

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI VE KURAMLARI

PROF. DR. ŞERMIN TEKİNALP
RUHDAN UZUN



BETA



5. BASKI

Prof. Dr. Şermin TEKİNALP

Ruhdan UZUN

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI
ve
KURAMLARI

5. BASKI

BETA 

Yayın No: 3888

İletişim Dizisi: 150

İletişim Araştırmaları ve Kuramları

Prof. Dr. Şermin Tekinalp / Ruhdan Uzun

Beşinci Baskı: Ağustos 2019

ISBN: 978 - 605 - 333 - 312 - 8

Tasarım Uygulama: Veysel Coşkun

Kapak Tasarım: Veysel Coşkun

Baskı ve Cilt: Yazın Basın Yayın Matbaacılık Trz. Tic. Ltd. Şti.

(Sertifika No: 12028)

İkitelli Çevre Sanayi Sitesi 8. Blok No: 38-40-42-44

Başakşehir/İSTANBUL

0212 565 01 22 - 0212 565 02 55

© 2019 Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Tüm hakları saklıdır. Tamamının ya da herhangi bir bölümünün yayıncının yazılı izni olmadan çoğaltılması yasaktır.

Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Sertifika No: 16136

Narlıbahçe Sok. No: 11 Cağaloğlu-İstanbul

Tel: (0212) 511 54 32 - 519 01 77 Fax: (0212) 513 87 05 - 511 36 50

www.betayayincilik.com

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
--------------------	---

Birinci Bölüm TOPLUMBİLİM ve DİSİPLİNLER ARASI İLİŞKİLER

1.1. Toplumbilimin Temelini Atanlar	5
1.1.1. Ondokuzuncu ve Yirminci Yüzyılda Toplumbilim.....	10
1.2. Toplumbilimde Disiplinlerarasılık	14
1.2.1. Toplumbilim ve Sosyal Antropoloji	14
1.2.2. Toplumbilim, Psikoloji ve Sosyal Psikoloji	15
1.2.3. Toplumbilim ve Ekonomi.....	16
1.2.4. Toplumbilim ve Siyaset Bilimi	17
1.2.5. Toplumbilim, Tarih ve Felsefe	18
1.2.6. Toplumbilim ve İletişim.....	19

İkinci Bölüm İLETİŞİM BİLİMİNİN İDEOLOJİK TEMELLERİ

2.1. İletişim Biliminde Temel Yaklaşımlar	23
2.1.1. Pozitif Yaklaşım.....	26
2.1.2. Yorumsal Yaklaşım.....	30
2.1.3. Eleştirel Gerçekçi Yaklaşım.....	33

2.2.	Yaklaşım Siyasetleri ve Sorumluluklar	38
2.3.	Anaakım İletişim Araştırmaları ve İdeoloji: Tutucu Bakış	39
2.3.1.	Deneycilik	40
2.3.2.	Yapısal İşlevselcilik	42
2.3.3.	Davranışçılık ve Alışveriş(Takas)	46
2.3.4.	Simgesel Etkileşimcilik ve Kültür	47
2.3.5.	Rol Kuramı	49
2.3.6.	İdeolojilerin Sonu	50
2.4.	Değişimci İletişim Araştırmaları ve İdeoloji: Eleştirel Bakış	53
2.4.1.	Felsefi Kökenleri	53
2.4.2.	Diyalektik, Diyalektik Maddecilik ve Tarihsel Maddecilik	55
2.4.3.	İnsan, Toplum ve İdeoloji	58
2.4.4.	Emperyalizm	63

Üçüncü Bölüm

ANAAKIM İLETİŞİM KURAMLARINDA ÇİZGİSEL, SOSYO-PSİKOLOJİK ve TOPLUMSAL YAKLAŞIMLAR

3.1.	Çizgisel Yaklaşım	67
3.1.1.	Lasswell Modeli (1948)	67
3.1.2.	Enformasyon Kuramı ve Shannon-Weaver Modeli (1949)	69
3.2.	Sosyo-Psikolojik Yaklaşım	73
3.2.1.	Güdü ve Güdüleme	75
3.2.2.	Algı ve Algılama	76
3.2.3.	Tutum ve Tutum Değişikliği	77
3.2.4.	Tutumlar ve Bireyin Grup Bağları	82
3.2.5.	Şema Kuramı	83

3.2.6.	Schramm'ın Kitle İletişim Modeli.....	85
3.2.7.	Propaganda ve Kitle İletişimi	87
3.2.8.	Hovland'ın Ordu Araştırmaları: İki Yanlı Sunum ve Kaynak Güvenilirliği.....	90
3.2.9.	İletiyile İlgili Araştırmalar	93
3.2.10.	İki Aşamalı Enformasyon Akışı	94
3.2.11.	Çok Aşamalı Akış	95
3.2.12.	Kanaat Önderi, Eşik Bekçisi	96
3.3.	Toplumbilimsel Yaklaşım.....	97
3.3.1.	Riley ve Riley'in Sosyolojik Modeli (1959).....	99
3.3.2.	Bağımlılık Modeli.....	100
3.3.3.	Kullanışlar ve Bağımlılık Modeli.....	102
3.3.4.	Yeniliklerin Yayılımı	103
3.3.5.	Kültürel Göstergeler ve Ekim Modeli.....	105

Dördüncü Bölüm

ANAAKIM İLETİŞİM KURAMLARI

4.1.	Tutarlılık ve Uyum Kuramları.....	111
4.1.1.	Heider'in Denge Kuramı.....	111
4.1.2.	Newcomb'un ABX Nesnel Denge Kuramı (Bakışım Kuramı)	113
4.1.3.	Westley ve Maclean'ın Aracılanmış İletişim Araştırmaları Modeli	114
4.1.4.	Festinger ve Bilişsel Uyumsuzluk Kuramı	118
4.2.	Sihirli Mermi Kuramı.....	119
4.3.	Kullanışlar ve Doyumlar Kuramı	120
4.4.	Etkin İzleyici, Edilgen İzleyici Kuramları.....	124
4.5.	Gündem Oluşturma Kuramı	129
4.6.	Teknolojik Belirleyicilik Kuramı.....	133
4.7.	Suskunluk Sarmalı Kuramı	137
4.8.	Bilgi Açığı Kuramı	138

Beşinci Bölüm
DİLBİLİMSEL ve GÖSTERGEBİLİMSEL
YAKLAŞIMLAR

5.1. Dilbilimsel Çözümlemeler	144
5.2. Göstergibilimsel Çözümlemeler	145
5.3. Kültürel Çalışmalar	148
5.4. Yapısalcılık	150
5.5. Post Yapısalcılık	153
5.6. Baudrillard, Postmodernizm ve Hiper Gerçeklik (Üst Gerçeklik)	155
5.7. İletişimsel Eylem Kuramı	160

Altıncı Bölüm
SIYASAL EKONOMİK, KÜLTÜREL
YAKLAŞIM ve DEĞİŞİMCİ KURAMLAR

6.1. Siyasal Ekonomik Yaklaşım	167
6.2. Kültürel Yaklaşım	171
6.2.1. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi	171
6.2.2. Bilinç Endüstrisi	174
6.2.3. İngiliz Kültürel Okulu	174
6.3. Küreselleşme ve Enformasyon Ağları	175
6.4. Dengesiz İletişim ve Yeni Dünya Düzeni	180
6.5. Medya ve Propaganda Kuramı	183
6.6. Medya ve Kültür Emperyalizmi Kuramları	185
6.7. Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları	187
6.8. Bourdieu ve Hegemonya Kuramı	189
SONSÖZ	192
DİZİN	195
KAYNAKÇA	201

GİRİŞ

Bu kitapta, iletişim araştırma, kuram ve yaklaşımlarını gözden geçirerek inceleyeceğiz. Günümüzde, iletişim alanında pek çok kuram ve yaklaşım bulunmaktadır. İletişimin öneminin giderek arttığı bir dünyada, iletişim araştırma ve kuramlarını öğrenmek, iletişim konusunu ve sorununu anlamının ön koşuludur.

İletişim toplumu oluşturan temel bir öge olduğu, insan davranışlarının tümü iletişim süreci içinde olduğu için toplumbilimsel bir çalışma alanı olarak düşünülebilir. Bu nedenle de iletişim araştırmaları ve yaklaşımları toplumbilimsel araştırma ve yaklaşımlardan ayrı düşünülemez. Birçok iletişim kuram ve yaklaşımları belli toplumbilimsel kuramlara dayanır. Toplumbilimin araştırma kökenlerinin 19. yüzyılda atıldığı düşünülecek olursa, iletişim araştırmalarının da toplumbilimsel araştırmalarla aynı tarihte başladığı varsayılabilir. Oysa, iletişim bilimi insanlık tarihi kadar eskidir. Eski Yunan mitolojisinden tutun da büyük filozofların eserlerinde iletişim, bütün tartışmaların merkezini oluşturur. Çünkü iletişim insanın ve toplumun kendisidir. İletişim bilimi sadece bir çağın ya da belli bir uygarlığın tartışma konusu değildir. Ancak iletişim araştırmalarının önem kazanması ve yaygınlaşması, basın, radyo ve sinemanın, bir başka deyişle, kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı ve toplumu etkilemeye başladığı tarihtir. Öz bir deyişle, iletişim araştırmalarının kökeni toplumbilimsel araştırmalarda aransa da ayrı bir bilim dalı oluşturmaya potansi-

yelinin olduğu görülen kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı zamana rastlar.

