barrett, 157, 392, 398
Broker, 392
Burke, 173, 392
Campbell, 316, 317, 392
Cantril, 34, 83, 84, 97, 392
Cenevre Zirvesi, 151
Chadwick, 391
Chaffee, 402
Chomsky, 132, 135, 140, 142, 393, 396
Collier, 404
Columbia Üniversitesi, 31, 99, 100
Comte, 21, 28
Cooley, 21, 29, 30, 34
Crowley, 338, 339, 393
Curran, 347, 392, 393
Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi, 279, 305, 307
Çelenk, 393, 395
Çokuluslu medya şirketleri, 357
Davies, 316, 317, 392
Deney, 402
Desmoulins, 393
Dewey, 21, 29, 30, 34, 322, 393
Durkheim, 21, 26, 27, 334, 393
Durmuş, 95, 394
Eagleton, 393
Easthope, 182, 283, 393
Easton, 338, 393
Edgar, 234, 284, 393
Eldridge, 394
Eleştirel ekonomi politik, 135, 137, 138, 166
Eliot, 24, 25, 183, 280, 283, 284
Elkin, 30, 47, 91, 323, 360, 394
Engels, 21, 205, 207, 300, 399
Erdoğan, 81, 95, 98, 111, 156, 158, 170, 171, 389, 394
Etiketleme, 334, 335
Etkileşimcilik, 324, 325, 336, 369, 394
Evliya Çelebi Seyahatnameleri, 20
Featherstone, 394
Fisher, 322, 323, 394
Fiske, 124, 131, 298, 360, 394
Fowler, 394
Frankfurt Okulu, 27, 31, 36, 92, 93, 132, 135, 138, 153, 168, 169, 174, 179, 184, 193, 195, 279, 282, 285, 286, 297, 298, 301, 379, 383
Freud, 21, 28
Gans, 283, 395
Garnham, 135, 308, 395
Gasset, 21, 25, 283
Gates, 160, 395
Gaudet, 83, 100, 101, 392, 399
Gazer, 402
gelişmeci yaklaşım, 339, 342
Gencel, 361, 364, 391

Geray, 195, 391, 395
Gerbner, 77, 110, 111, 112, 333, 395
Gibson, 360, 395
Giddens, 335, 336, 395
Glassgow Media Group, 394, 395
Goffman, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 333, 395
Golding, 27, 36, 93, 132, 135, 144, 306, 315, 395
Gramsci, 27, 132, 299, 307, 350, 374, 390
Gross, 111, 395
Gurevitch, 392
Güngör, 2, 4, 13, 363, 394, 395, 396, 397, 398, 399
Habermas, 346, 348, 396
Halk kültürü, 287, 288, 289
Hall, 27, 127, 128, 234, 305, 306, 307, 328, 393, 396, 403
Hamelink, 396
Hardt, 118, 396
Hebdige, 301, 307, 396
Herman, 132, 135, 140, 142, 396
Herzog, 83, 99, 392
Heyer, 338, 339, 393, 403
Hobbs, 358, 396
Hoggart, 28, 36, 169, 185, 186, 293, 294, 295, 297, 305, 360, 396
Hovland, 35, 86, 90, 97, 396
Hughes, 100
Huxley, 302, 397
Ivins, 397
İbni Haldun, 20
İletişimin ekonomi politiği, 21, 136, 137
İnal, 359, 364, 397
İnceoğlu, 397
İngiliz Kültürel Çalışmaları, 24, 279
İnnis, 169, 170, 171, 172, 174, 397
İrvan, 393, 394, 397
İskit, 32, 397
İstanbul Gazeteciler Cemiyeti, 33
İşler, 95, 394
Jacques, 345, 396
Jakobson, 78
Jameson, 397
Janis, 396
K. İnal, 390
Kağıtçıbaşı, 90, 397
Kaşgarlı Mahmut, 20
Katib Çelebi, 20
Katz, 95, 104, 105, 106, 116, 121, 123, 129, 392, 397, 398, 399
Kay, 313, 398
Kaya, 116, 162, 163, 339, 340, 341, 342, 389, 398, 400, 401, 402
Keane, 398
Kelley, 396
Kellner, 44, 391, 398
Keskin, 398
Keyman, 398
Kıray, 32
Kırca, 398
King, 398
Kişisel Etki, 105, 106, 121
Klapper, 116, 117, 118, 121, 398
Klasik ekonomi politik, 138, 139
Köker, 339, 398
Küçükkurt, 109, 401
Küçükömer, 32