İletişim bilimini sınırlamak ve bir çerçeve içinde incelemek son derece zor bir görevdir. Konunun genişliği nedeniyle biz yalnızca 20. yüzyılın iletişim araştırma ve yaklaşımlarını inceleyeceğiz. Bu incelemeyi yaparken temeli atan düşünce akımlarını da anlaşılır bir şekilde özetlemeye çalışacağız. 21 yüzyılda giderek karmaşıklaşan küresel dünyada iletişim biliminin boyutları da giderek karmaşık ve içinden çıkılmaz bir durum almıştır. 21. yüzyıl iletişim araştırmacılarının işi de bu nedenle artarak zorlaşmaktadır. Bu çalışmamızda olanaklar ölçüsünde geleneksel pozitif ve alternatif okulların çalışmalarını anlaşılır biçimde özetlemeye çalışırken en çağdaş araştırmalara da ışık tutmaya, iletişim alanına yeni giren öğrencilere iletişim bilimini daha bir anlaşılır kılmaya çalıştık.

İletişim kuramlarını, daha anlaşılır olmaları açısından ikiye ayırarak inceledik. Bunlar, anaakım iletişim çalışmaları ve eleştirel yaklaşımlardır. Anaakım iletişim çalışmaları (Mainstream Communication Studies) kavramı, toplumbilimsel, işlevselci, nicel ölçümler ve sınıanabilir varsayımlara öncelik veren bir paradigmanın yönlendirdiği iletişim çalışmalarını betimleyen şemsiye bir terimdir. Türkçe'de bu terimin yerine, farklı kaynaklarda "anadamar", "geleneksel", "klasik" ya da "tutucu" gibi terimler kullanılmaktadır. Yine bu yaklaşımların, "idealist", "burjuva", "kapitalist", "liberal-çoğulcu", "anayol", "pozitivist-ampirik" olarak adlandırıldığı da görülmektedir.

Eleştirel yaklaşım kavramı ise anayol iletişim çalışmaları dışında kalan ve bu çalışmalara alternatif oluşturan araştırma ve kuramlar için kullanılır. Diyalektik ve tarihsel maddeci yaklaşımların etkisi altındaki araştırmaları eleştirel yaklaşımlar başlığı ile inceleyeceğiz. Eleştirel yaklaşımlar, 'değişimci okul' olarak da adlandırılan ve temel ilhamını Marks'dan

alan; ancak yaklaşım ve çözümleme farklılıklarıyla geniş bir yelpaze oluşturan yaklaşımları kapsamaktadır.

20. Yüzyılda, iletişim araçlarındaki gelişmeler, kitle iletişim araçlarının büyümesi, propaganda, pazarlama ve reklam etkinliklerinin önem kazanması, hükümet, ordu ve endüstriyel kurumlar ile akademik araştırma çevreleri arasında yakın bir işbirliği ortamı yaratmıştır. Bu işbirliğinin sonucunda, iletişim araştırmalarında “etki” konusu egemen sorunsal haline gelmiştir. Akademi ile iletişim endüstrisinin yakın işbirliği, akademisyenleri endüstrinin istekleri doğrultusunda pragmatik (faydacı) amaçlara dayalı iletişim araştırmaları yapmaya yönlendirmiştir. Zamanla, endüstri çevrelerinin taleplerine yanıt verecek araştırmalar, kendileri endüstri içinde yer alan ticari uzman kuruluşlarca yürütülür hale gelmiş, akademik kuruluşlarla endüstri arasındaki ilişkiler zayıflamıştır. Bu durum, akademik kuruluşları, araştırmalar için gerekli kaynaktan büyük ölçüde yoksun bırakırken, diğer yandan araştırma sorularının endüstri tarafından dayatılması gibi, araştırmaların sonuçlarını etkileyen önemli bir bilim dışı engelden kurtarmıştır. Öte yandan geleneksel yapısalcı anlayışla yürütülen ana akım iletişim çalışmaları yanında eleştirel çalışmalar da artmış, iki çalışma alanı arasında bir diyalog kurulmuştur. İletişim, çeşitli disiplinlerin buluştuğu, zaman zaman kesiştiği bir entelektüel alan olmaktan çıkıp özerk bir disiplin olmaya yönelmiştir.

İletişim; psikoloji, sosyal psikoloji, toplumbilim, dilbilim, ekonomi, siyaset, felsefe ve tarih alanını da barındıran bir disiplindir. Dolayısıyla iletişim araştırmalarının alanı, herhangi bir toplumsal alanla (hükümet, eğitim, vb.), disiplinle ya da bir disiplin içindeki özel uzmanlık alanlarıyla sınırlı değildir. Biz iletişim kuramlarını daha anlaşılır kılmak için konuya ideoloji, psikoloji, toplumbilim, siyasal ekonomi, uluslararası iletişim, dil ve anlam açısından yaklaşacağız.

Bu görevi üstlenirken, yapacağımız işin ne kadar zor olduğunun bilincindeydik. Alanın karmaşıklığı ve bu alanda çalışanların çok farklı algılanabilecek disiplinlerden oluşu, gerek anaakım gerekse eleştirel araştırmaların temel referans noktalarının birbiri içine girmiş çok geniş bir yelpaze içinde yer alması; iletişim araştırma, kuram ve yaklaşımlarını kesin sınırlar içine hapsedememizi engelliyordu. Ancak, asıl görevimiz alanın karmaşıklığını olanaklar ölçüsünde anlaşılır kılmak olduğu için bu tehlikeli işe girişmek zorundaydık. İletişim çalışmalarını özet dahi olsa, bir küçük kitabın içine sığdırmak kuşkusuz olanaksızdır. Ancak seçtiğimiz örneklerin ve yapılan açıklamaların bu alanda çalışma yapacak kişileri daha ileri okumalara yönlendireceğini düşünüyoruz.

TOPLUMBİLİM ve DİSİPLİNLER ARASI İLİŞKİLER

İletişimin, tek başına kendi kuramlarıyla ayakta duran ayrı bir bilim olup olmadığı konusu toplumbilimciler arasında zaman zaman tartışma konusu olmuştur. İlk iletişim araştırmalarının Amerika'da toplumbilimciler tarafından yapılması, iletişim ve kitle iletişiminin toplumbiliminin bir araştırma konusu olduğu yolunda uzlaşım yaratmış; diğer taraftan örneğin, psikolog ve sosyal psikologların kişiler arası iletişim alanında tutum, ikna ve propaganda üzerine yaptıkları araştırmalar da iletişim sorunsalını psikoloji ve sosyal psikoloji alanına sokmuştur. İletişimi kendi başına kuramsal açıdan güçlü bir disiplin olarak görmeyen düşünürlerin başında İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'nun önemli bir temsilcisi olan Stuart Hall gelir. Hall'ün bu görüşlerine ve karşı görüşlere geçmeden önce, toplumbilim çerçevesinde iletişim ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiye göz atmamız gerekir.

1.1. Toplumbilimin Temelini Atanlar

Toplumbilim, en basit anlatımla insan toplumlarını araştıran bir araştırma dalıdır. Toplumun farklı kesimlerinin birbirleriyle bağıntılarını ortaya çıkarır; belirli olayların açıklamasını yapmanın ötesinde bu olayların ortaya çıkardığı anlamları genelleştirir. Toplumbilimciler toplumu incelerken sistematik,

bir başka anlatımla düzenlenmiş, dizgeli açıklamalar yaparlar. Örneğin, sağlık ve hastalık üzerinde çalışan bir toplumbilimci, farklı toplumsal sınıflar arasındaki hastalık oranlarına bakarak toplumsal yaşamla sağlık arasındaki ilişkiyi genelleştirir ve buradan gelecekte yapılması gerekenlerle ilgili sonuçlar çıkarır. Taylor'a göre (1999:2), bir toplumbilimci öncelikle toplumların nasıl oluştuğuyla ilgilenir. "Sosyolojiyi toplumbilimi yapan, toplumsal yaşamın doğal bir durum olarak görülmesi yerine çözümlenmesi gereken bir sorun olarak kabul edilmesidir". Giddens'a göre de (2000:3) toplumbilim, "bize doğal, kaçınılmaz, iyi ya da doğru diye gördüklerimizin böyle olmaya-bileceklerini ve yaşamımızın 'verilerinin' tarihsel ve toplumsal güçler tarafından büyük ölçüde belirlendiklerini öğretir."

Toplumbilim, binlerce yıldan bu yana insanların içinde yaşadıkları toplum ve diğer toplumlar üzerindeki gözlemlerine dayayan bir birikimin ürünüdür. "İnsanın eylemlerini, tutum ve davranışlarını, ilişkilerini, toplum ve grupların nasıl oluşup işlediklerini anlamak, açıklamak amacını güden çeşitli bilim dalları 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra gelişmeye başlamıştır" (Dönmezer 1994:1). Toplumbilim gruplar halinde yaşayan insanların vardıkları örgütlenme biçimlerini, etkinliklerini, etkileşimlerini inceler. Toplumbilimi diğer sosyal bilimlerden ayıran özellik Dönmezer'e göre (5); diğer sosyal bilimlerin hiçbirisi içeriğinden ayrı olarak tüm toplumsal sistemi oluşturan ilişkileri, etki ve tepkileri inceleme konusu yapmazken, toplumbilim kuramı, toplumsal ilişkinin kendisini, toplumu incelemektedir. Örneğin, Kültür Antropolojisi insanı, özellikle ilkel insanı, onun etkinliklerini, ürünlerini inceleyerek ele alır; insanların sanat, teknik, efsane ve batıl fikirleri ile sosyal kurumlarının içeriklerini çözümler. Ekonomi bilimi, insanı sermaye oluşturan ve topladığı sermaye ile tasarrufta bulunan bir varlık olarak inceler. Kısaca, bu bilimler, insan ilişkilerinin kendilerine uyan içerikleriyle ilgilenir. Bu bağlamda, iletişim bilimi de insanı iletişim kuran

ve etkilenen bir varlık olarak iletişim sistemleri ve bu sistemlerin ürünü olan iletişim araçları ile olan ilişkisi içinde inceler.

Toplumbiliminin isim babası Auguste Comte'dur; ancak toplumbiliminin bağımsız bir bilim dalı olmasını sağlayan kişi Emile Durkheim'dır. Kuşkusuz toplumbilim birden bire ortaya çıkmış değildir; bu konuda birçok filozof ve düşünürün tarihi süreç içinde geliştirilen felsefeleri ve bunların birikimi söz konusudur (Dönmezer, 1994:26-28). Örneğin Aristo, *Philia* (toplumsal dayanışma), *coionia* (özel gruplaşmalar), *politeia* (devlet, aynı zamanda tüm toplum), *nomos* (toplumsal normlar bütünü) kavramları ile toplumsal gerçeği ele almıştır. Platon, toplumsal olayları bilimsel yönden inceleme çabası içine girmiş, filozofların toplumu idare için en yetenekli kişiler olduğu iddiasıyla insanın değer ve idealleri konusunda a priori (önsel) görüşlerine dayanarak ideal bir site inşa etmiştir. Bu sitenin kurulması ile ilgili coğrafi ve demografik koşulları açıklarken, işbirliği, dayanışma ve bunların yarattığı ahlaki özelliklerden söz etmiştir. Platon'un sınıf ilişkileri, site idaresinin filozoflara terk edilmesi ile ilgili görüşleri Marks'ın görüşlerinin temelini oluşturan tarihi maddeciliğin ilk izlerini de taşımaktadır. Platon, aynı zamanda görüşleriyle tutucu ve baskıcı devlet yönetimi taraftarlarına da ilham kaynağı olmuştur. Toplumbiliminin özerk bir bilim dalı olması yolundaki kilometre taşlarını; baskıcı ve tutucu görüşleriyle Hobbes (1588-1679); demokratik ve liberal Spinoza (1632-1677); toplumun devletle aynı olduğunu savunan Leibniz (1646-1716); özgür rekabete dayalı kapitalizmi açıklayan Adam Smith (1723-1790); insanların sosyal ve fizik ortamını (iklim, toprak, kural, ilke, örf ve adet, din, vb.) kanun, örf ve adetlerle siyasal rejimin bağlantılarını inceleyen Montesquieu (1689-1755); toplumbilim tarihini, tinsel ve maddi üretim arasındaki ilişkileri, devletin ekonomik ilişkiler içinde gelecekte yok olması türünden toplumsal sınıflar sorununu konu alan Saint Simon (1760-1825) gibi düşünürlerin fikirleri oluşturur.

1839 yılında yayınladığı *Cours de Philosophie Positive* eserinde Auguste Comte (1789-1853) toplumbilim kelimesini ilk olarak kullanan kişidir. Comte'a göre toplumbilim pozitif felsefenin anahtarı ve insanın niteliğini araştıran gerçek bir bilimdir. Toplumbilimin bütün bilimlerin en önemlisi ve en karmaşığı olacak bir son bilim olacağını söyleyen Comte'a göre, toplumbilim insan davranışını anlamak, dolayısıyla da öngörmek ve denetlemek için bilimi kullanarak insanlığın refahına katkıda bulunmalıydı (Aktaran Giddens, 2000:8). Comte'un düşüncelerini şöyle özetleyebiliriz:

- İnsan tarihi düzenlidir.
- Toplumlar gelişmelerinde birbirini izleyen üç aşamadan geçerler. Bunlar; teolojik aşama (askeri), metafizik aşama (adli), bilimsel veya pozitif aşamadır (sınai).
- Teolojik aşamada ilkel insanlar deneyimlerine bağlı olarak yorum ve gözlemlerde bulunurlar, doğal olayları bireyselleştirir, toplumsallaştırır. Böylece dağlar, ırmaklar ve her türlü doğal varlıklar irade ve bilinç sahibi şeylere dönüştürülür.
- Metafizik aşama teolojik aşamadan çok farklı değildir. İnsanın yarattığı bireysel ilahlar ve ruhların yerini bu aşamada kuvvetlerin esası gibi (adli) soyutlamalar almıştır.
- Pozitif aşamada insan, doğa ve toplumun pozitif olarak (nesnel) gözlemini yapar, olaylar arasında akılcı ilişkiler kurar.
- İlkel dönemde (ilk aşama) askeri güçlerle toplumsal disiplin pekiştirilmiş; askeri liderler teolojik güçlere dayanarak disiplini sağlamışlardır. İkinci aşamada iç düzen, korku ve kuvvet yerine anayasa ve kanunlarla sağlanır; metafizik soyut kavrayış hakimdir. Üçüncü aşamada endüstriyel gelişme sağlanmıştır.

Comte'un bu görüşünün o günkü toplumsal olaylar içinde bir anlamı vardır; bugün için çok anlamlı görünmese de onun tarihsici görüşü, bir başka deyişle insan tarihinin bir düzen içinde geliştiği şeklindeki görüşü Herder, Hegel ve sosyalizm açısından Marks gibi bazı tarihsici gelişme kuramları ortaya atan Alman filozofları üzerinde etkili olmuştur.

Özet olarak, Comte varolan sistemi korumak için daha çok istikrar ve düzen koşullarını aramıştır. Düzenin, istikrarın ve toplumsal dengenin önemine vurgu yapan görüşleri doğrultusunda III. Napolyon'un dikta rejimini desteklemiş, Osmanlı yöneticileri, Cizvitler, anaakım iletişim araştırmacıları dahil olmak üzere tutucu güç ve araştırmacılara yol göstermiştir (Alemdar ve Erdoğan, 1990:17).

Tarihsici görüşü ekonomik açıdan inceleyen Alman Karl Marks, toplumbiliminin ilk kurucularından biri olarak kabul edilir. Comte ve Durkheim gibi Sanayi Devrimi sırasında toplumda ortaya çıkan değişimleri açıklamaya çalışan Marks, toplumbilim tarihinde ilk kez bir ekonomi sosyolojisi geliştiren kişidir. Diyalektik felsefedeki neden-sonuç ilişkisi ve varlıkların zıtlıklarıyla tanımlanan bir görüşten hareketle Mark, burjuva sınıfı ve proletarya (emekçi) arasındaki sosyal zıtlığın çözümlemesini yapmıştır. Marks'a göre gelişen endüstri diğer sınıfları yok edecek ve proletarya endüstrinin tek sınıfı olarak ortaya çıkacaktır. Geçiş döneminde proletarya diktatörlüğü bir devrimle diğer sınıfları yok ederek oluşacak, daha sonra sınıfsız, paylaşımcı, katılımcı, devletsiz bir toplumsal düzen kurulacaktır. Böyle bir düzende herkes gereksinimine ve becerisine göre pay alacaktır. Marks'ın toplumsal kuramı; toplumun, üretim ilişkilerinin ortaya koyduğu koşullar içinde belirlendiği felsefesine dayanır. Üretim ilişkileri toplumun temelini oluşturur; bu temel üstüne toplumun siyasi, hukuki ve kültürel üst yapısı oturur.

Toplumbilimin temelini atan diğer bir düşünür Herbert Spencer (1820-1903), toplumu biyolojik bir organizmaya ben-

zetir ve toplumsal gelişimi de evrensel bir süreç olarak tanımlar. Spencer'e göre toplumsal örgütler hacimce büyürken, yapı olarak da büyür, farklılaşır, bölünür ve birleşirler.

1.1.1. Ondokuzuncu ve Yirminci Yüzyılda Toplumbilim

Temeli atan toplumbilimciler genellikle tarih felsefesi ile toplumbilimi birbirine karıştırmışlardır. Çağdaş toplumbilimciler giderek toplumsal olayları kendilerine özgü koşullar içinde sistemli olarak anlamaya çalışırken, daha alçak gönüllü ve sınırlı kuramlar ortaya koymuşlardır (Dönmezer, 1994:35). Alman Okulundan Emile Durkheim (1858-1917) ve Max Weber (1864-1920) çağdaş toplumbilim kuramının kurucuları olarak kabul edilir. Durkheim, toplumu ortak inançların, kuralların ve değerlerin oluşturduğu ideolojik bir birlik olarak tanımlar. Toplumsal yaşamda "ortak bilinç"in önemine dikkat çeken Durkheim, fiziki denetimin yerine ahlakî (psikolojik) denetimin yani toplumsal ortak bilincin yarattığı baskıyı koyar. Toplumu bir arada tutan şeyin paylaşılan değerler ve gelenekler olduğuna inanan Durkheim'ın toplumsal değişme çözümlemesi, işbölümünün gelişimine dayanır (Giddens, 2000:8). Durkheim'ın en ünlü çalışmalarından birisi, intiharın çözümlemesiyle ilgilidir. Durkheim *Le Suicide (İntihar)* adlı eserinde bireysel intihar olaylarının ve belirli bir dönemde meydana gelen intihar olaylarının toplumsal analizini yapar, sosyal etmenlerin ve gruba bağlılığın intihar olayları üzerindeki etkisini inceler.