Kültürel Çalışmaları, 304, 305, 308
Lacan, 312
Lasswell, 34, 35, 77, 79, 81, 82, 117, 145, 346, 351, 353, 398
Laughey, 82, 89, 123, 171, 177, 181, 183, 184, 185, 188, 189, 276, 325, 329, 398
Lazar, 398
Lazarsfeld, 35, 97, 99, 100, 101, 105, 107, 116, 118, 121, 391, 397, 398, 399
Le Bon, 21, 25, 399
Leavis, 21, 25, 169, 182, 183, 184, 185, 186, 280, 283, 284, 294, 296, 357, 360, 399
Ledbetter, 35
Lewin, 90, 91
Liberal yaklaşım, 340
Liebes, 129, 399
Lippman, 35, 79, 341
Loon, 308, 309, 311, 402
Lowery, 34, 399
Lull, 399
Lyon, 168, 195, 399
Lyotard, 308, 309, 399
MacBride, 149, 151, 342, 399
Marcuse, 92, 93, 131, 138, 195, 286, 301, 399
Marx, 21, 27, 28, 139, 154, 159, 205, 207, 300, 399
Masterman, 361, 399
Mattelard, 399
Mattelart, 145, 146, 147, 148, 152, 159, 195, 315, 316, 399
McCombs, 113, 114, 400
McGuigan, 400
McHoul, 360, 395
McKay, 316, 317, 392
McLuhan, 134, 159, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 182, 184, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 194, 195, 196, 197, 317, 329, 332, 400
McPhee, 107, 391
McQuail, 110, 115, 117, 123, 124, 127, 400
McRobbie, 400
Mead, 21, 29, 30, 322, 323, 324
Medya okuryazarlığı, 358, 359, 360, 361, 364, 366
Mehmed Said Paşa', 32
Melody, 395, 403
Merton, 99
Meyrowitz, 329, 330, 332, 400
Mill, 28
Mills, 105, 142, 400
Morley, 128, 306, 400
Mosco, 27, 135, 143, 159, 315, 401
Murdoch, 163, 315
Murdock, 135, 144, 306, 395
Mutlu, 361, 364, 368, 401
NBCUNİVERSAL, 163
Newbold, 392, 398
Nietzsche, 21, 22, 25, 283, 284
Nisbet, 392
Noelle-Neumann, 355, 401
Orwell, 168, 195, 385
Oskay, 299, 400, 401
Oy Verme, 106, 107
Özarslan, 32, 400

Özer, 112, 393, 401
Özkaya, 109, 401
Özkök, 20, 26, 30, 401
Park, 29, 322, 323, 324, 396, 402
Payne Vakfının, 83, 97
Pierce, 223, 224, 225
Platon, 20, 203
Popüler kültür, 185, 287, 298, 299, 306, 348, 377
Postman, 178, 401
Postmodernizm, 394, 397
Powers, 401
Radyo Araştırmaları Merkezi, 99
Reese, 307
Retorik, 19, 339, 390
Ricardo, 28
Riesman, 186, 402
Rigel, 170, 402
Robertson, 402
Rogers, 108, 109, 354, 402
Rosengren, 20, 29, 39, 49, 123, 124, 127, 402
Rousseau, 345
Sardar, 305, 308, 309, 311, 402
Sarıbay, 398
Sarti, 314, 315, 402
Saussure, 206, 207, 214, 215, 216
Savaş Bilgi Ofisi, 99
Savcı, 33
Schiller, 27, 93, 132, 157, 158, 195, 315, 402
Schirato, 402
Schramm, 89, 402
Schudson, 402
Sedgwick, 234, 284, 393
Shaw, 113, 114, 400
Sherif, 32, 90, 396
Shoemaker, 144, 307
Smith, 28
Smythe, 132, 141, 157, 195, 315, 403
Sosyalist yaklaşım, 342
Sözlü iletişim, 41, 42
Sözsüz İletişim, 40
Spencer, 21, 26, 28, 403
Steger, 403
Stevens, 403
Stevenson, 403
Storey, 283, 296, 297, 403
Stratejik Hizmetler Bürosu, 99
Strauss, 322, 323, 394
Swingewood, 23, 24, 25, 28, 184, 293, 295, 403
Şakı-Aydın, 403
Şeker, 403
Şimşek, 364, 404
Taşkıran, 403
Tekinalp, 403
The Wall Street Journal Television, 151
Thomas, 322, 323, 324
Thompson, 28, 36, 292, 293, 294, 297, 305, 307, 332, 333, 334, 403
Time Warner Company, 163
Timms, 404
Timur, 32, 404
Tocqueville, 23, 24, 404
Toffler, 159, 404
Tokgöz, 112, 195, 395, 397, 401, 404
Tomlinson, 316, 404
Topuz, 33