20. Yüzyılın başında Alman okulunda iki akım ortaya çıkmıştır. Bu akımlarda Comte ve Spencer'in pozitif toplumbilim felsefesinin bir etkisi olmamıştır. Marks'ın etkisinde kalan makro toplumbilim, tarihi-toplumbilimsel bir geleneği; mikro toplumbilim ise dar, toplumsal örgütlenme ve bu örgütler içindeki ilişkileri inceleyen bir geleneği başlatmıştır. Makro

toplumbilimin en önemli temsilcisi Max Weber'dir. Weber, çağdaş Batı kapitalizminin kökenlerini incelemiş ve toplumbilim literatürüne "ideal tip" kavramını kazandırmıştır. Ahenkli bir gerçeğin oluşturduğu ideal tip, örneğin modern toplumlarda bürokrasi olabilmektedir. Bu bağlamda Weber kapitalizmin oluşmasında tarihi "ideal tip"leri incelemiş; kapitalizmin etmenlerinden biri olarak Protestanlığı görmüştür. Kalvinizm öğretisindeki tutumluluk, sermaye birikimine; özgürlük ise hesaplı ve özgür girişime yol açmıştır. Weber, toplumsal hareketlerin temeli olarak ussal amaçsallığı almakta, ussal olmayan hareketleri ise "ideal tipten sapma" olarak değerlendirmektedir (Dönmezer, 1994:39).

19. Yüzyılın ikinci yarısında ve 20. yüzyılın başında İngiliz Amerikan akımı, görecelilik kuramının temsilcisi Darwinizmin etkisinde, deneysel toplumbilim çalışmalarına öncülük etmiştir. Toplumbilim, Amerika'da iki dünya savaşı arasında büyük bir gelişme göstermiştir. C. Cooley (1864-1929), Mead, 19. yüzyıl sonunda Parsons ve Merton 20. yüzyıla damgasını vurmuş ünlü Amerikan toplumbilimcileridir. Amerika'da sosyal antropoloji alanında büyük bir gelişme yaşanmıştır.

Hegel ve St. Simon, yazılarıyla önemli bir entelektüel etki yapmış; yalnız Marks ve Comte'un değil, çağdaş toplumbilimcilerin eserlerine de kaynak oluşturmuşlardır. Tarih felsefecileri toplumu "siyasal topluluk" ya da devletten ayrı bir kavram durumuna getirmişler, çeşitli toplumsal kurumları konu olarak ele almışlardır; devlet ve sivil toplum arasındaki farklılıkları vurgulamışlardır. 18. yüzyılda gelişen tarih felsefesi akımı; Montesquieu, Volter (Fransız), Herder (Alman), Ferguson, Millar, Robetson (İskoç) gibi aydınlanmacı entelektüellerin eserlerine kaynak oluşturmuş, bugünün toplumbilimcilerinin düşüncelerine kadar uzanan geniş bir yelpaze içinde bir düşünce akımının başlangıcı olmuştur. 18. yüzyıl tarih felsefecilerinin toplumbiliminin gelişmesi üzerinde çok

büyük bir etkisi vardır. Hepsinin ortak noktasını, insanoğlunun toplum üzerinde ilk defa bilimsel olarak düşünmeye başlaması olarak özetleyebiliriz. Bu bilimsel düşünme yöntemi, 19. yüzyılın ilk önemli toplumbilimcileri olan Comte, Marks ve Spencer üzerinde çok etkili olmuştur.

Toplumbilimin gelişmesine kapı açan entelektüel hareketin dışında ikinci önemli dayanak, toplumsal araştırma geleneğinin başlatılması olmuştur. Araştırma geleneğinin gelişmesinde birinci olarak; matematik, fizik gibi doğal bilimlerde uygulanan sayısal yöntemlerin toplumsal konuların incelenmesinde de kullanılabileceği, toplumsal olguların sınıflandırılıp ölçülebileceği konusundaki ortak anlayış önemli bir rol oynamıştır. İkinci olarak da sanayileşmiş ve kalkınmış ülkelerde görülen yoksulluk başta olmak üzere birçok soruna olan ilgi ve merak toplumbilim araştırmalarına ivme kazandırmıştır. Toplumbilim, insanın çevre ile ilgisini, daha doğrusu toplumun, ekosistemin (sosyal kültürel sistemin doğal çevre ile ilişkisinden doğan karmaşık sistem) üzerindeki etkisini (Güvenç, 1984:210), üretim, tüketim, nüfus dinamikleri gibi birçok toplumsal ve antropolojik konuları araştırma gereksinimiyle geliştirmiştir. Tarih felsefesi ve toplumsal araştırmalar 18. yüzyılın toplumsal koşulları ile örtüşmektedir; daha açık bir ifade ile, entelektüel hareketleri ve araştırma pratiklerini Avrupa'nın içinde bulunduğu çalkantılı toplumsal koşullar (İngiltere'deki sanayi devrimi ile Fransa'daki siyasi devrim) yaratmıştır diyebiliriz.

Tarihe ve toplumsal gelişmeye duyulan merak kadar, coğrafi keşiflerle başka toplumların kültür ve yaşam biçimlerinde fark edilen zıtlıklar, toplumbilim araştırmalarını daha ileri, ulus-ötesi boyutlara taşımıştır. Toplumbilimciler, gerek kendi alanlarında gerekse az gelişmiş uluslarda görülen yoksulluk, gelişememe gibi sorunlar karşısında özellikle duyarlı hale gelerek araştırmalarını bunların nedenleri üzerine yöneltmişlerdir. Elde edilen sonuçlar; genel olarak daha önceki inanışın

aksine, yoksulluğun ve az gelişmişliğin doğal bir sonuç olduğu şeklinde değil (böyle sonuç çıkaranlar da vardır), sömürü ve cehaletin sonucu olarak ortaya çıktığı gibi genel bir kuramsal çerçeve kazanmıştır.

Toplumbilimin gelişmesi üzerinde tutucu ve eleştirel romantiklerin önemli bir katkısının olduğu bilinmektedir. Topluluk, otorite, gelenek ve kutsallıklar; aydınlanma çağının önemli tartışma konularıdır. Aynı kavramlar, toplumbilim araştırmalarında da "idea"ları oluşturmuşlardır. Toplumbilimin temel uğraş alanı, çok genele indirgenğinde, toplumsal düzeni yeniden kurma çabasıdır: Gerek tutucu gerekse eleştirel düşünce akımları bu çabanın ürünleridir. 19. yüzyılın ikinci yarısında gelişen toplumbilimi, 20. yüzyılın ortalarında Amerikalı C. Wright Mills'in eserleri ile büyük bir atılım yapmıştır. Mills, Avrupa'dan Marks ve Weber başta olmak üzere, toplumbilimsel gelenekleri açıklamış, o günün toplumbilimlerdeki eğilimi ve yaklaşımları eleştirel süzgeçten geçirerek değerlendirmiş, çok daha yaratıcı atılımcı ve evrimsel, toplumsal ve siyasal konulara dikkat çekmiştir. Mills'in görüşleriyle toplumbilim bir canlanma göstermiştir. Sanayi toplumunun temel özellikleri, bilim ve teknolojinin hızlı gelişmesinin yarattığı toplumsal sonuçlar, toplumsal hareket ve devrimlerin kökenleri ve yarattığı sonuçlar, sanayileşme ve ekonomik gelişme süreçleri irdelenmeye başlanmıştır. Toplumbilimdeki bu yeni gelişme daha soruşturucu ve eleştirel bir yaklaşımı ortaya çıkarmıştır. Toplumsal olaylar sadece içinde bulunulan durumun yorumlanması veya sınıflanması şeklinde değil, tarihsel süreç içinde, diğer olay ve olgularla ilişkilendirilerek açıklanmaya başlamıştır. Güçlü olanın sağ kalışı ile özetlenebilecek ünlü Darwin kuramı, bugünkü statükocu düzenin temel taşını oluşturur. Bu görüşten büyük ölçüde esinlenen evrimci antropologlar, insanın bir tür maymundan nasıl sistematik bir biçimde 'homo sapiens'e dönüştüğünü ve bugünkü insanın nasıl oluştuğunu keşfetme-

ye çalıştılar (Alemdar ve Erdoğan, 1990:19). Bu düzenli ve sistematik değişim modelinin ilkel toplumlarda uygulanmasıyla sistematik gelişim sağlanacağını savunanlar, büyük ölçüde evrimci antropologların etkisi altında kalmışlardır.

Toplumbilimsel yaklaşımdaki gelişmeler, iletişim, siyasal bilim, ekonomi, sosyal antropoloji, psikoloji, tarih, felsefe gibi bilim konularının ayrışmasında ve zenginleşmesinde önemli rol oynamıştır.

Sosyal bilimlerin içinde önemli bir disiplin olarak gelişen toplumbilim, bugün topluma ve insana ait olan her şeyi açıklayabilecek bir bilim olma iddiasını terk etmiştir. Ancak, genel olarak değerlendirildiğinde toplumbilim, diğer toplumsal ve insansal konularla ilgilenen disiplinlerle ilişkisi olduğu iddiasını da hiçbir zaman terk etmemiştir. İletişim bilimi de bunların içindedir. Toplumbilimle en çok ilişkisi olan disiplinler; iletişim, sosyal antropoloji, psikoloji, sosyal psikoloji ve dilbilimdir. Ondan sonra sırayla ekonomi, siyasal bilim, tarih ve felsefe gelir. Bir bakıma toplumbilim bütün sosyal bilimleri kucaklayan ana bilim dalıdır.

1.2. Toplumbilimde Disiplinlerarasılık

1.2.1. Toplumbilim ve Sosyal Antropoloji

Toplumbilim ve sosyal antropoloji bugün birbirinden ayırt edilemeyecek duruma gelmişlerdir; ancak diğer bilim dallarında olduğu gibi, Batı araştırmalarında bu iki disiplinin kavramları, araştırma ve inceleme yöntemleri ile ilgi alanları arasında farklar vardır. Daha sonraları her iki disiplinindeki yöntemlerin hem toplumbilim araştırmalarında hem de sosyal antropolojide kullanılır olması iki disiplinin benzeşmesinde anlamlı bir rol oynamıştır. Batılı sosyal antropologların kendi toplumlarından çok farklı, yazılı kültürden yoksun ilkel toplumları inceleme gelenekleri, ilkel toplumdaki modernizm etkilerinin gündeme gelmesiyle değişmeye başlamıştır. Bu

değişimin araştırılması toplumbilimciler tarafından yapıldığı gibi sosyal antropologlar tarafından da yapılmaya başlayınca iki disiplin karşılaşmış ve benzeşmiştir. Özetle ifade etmek gerekirse, toplumsal büyüme, gelişme ve değişim sosyal antropologların da inceleme alanına girmiştir (Dönmezer, 1994:82).

Antropolojiyi tek başına sosyal kelimesi ile kullanmak yerine, sosyal kültürel antropoloji olarak tanımlayanlar (Güvenç, 1984:95), antropolojinin konusunu "tek kelimeyle" kültür olarak belirlerler. Böylece antropolojik çalışmalar, insanlığın biyolojik ve kültürel varlığının başladığı varsayılan 2-3 milyon yıl öncesine kadar iner.

1.2.2. Toplumbilim, Psikoloji ve Sosyal Psikoloji

Toplumbilim, psikoloji ve sosyal psikoloji arasındaki ilişki, çözümlenmesi zor bir konudur. Durkheim'a göre (Bottomore:63), toplumbilim ve psikoloji konuları arasında kesin bir ayırım vardır. Toplumbilim, bireysel aklın dışında sayılan toplumsal olguları konu almakta ve bunlar üzerinde etkide bulunmak istemekte; toplumsal olgular, psikolojik olgularla değil, diğer toplumsal olgularla açıklanmaktadır. Toplum, yığın olmuş bireylerden oluşan bir topluluk değildir; insanın biçimlendirdiği sistem, kendine özgü özellikleri olan tek tek insanlardan bağımsız ayrı bir sistemdir. Mills'e göre ise toplumdaki insanların, insanın doğasından kaynaklanan yasaların dışında bir özelliği yoktur. Daha açık bir anlatımla Mills, insanı toplumdaki diğerlerinden ayırt etmemekte, onun doğasını toplumsal olayların merkezine yerleştirmektedir. Bu görüşlerin dışında görüşler de ortaya atılmıştır. Freud, toplumsal hayatta bireyin rolünü ve biyolojik etmenleri vurgulamış; Erich Fromm, bireysel davranışların biçimlenmesinde toplumsal etkilere dikkat çekmiştir. Bugünkü toplumbilimsel ve psikolojik açıklamaların birbirini tamamladığı genellikle kabul edilmekteyse de uygulamada bir bağlantı kurulamamıştır.

Toplumbilimine daha yakın bir disiplin olan sosyal psikoloji toplumbilim ilişkisi de tartışmalıdır. Her psikolojik olgunun bir toplumsal çerçeve içinde oluşması sosyal-psikoloji ve psikoloji sınırlarını da belirsizleştirmektedir. Sosyal-psikologlar toplumbiliminden çok psikolojiye yakınlık duymakta; laboratuvar ve nicel araştırmalar yöntemiyle çalışmakta ve sorunun olduğu toplumsal ortamı görmezlikten gelmektedirler. Araştırmalar tarihi, sadece psikoloji ve toplumbilim tarafından yapılan savaş ve çatışma incelemeleriyle doludur. Örneğin, siyaset psikolojisi disiplini, siyasal yapı ve siyasal davranış gerçeklerini birlikte ele alması gerekirken birbirinden ayırdığı için henüz tam olgunlaşmamış bir alandır. Yeni yeni gelişmeye başlayan siyaset psikolojisi, sosyal psikolojinin bulgu ve görüşlerini alarak onu siyasete uygulamak için hem içsel (kişilik, bilgi, inanç yapıları) hem de dışsal (kamuoyu, kitle iletişim araçları, vb.) etkilerin incelenmesi gerektiğini ifade eder.

Sosyal psikoloji; bireyin dışı vuran edimlerini, bunların nedenlerini, içsel psikolojinin diğer insanlarla ilişkilerindeki etkisini araştırır. Farklı toplumlardaki tipleri tanımaya, onların kendi toplumlarındaki ilişkilerini anlamaya çalışır. Kısaca, sosyal psikolojinin ilgi alanı, bireysel özelliklerle toplumsal yapı arasındaki etkileşimdir. Bu nedenle, biyoloji ve toplumbilimle de iç içedir. "Bireysel rol", "grup aklı", "kamuoyu", "örgütlü grup davranışı" gibi sosyal psikolojinin araştırma konuları, giderek bireyi ve birey topluluklarını öne çıkaran istatistiksel ve deneysel araştırmacılığa yönelmiş ve toplumbilimle ilişkilerini zayıflatmıştır.

1.2.3. Toplumbilim ve Ekonomi

Toplumbilim ve ekonomi bilimi ilişkisi üzerine üç temel görüş bulunmaktadır. Birinci grup, ekonominin tamamen

bağımsız bir bilim olamayacağını savunur. Bu görüşü savunanlar, insanın ekonomik bir canlı olduğunu, üretim etmenlerinin rekabeti ve hareketliliği sağladığını iddia ederler. İkinci yaklaşım kapsamında, doğrudan ekonomi kuramının sorunlarını ele alan toplumbilimsel araştırmalar yapılmıştır. Örneğin, ücretlerle fiyatlar arasındaki ilişki incelenmiş; toplumbilimsel bir ücret kuramı geliştirilmek istenmiştir. Toplumbilimsel araştırmalar tarihinde buna benzer birçok araştırma vardır. Üçüncü kategoride sistemin genel yapısı, hem iktisatçı hem de toplumbilimci yaklaşımıyla ele alınmıştır. Karl Marks'ın *Capital*'inde, Max Weber'in kapitalizm üzerine yazılarında olduğu gibi Alman Okulu'ndan birçok düşünür, sistemi ekonomik açıdan değerlendiren toplumbilimsel araştırmalar yapmışlardır. Günümüzde ekonomi bilimi, ekonomiyi etkileyen toplumsal etmenler üzerinde daha fazla durmaya başlamıştır. Zaman zaman az gelişmiş ülkelerdeki ekonomik gelişme sorunlarıyla ilgili son çalışmalarda, iktisatçıların toplumbilimci gibi düşünmeye başladıkları görülmektedir.

1.2.4. Toplumbilim ve Siyaset Bilimi

Toplumbilimin, siyasal araştırmalar üzerindeki etkisi; siyasal sistemlerin biçimsel yanlarının toplumdan soyutlanarak değil, sosyal sistemin bir parçası olan siyasal davranış (oy kullanma, kamuoyu oluşturma, vb.) üzerinde durulması şeklinde ortaya çıkar. Marksist kuram, siyasal kurum ve davranışları da ekonomik sisteme bağlar. Siyaset sosyolojisinin gelişmesinde Marksist kuramın büyük etkisi olmuştur. Siyasal partiler, seçkinler, oy verme davranışı, bürokrasi ve siyasal ideolojiler üzerinde yapılan Avrupa Okulu araştırmalarında Marksist kuram büyük rol oynamıştır. Amerikan siyasal biliminde davranışçılığın gelişmesi üzerinde de toplumbilim çok etkili olmuştur. Amerikan Chicago Okulu'nun Marksist kuramdan etkilenmemesi sonucunda, tarihsel olma-

yan, dar ve kesin sınırlar içinde nicel ölçümlere dayalı siyasal davranış araştırmaları, toplumbilimsel araştırmalar olarak araştırma tarihi içindeki yerlerini almışlardır. Bugün siyaset bilimiyle siyaset sosyolojisi birbirinden ayrılamayacak kadar iç içe geçmiş durumdadır. Bu nedenle, dar ve belirlenmiş kalıplar içinde çalışan Amerikan davranışçı okulu çok eleştirilmiş, araştırmalar yavaş yavaş daha geniş tarihsel ve toplumsal perspektif içinde yapılmaya başlanmıştır.