Toronto Okulu, 170
Tönnies, 21
Trotsky, 293, 294, 404
Türkoğlu, 364, 404
Uğur, 194, 404
UNESCO, 33, 148, 149, 150, 151, 317, 342, 364, 365, 378, 381, 389, 404
Uyanık, 31, 361, 362, 363, 366, 404
Uzun, 331, 403, 404
Ülgener, 32
Ülken, 32
Ülkü, 404
Van Dijk, 404
Volosinov, 205, 207, 208, 209
Wayne, 139, 404
Weber, 21, 28
Wells, 83
Wertham, 34, 88, 89, 91, 97, 404
WikiLeaks, 12, 196, 197, 385
Williams, 28, 36, 169, 170, 186, 187, 188, 203, 205, 206, 209, 293, 295, 296, 297, 298, 305, 307, 360, 404
Williamson, 276, 277, 405
Windahl, 110, 115, 117, 123, 400
Wohl, 330, 332, 333
Wollacott, 392
Yale Üniversitesi, 90
Yalman, 31, 405
Yaylagül, 158, 395, 403, 405
Yıldırım, 405
Yumlu, 53, 400, 405
Zıllıoğlu, 39, 399, 405
Zizek, 312, 385, 398, 405

2. BASKI

İletişim Tarihi

Teknoloji - Kültür - Toplum

David Crowley – Paul Heyer

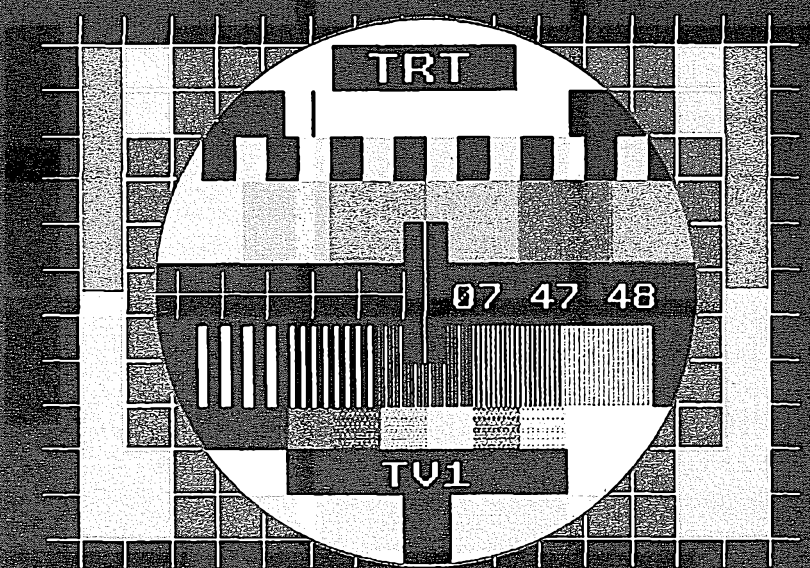
Çeviren: Berkay Ersöz



siyasal kitabevi

Cumhuriyet Döneminde İletişim

Kurumlar, Politikalar



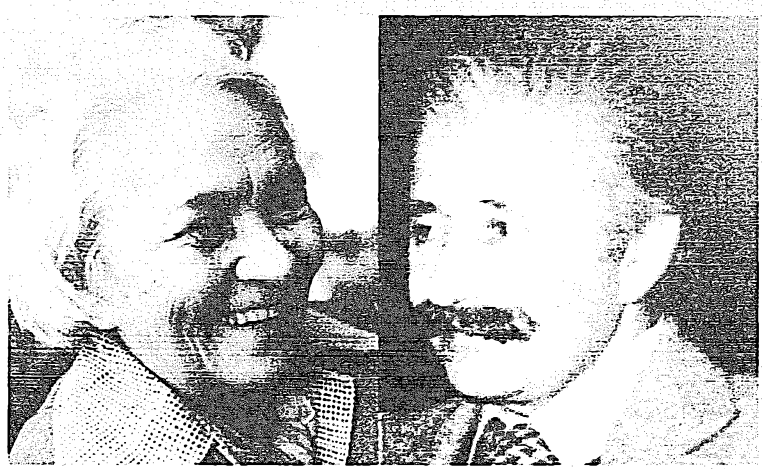
Derleyen: Nazife Güngör

siyasal kitabevi

Türkiye'de İletişim Sosyolojisinin Kaynakları

Boran ve Küçükömer'i Semptomal Okumak

Serdar Öztürk



siyasal kitabevi

iletişim
kuramlar • yaklaşımlar

Nazife GÜNGÖR

İletişimin öneminin fark edilmesinin tarihi çok eskilere gitse de bilimsel bir olgu olarak ele alınması 20. yüzyılın başlarına rastlar. Kitle iletişim araçlarının kitlesel nitelik kazanmaya başladığı 19. yüzyılın ortalarından itibaren sosyal bilimlerin çeşitli alanları içerisinde konuya yönelik ilgi göze çarpar. Ancak iletişim kavramının kuramsal ve yöntembilimsel bir bakışla ele alınması için I. Dünya Savaşı sonrasını beklemek gerekmiştir. Günümüzde yeni medya veya sosyal medya olarak adlandırılan alanların toplumların geleceğinin biçimlenmesinde önemli ölçüde etkili olduğunu görüyoruz.