1.2.5. Toplumbilim, Tarih ve Felsefe

Tarihçilerin ortaya koydukları veriler, toplumbilimcilerle konu oluşturmaktadır. Tarihçiler de toplumbilimcilerden yararlanmaktadır. Tarihçi; belli bir döneme kadar, sorunlarla karşılaştığında, felsefeden (tarih felsefesi) yararlanmıştır. Ancak bugün modern tarihçiler toplumbilimine yönelmiş durumdadır. Tarih felsefesi, kronoloji uzmanları, araştırmacılar ve tarihi hikayecilere kuramsal düşünce boyutu kazandırmıştır. Genel tarih felsefesi, tarihte değişik toplum tiplerinin bulunduğunu göstererek toplumsal sınıflandırmanın ilk örnekleriyle toplumbilimsel araştırmalara öncülük etmiştir. Tarih sosyolojisi (ya da sosyal tarih); ayrı ayrı, ancak birbiriyle bağıntıları olan devletlerin, sınıfların veya toplumsal grupların tarihini inceler. Son çalışmalarda toplumbilim, tarih ve birçok diğer sosyal bilim disiplini iç içe girmiş durumdadır; çünkü tarih de toplumbilim de toplumlarda yaşayan insanlar üzerinde durmakta, ancak soruna bazen ayrı görüş açısından bakmaktadır.

Toplumbilimin temelinde her şeyden önce felsefi bir tutku yatar. İnsanoğlunun tarihini araştırmak, toplumsal bunalmaları açıklamak, önerilerde bulunmak bu tutkunun sonucunda ortaya çıkmıştır. Bilim felsefesi, "toplumbilimde kullanılan yöntemlerin, kavramların ve savların incelenip değerlendirilmesiyle uğraşmaktadır" (Dönmezer, 1994:77). Bu nedenle,

doğal bilimlerden çok toplumbilim açısından önem taşımaktadır. Toplumbilim, insanın toplumsal davranışlarını konu eder; bu davranışlar ise kişinin ilgi alanı, tutum ve değer yargularıyla yönlendirilir. Toplumbilimcilerin olgulara ilişkin sorunlarla, değerlere ilişkin sorunları birbirinden ayırt edebilmeleri; aynı anda bu iki tip sorun arasındaki ilişkileri de görebilmeleri için sosyal felsefe alanında bilgi sahibi olmaları gerekir.

Buraya kadar anlatılanlar toplumbilimin tek başına her şeyi kapsayan bir bilim olmadığını açıkça ortaya koymaktadır. Bir toplumbilimci, dar alanları içinde uzmanlaşmış diğer sosyal bilimcilerin ele almaya yanaşmadıkları toplumsal olgulara ışık tutabilir. Örneğin, dini inançlarla ekonomik davranışlar arasındaki ilişkileri, toplumsal tabakalaşma, siyasal olgular, hukuk ve diğer denetim mekanizmaları arasındaki ilişkileri inceleyebilir ve bunun gibi birçok konuda araştırma yapabilir. Ancak, toplumbilimcinin kendi toplumbilim dalını seçmesi ve bu dalda uzmanlaşması gerekir. Toplumbilimcinin hukuk, din, ekonomi, siyaset vb. alanlardaki uzmanlığı arttıkça araştırmalarının gerçeği yansıtma derecesi de o denli artar. Sosyal bilimler giderek artan bir biçimde disiplinler arası işbirliğini gerekli kılmaktadır. Bu konuyu şöyle özetleyebiliriz: toplumbilimde her disiplin ayrı bir uzmanlaşma alanıdır; ancak alanında uzman kişi en başta bir toplumbilimcidir.

1.2.6. Toplumbilim ve İletişim

İletişimin güçlü kuramlarla tek başına kendi ayakları üzerinde duran bir bilim dalı olup olmadığı tartışması uzun yıllar yapılagelmiştir. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'nun en keskin temsilcisi Stuart Hall, 1989 yılında yazdığı *Ideology and Communication Theory* başlıklı makalesinde, iletişimi kendi başına ayakları üzerinde duran bir uzmanlık alanı olarak görmediğini ve iletişimin kuramsal ve görgül olarak özerkleştirilmesine karşı olduğunu açıkça ifade etmiştir.

Hall'a göre iletişim süreçleri, kurumları ve etkilerini; içine gömülü olduğu daha geniş toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel yapılardan ayırarak tanımlamak yanlıştır. İletişim geniş toplumsal kuram içinde bölgesel bir kuramdır. Ancak Hall, bu eleştirilerini kökleri Amerika'da olan Anaakım iletişim kuramlarını merkeze alarak yapmaktadır. Daha özlü bir anlatımla, pragmatik etki kuramları kültürün üretimini, dönüştürülmesini açıklayamamaktadır. Diğer taraftan, Hall, eleştirel kuramları da Anaakım kuramlardaki "içsel ve yöntembilimsel rafinelik ve tutarlılık"tan oldukça uzak olmakla eleştirmektedir (Hall 1997: 82-85).

Aslında Hall'ün yaptığı eleştiriler bütün disiplinler için geçerlidir. Hiçbir disiplin geniş toplumsal yapının ortaya koyduğu çalışma pratiklerinden özerk değildir. Toplumbilimsel disiplinlerin hepsi toplumbiliminin bölgesel çalışma alanlarıdır ve diğer disiplinlerle iç içe geçmişlerdir. Ancak, hiçbir disiplin iletişim kadar disiplinler arası ve bağımlı değildir. Giderek karmaşık bir durum alan kitle iletişiminin küresel etkilerinin ve anlam süreçlerinin boyutlarının gelişmesiyle iletişim, diğer bilim dallarına daha bağımlı hale gelmektedir. Bu nedenle iletişim araştırmacısının işi de giderek zorlaşmaktadır.

Günümüzde, iletişim ve çağdaş kitle iletişim araçları önemli bir araştırma konusu olmuştur. İletişim ve kitle iletişim araçları günlük yaşamımızın bir parçası olduğu gibi, dünyayı algılamamızda, yorum yapmamızda, başkalarını etkilememizde, özetle tüm yaşamımızda başarı ve başarısızlıklarımızda önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Dünya öyle bir evrim sürecine girmiştir ki, iletişimi anlamadan yaşam biçimimizi kavrayıp düzenlemek olanaksız hale gelmiştir. Bu durum iletişim ve medya araştırmacılarına çok önemli araştırma konuları sunduğu gibi, onları toplumbilim araştırmacıları içinde önemli bir konuma yükseltmiştir. Bu nedenle, başka disiplinlerden gelen araştırmacılar iletişim alanına el

atmış ve iletişimi kendine özgü bir disiplin olmaktan çıkarıp disiplinler arası bir bilim dalı haline sokmuştur.

Diğer taraftan iletişim büyük bir pazar olarak, hem üretimi hem de tüketimi artıran, dünya ekonomisine yön veren bir sektör haline gelmiştir. Böyle büyük bir sektör, reklamdan TV programına, belgeselden sinema filmine, karşılıklı konuşmadan ikna, propaganda, tutum ve davranış değişmesine, ekonomik, kültürel, yerel, psikolojik, antropolojik, tarihi ve felsefi açıdan araştırma konusu olmuş ve giderek değişik yaklaşımlar ve paradigmalara toplumbilimsel araştırmaların merkezine yerleşmiştir.

Giderek karmaşıklaşan dünyada, insanın çevresini algılamasının, kitle iletişim araçlarından anlam çıkarmasının, insan-araç etkileşimi ile ilgili şimdiye kadar bilinenlerden daha karmaşık bir süreç olduğu kavranmış; bu durum, iletişim bilimi araştırmacılarını kitle iletişimi ve kişiler arası iletişimle ortaya çıkan farklı zihin ve toplum haritalarının analizine götürmüştür.

Modernizmle farklılaşan toplumsal yaşamda, insan-toplum-kitle iletişim araçları ilişkisinin daha önce bilinenlerden çok daha karmaşık süreçleri içerdiği anlaşılmış ve iletişim bilimi, iletişim sürecinde ortaya çıkan farklı zihinsel ve toplumsal haritaların analizine girmiştir. İnsanların doğrudan deneyimleri ve kamusal iletişim sistemlerinin sunduğu ortak dünya görüşleri ve özneye göre biçimlenen duygu ve imaj kalıpları içinde öğütülen anlamlar ve kimlikler, iletişim araştırmalarında giderek anlaşılması daha zor bir hal almış ve bu durum her geçen yıl yeni görüşlerle daha da karmaşıklaşmıştır.

Bazılarına göre çağdaş yaşamın içine birçok perspektiften yerleşen medya iletişimi, iletişimi ayrı bir bilim dalı olarak ortaya çıkarmıştır. Ancak; günümüzde birbirinin içine geçen konular, disiplinleri de birbirinin içine geçen kaygan araştır-

ma dalları durumuna sokmuştur. Hangi konunun hangi disiplin içinde alınacağı düşüncesi biraz da araştırmacının uzmanlık alanı ile ilgili bir konudur. Örneğin, eğer uzmanlık alanınız sosyal-psikoloji ise iletişimi sosyo-psikolojik yaklaşımdan ele almanız gerekecektir. İletişimi, iletişim bilimi olarak ele alan araştırmacıların da araştırdıkları konunun kapsamına göre farklı disiplinlere girmeleri, o alanda inceleme yapmaları gerekecektir. Özlüce ifade etmek gerekirse; etkin bir iletişim araştırması, dağınık, rasgele, sınırlarının nerede olduğu belli olmayan bir çalışma değil, belli bir disiplinin veya disiplinlerin içinde yapılması gereken bir çalışma olarak değerlendirilmelidir.

İLETİŞİM BİLİMİNİN İDEOLOJİK TEMELLERİ

2.1. İletişim Biliminde Temel Yaklaşımlar

Bütün kuramların ideolojik temelleri vardır. Kuramların ideolojik temellere göre sınıflandırılması son derece zor olduğu gibi bir o kadar da yanılgıya sürükleyen tehlikeli bir çalışmadır. Ancak; iki büyük evrensel kuram olan ve içinde çok sayıda alt-kuramlar barındıran modernist (kapitalist) ve Marksist (komünist) kuram, farklı ideolojik temellere oturmasına karşın, insanlık için tek doğruyu işaret etmeleri bakımından bir noktada birleşirler. İnsanlığın kurtuluşunu aydınlanma ile kullanılan akıl ve aklın yarattığı modernizme bağlayan kapitalist kuramla, insanlığın kurtuluşunu sınıf bilincinin oluşmasına ve dünyanın emek verenler tarafından hakça paylaşılmasına bağlayan Marksist kuram, tek bir evrensel doğruyu işaret ederler. Bu kuramlara göre, kurtuluş tektir. Bu kuramların işaret ettiği kurtuluş reçetesinin beklenen sonuçları ortaya çıkmayınca parçalı gerçeklik, bir başka deyişle, tek bir evrensel doğru yerine her ortam, koşul, özneye göre doğruların var olacağını savunan post-modernist, post-yapısalcı gibi kuramlar ortaya atılmıştır. Neo-Marksist kuramlar da temel felsefe itibariyle Marksizm'i esas almalarına karşın, daha değişik yorumlarla Marksist kuramın altında geniş bir yelpaze oluştururlar. Hepsinin hedefi insanlığı mutluluğa ulaştırmaktır.

İdeolojik temellere göre yapılan saptamanın dışında, akıl ve bilime olan mutlak inancı savunan klasik ekonomi, Marksizm, Weberyen modernizm, neo-liberalizm gibi modern kuramları akılcı kuramlar; iradeyi akla üstün tutan Schopenhauer, iktidar için aklın araççıl olarak her biçimde kullanılabilceğini savunan Machiavelli gibi düşünürler de dahil olmak üzere araççıl akli eleştiren Frankfurt Okulu ve onun devamı eleştirel okulların ortaya attığı kuramları akıldışı kuramlar olarak sınıflayan görüşler de vardır (Larrain, 1995:17-85).

Akılcı düşünürler (modernistler), aklın karşıtlarına (metafizik, din) ideolojik bir savaş açtılar ve bu ideolojiyi akla olan kesin inanca dayandırarak geleneksel eskiye karşı bir silah olarak kullandılar. Burjuva toplumunun gelişmesi, kapitalizmin genişlemesi ile akıldışı uygulamalar ve çelişkiler “yanlış bilinç” olarak adlandırılan bir sürecin eleştirisini başlattı. Bu çarpık yapılanmanın, dünya gerçekliğinin kapitalistlerin yarattığı zengini daha zengin yapan ve geniş kitlerleri modernite içinde yoksullaştıran bir kapitalizm yanlış bilinci ile yoksullaşan proletaryanın (emekçi kesim) uyanışı ile düzeleceğini savunan Karl Marks, aklın taşıyıcılığını emekçilere yükleyerek akılcı kuramcılarının alternatif temsilciliğini üstlendi ve kurtuluşa yeni bir seçenek önerdi. Gerek aydınlanmacı modernist kuramlar gerekse Marksist modernizm kuramları Avrupa’ya geri, bilime kapalı ve tembel uluslara yol gösterici olma görevi yüklediler; farklılığı, kesintiliği ve göreliliği göreceliliği görmezden geldiler. Tek doğrunun kendi savundukları doğru olduğunu iddia ettiler. Diğer taraftan, farklılığa, özgürlüğe vurgu yapan, evrensel ve bütünsel bir tarih anlayışı yerine, kesintili bir tarih anlayışını dile getiren akıldışı kuramlar da ırkların ayrışmasını, ‘biz’ ve ‘öteki’ anlayışının pekişmesini kolaylaştırdıkları için tıpkı Avrupa’yı merkeze alan ve toplumların gelişmesi için tek doğruyu işaret eden akılcı kuramlar gibi ırkçılığa prim vermekle

suçlandılar. Bir başka anlatımla, toplumların gelişmelerini ya da gelişmemelerini, her türlü ıkkılığı, zevksizliği farklılık ve özgürlük olarak betimleyerek postmodernist bir yaklaşımla "öteki" nin itilmişliğini desteklediler onu öylece yalnız bırakıp, bir tür ırkçılık yaptılar. Özetle ifade etmek gerekirse, iletişim biliminin de içinde olduğu bütün bilim dallarında ortaya atılan kuramlar ideolojik temellere dayandırılarak eleştirilir. Bu eleştiriler, ideolojik sınıflandırmalar devam ettiği sürece de yapılacaktır. Bu kitapta iletişim bilimi araştırmalarında kapitalizmi ve onun oluşturduğu koşulların gereksinimlerine göre sonuçlar çıkaran çalışmaları 'tutucu', kapitalizmin ortaya çıkardığı sonuçları yorumlayan ve eleştiren çalışmaları da 'değişimci' olarak açıklayan (Alemdar ve Erdoğan, 1990) görüşlere de yer verilecektir.

Bu bölümde, birçok akademik disiplinin karşılaşma noktası olan iletişim araştırmalarının nasıl yapılması gerektiği anlatılacaktır. İktisatçılar, siyasal bilimciler ve toplumbilimciler, örneğin, iletişimi kurumsal bir sistem olarak ele alır ve onun ekonomik ve siyasal yaşamla ilişkilerini incelerler. Psikologlar, kitle iletişim araçlarının insanların düşünce yapıları ve kimlikleri üzerindeki etkisini incelerler. Tarih, edebiyat eleştirmenleri ve kültür antropologları ise kitle iletişim araçlarının kültürel sistem ve günlük yaşamdaki etkilerini incelerler. Bu kadar zengin bir karşılaşma, iletişimi kendi içine kapalı verimsiz bir disiplin olmaktan çıkarır; son derece renkli, devingen, ama bir o kadar da karmaşık ve içinden çıkılması zor bir alan haline getirir.

Bu bakımdan iletişim araştırmalarının etrafına bir daire çizip onu kendi içine kapalı bir disiplin durumuna sokma girişimleri, Hall gibi başka yazarlar tarafından da eleştirilmektedir (Deacon vd. 1999:3). Bu yazarlara göre, iletişim çalışması, iletişim sistemleriyle çağdaş yaşamın toplumsal ve kültürel kurumları arasındaki karmaşık ilişkileri çözümler.

mek için farklı geleneklerden gelen araştırmacıların buluşma arenası olmalıdır. Bu disiplinler arasılık, iletişim araştırmalarında kendine özgü yaklaşımlar ortaya koyar. Her araştırma yaklaşımının amaç, kapsam ve konusuna göre kendine özgü sınırlılıkları vardır. Bazen sonuca ulaşmak için birkaç yaklaşımın bir arada kullanılması gerekebilir. Bazı araştırmacılar belirli araştırma yaklaşımlarının araştırmacılar için uygun olduğunu düşünürken, diğerleri ortaya konan bu yaklaşımları benimsemeyebilir. İletişimi ve kitle iletişiminde belli başlı araştırma yaklaşımlarına kısaca göz atmamız, iletişim araştırmalarını daha iyi anlamamızı sağlayacaktır. İletişim ve kitle iletişim alanında şimdiye kadar yapılan araştırmaların tümüne genel olarak bakıldığında, üç temel yaklaşım kullanıldığı görülür. Bunlar; pozitif (bilimsel) yaklaşım, yorumsal yaklaşım, eleştirel gerçekçi yaklaşımlardır.

2.1.1. Pozitif Yaklaşım

Pozitif bilimler, ilk olarak 19. yüzyılın ortalarında toplum-bilimde deneysel, nesnel ölçütlerle yapılan ve matematiksel sonuçlar çıkaran araştırmacıların ortaya çıkmasıyla gelişmeye başlamıştır. Daha önceki dönemlerde bilim adamları öznel yorum, felsefi düşünce ve değerlendirme sonucu ortaya koydukları eserler ve bu eserlerdeki görece nesnellik (inanılabilirlik), gözlem ve felsefi analiz derinliği ile saygınlık kazanırlardı. Ancak giderek karmaşıklaşan toplum yaşamı, bilim adamlarını ve yönetenleri bu karmaşayı nesnel ölçütlere göre belirlemiş araştırmalarla anlamaya ve sorularını bu ölçütlerin ortaya koyduğu sonuçlara göre belirlemeye ve çözüm bulmaya yöneltti. Bu nedenle bilimsel çalışmaların temelinde toplumu ve insanı güvenilir nesnel ölçümlerle tanımak ve sorunlara bu ölçümlere dayanarak çare aramak gereksiniminin yattığını söyleyebiliriz.