19. yüzyılın ortalarından itibaren iletişim bilimine doğru ilk adımların da atıldığı görülmektedir. O ilk adımların atılmasından bu yana iletişim biliminin nasıl bir gelişme gösterdiği, hangi yöntembilimsel ve kuramsal süreçler izlenerek günümüze gelindiği, bu kitabın konusunu oluşturuyor. İletişim kuramları alanında bir temel başvuru kaynağı biçiminde hazırlanan bu kitap, aynı zamanda iletişim alanının makro bir değerlendirmesi olarak da kabul edilebilir.

İletişimin bilimsel bir disiplin haline gelmesi sürecinde kapıyı aralayanlar; iletişimin anlam, işlev ve türleri; kitle iletişim araçları merkeze konularak etki ölçümü üzerine yapılan araştırmalar, geliştirilen kuram ve yaklaşımlar; izleyicinin merkeze konduğu aktif izleyici yaklaşımları; kitle iletişim araçlarının içerisinde işlevselleştiği güç ilişkileri; iletişimin ekonomi politiği; ürünü merkeze koyan dil bilimsel, yapısalcı ve postyapısalcı yaklaşımlar; kitle iletişim araçları ve kültür özellikle de popüler kültür ilişkisi; kitle iletişim araçlarının içinde yer aldıkları genel sistemle bağıntıları; medya okuryazarlığı; yeni medya çalışmaları ve sosyal medya kitabın temel inceleme alanlarını oluşturuyor.

25334
ARC

9 786055 782559

siyasal

Siyasal Kitabevi
Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1 Kızılay-Ankara
Tel: 0 (312) 419 97 81 pbx Faks: 0 (312) 419 16 11
e-posta: info@siyasalkitap.com http://www.siyasalkitap.com