Bilim (science) sözcüğü, Latince bilmek (scire) kökeninden türemiş bir kavramdır (Sencer 1999:1). Daha genel bir tanım yapacak olursak, bilim dizgeli bilgiler kümesi olarak tanımlanabilir. Ancak her dizgedeki bilgiler kümesini bilim olarak kabul etmek bizi önemli bir yanılgıya götürür. Örneğin, gözle görülmeyen, elle tutulmayan, doğaüstü ve deneyüstü teoloji (tanrıbilim) veya astroloji (yıldızbilim) gibi bilgiler kümesi gözlem dışı yollarla kafalarda oluşan bir düşünce kümesi oluşturur. Kısaca, olağanüstü, fiziküstü gibi kafalarda tasarlanan güçleri bilim; nesnel, bilimsel yöntem ve yaklaşımlarla araştırıp çözemez. Bilim; ancak, konusunu oluşturan olay ve nesnelere deneysel (ampirik) ve nesnel (objektif) yöntemlerle çözülebilir olması durumunda bir gerçekliği yansıtabilir. Gözlenebilen, herkese aynı düzeyde açık olan ve sonuçları aksi kanıtlanmadıkça herkes tarafından doğru kabul edilen çözümlenmiş veya çözümlenecek olay ve olgular bilimsel araştırma konularıdır. Bilimsel yöntemlerde özet olarak şu aşamalardan geçilir:

- Gözleme dayanarak olay ve nesnelere kavramak, tanımlamak ve sınıflandırmak (betimleme).
- Olay ve nesnelere arasında gözlem yoluyla nedensellik ilişkileri kurmak ve sınamak (açıklama).
- Gerçekleşmiş ilişkileri genelleme, kuram veya yasalarla dile getirmek ve bunlardan kalkarak olay ve nesnelere gelecekte alacağı biçimlere ilişkin tahminde bulunmak (sayıltı).

Bilimi felsefeden ayıran tek özellik, bilimin gelecekle ilgili çıkarımlarda bulunması, felsefenin ise çıkarımcı olmayan kurgusal bilgiler üretmesidir. Bu nedenle, bilim; temelini felsefi düşünceden alsa da insan ve toplum için pratik yararı vardır; insana yaşamını, içinde bulunduğu toplumu ve doğayı denetleme olanağı sağlar. Kurgusal bilgiler içinde başta gelen felsefe ise, "kurgusal bir yaklaşımla ilk ve son nedenleri, deneyüstü

düzenlilikleri ve aykırı amaçları araştırarak evreni ve insanı açıklama çabasıdır” (3). Platon’un *‘İdea’sı*, ortaçağın *‘tümeltikeller’* felsefesi, Kant’ın *‘kritik’i*, Bergson’un *‘sezgiciliği’* ya da Frankfurt Okulu’nun *‘sahte bilinç’* kurguları felsefi açıklamalardır; bu açıklamalardan yola çıkarak nesnel gerçeklerle ilgili pratik sonuçlar çıkarmak olanağı yoktur. Ancak bugün gelinen noktada bilimin nerede başlayıp felsefenin nerede bittiği tartışmalı bir konudur. Özellikle iletişim alanında değişimci okulun ortaya koyduğu kurgusal felsefi düşüncelerin bilimsel olup olmadığı çok tartışılmıştır.

Bilimler, iki genel kümede toparlanabilir: aksiyomatik bilimler, pozitif bilimler. Pozitif bilimin ne olduğunu anlamadan önce Matematik ve Mantık’tan oluşan aksiyomatik bilimlerin ne olduğunu bilmemizde yarar vardır. Aksiyomatik bilim, önceden doğru sayılan bilgilerden ya da ön sayılıtlardan yola çıkarak bilgi üretir. Örneğin, başlıca dalları aritmetik, cebir ve geometri olan matematikte kavramların gerçekliği, taş, su, gök cisimleri veya toplumsal olaylar gibi olayların gözle minden kalkarak soyutlamalar yapan, olaylar arasında ilişki kuran pozitif bilimler gibi yenilikler düzeyinde değil, yineleyici özelliğe sahiptir. Başka bir deyişle, matematiksel önermeler, yeni bir şey söylemeden aynı bilgiyi değişik biçimlerde yineler. Bu bakımdan matematikte bilgiler değişmez, sürekli yinelenerek gelişir. Aksiyomatik bilimler içinde önemli bir yeri olan mantık için de aynı durum söz konusudur. Matematikle arasındaki fark, matematikte sayılar ve şekillerin düzenlenmesi söz konusuysen; mantıkta sözcüklerin ya da dilsel önermelerin arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi söz konusudur. Daha başka bir deyişle, matematik sayı ve şekilleri; mantık ise dili ve dilsel tutarlılık koşullarını yönetir. Mantık da yinelemelere dayanır; ilk öncülde önceden söylenmiş bir durum yeniden yaratılır. Mantığın bu değişmez özelliği tümelden (genelden) tikel (özel) önermeye ulaştıran ‘kıyas’ta gizlidir. Çok bilinen bir örnekle bunu daha iyi anlatabiliriz:

Bütün insanlar ölümlüdür.

A da bir insandır.

A da ölümlüdür.

Görüldüğü gibi, bu çıkarımda ilk önermeden yola çıkarak yeni bir açıklama getirilmemekte, bilinen üstü kapalı olarak yinelenmektedir.

Pozitif bilimler ise yenilik yaratıcı disiplinlerin toplamından oluşur. Tümdengelim yöntemiyle bilgi üreten, daha doğrusu genel bilgilerin yeniden üretimini yapan aksiyomatik bilimlerin aksine, pozitif bilimler tümevarım yöntemiyle yeni bilgiler üretir. Bir başka ifadeyle, pozitif bilimlerde tikelden (özelden) tümele (genele) ulaşma sürecinde yeni bilgiler üretilmeye çalışılır. Olgular gözlenir, genelliklere ulaşılır ve bu genellemelerden çıkarımlarda bulunulur. Bu nedenle pozitif bilimler sınırlayıcı ve baskıcı değil; önu açık ve son derece demokratiktir. Her araştırmacı kendi özelinden yeni genellemelere gidebilir; bunun sınırı yoktur.

Pozitif bilimler kendi içinde iki ana sınıfa ayrılır: Doğa bilimleri veya fizik bilimler ile insanbilimleri veya toplumbilimler. Doğa bilimleri; astronomi, fizik, kimya, biyoloji gibi canlı ya da cansız maddeleri ve maddesel değişimleri inceler. İnsanbilimi veya toplumbilim ise, daha önce de anlatıldığı gibi, çağdaş tarih, ekonomi, hukuk, sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, iletişim gibi insanı, toplumu, doğasını ve ilişkilerini inceler. Doğa veya fizik bilimleriyle insan veya toplum bilimlerini ayıran temel fark; doğa bilimlerinin çıkarımlarının genelliklere dayanmasına karşın, insan bilimlerinde genelleme yapma olanağı yoktur. Çünkü insan ilişkileri kaygan, sürekli değişken bir zemine oturmuştur. Doğa bilimlerinde, bir anlamda, matematiksel bir kesinlik varsayılırken, insan bilimlerindeki çıkarımlarda sürekli kuşku bulunmaktadır. Ancak, bu ayrımı da fazla abartmamak gerekir; çünkü, bütün

pozitif bilimlerde özelden genele bir çıkarım yapılır; sonuca varırken bir mantık sıçraması yapılarak genellemelere gidilir. Belli bir evren içinde gözlenmiş sınırlı bir durum, araştırmanın amacına uygun olarak genel bir durum saptamasına kadar boyut değiştirebilir. Pozitif bilimlerin amacı gözlem yoluyla sınırlı bir evren içinde tüm evreni temsil edecek genellemelere ulaşmaktır.

Toplumbilimlerinde genelleme yapmanın zorluğu, araştırma evreninde birçok değişkenin bulunmasından kaynaklanır. Her değişken, olguları değişik biçimlerde etkiler. Örneğin, yaş, cinsiyet, gelir ve eğitim düzeyi ve daha birçok öge TV izleme alışkanlığını etkiler; bu nedenle toplumbilimlerinde araştırmalar doğa bilimlerine göre kaygan ve değişkendir.

İletişim teknolojisinin gelişmesi, radyo ve televizyonun insan ve toplum üzerindeki yadsınamaz etkisi, iletişim araştırmalarını giderek toplumbilimden ayırarak ayrı bir yere oturttu. İletişim araştırmalarında da tikelden tümele giden araştırmalar eleştiri konusu olmuştur. Örneğin, televizyondaki şiddet içeren programların çocuklardaki saldırganlık eğilimlerini artırdığı şeklindeki bir önermenin sınanması deneysel ve istatistiksel yöntemlerle yapılabilir. Deneysel planlama tam bir genelleme yapmak için yeterli olmadığı gibi, istatistiksel sonuçlara dayanarak yapılan genellemeler de tam inandırıcı olmamaktadır. Çünkü TV izleme ve çocuk saldırganlığı arasında birçok ana değişken çocuğun şiddet karşısındaki davranışlarını etkilemektedir. Bu nedenle birçok medya araştırması etki sorununu aşırı derecede basitleştirmekle ve izleyiciyi pasif bir alıcı olarak genellemekle eleştirilmektedir.

2.1.2. Yorumsal Yaklaşım

Pozitif araştırmacılar için sosyal gerçek, araştırmadan bağımsız olarak, keşfedilmek üzere beklemektedir.

Araştırmacının yapacağı şey olguları belirlemek, sıralamak, ilişkileri kurmak ve mantıklı açıklamalar yapmaktır. Yorumcu araştırmacı bu görüşü tamamen reddeder. Yorumculara göre, toplumsal ve kültürel yaşamın düzenleyici yapıları sürekli olarak yeniden üretilir ve günlük yaşamın çok büyük sayıda etkinlikleriyle değişime uğrarlar. İnsanların oluşturdukları, ifade ettikleri, toplumsal anlamlardan bağımsız bir toplumsal dünya yoktur. Bu duruma bazen yapısalcılık (constructivism) denir; çünkü toplumsal gerçeklerin rutin toplumsal etkinlikler ve bu etkinliklerin dayandığı kavramsal kategoriler yoluyla inşa ve yeniden inşa edildiği iddia edilir. Bu nedenle, bir araştırmanın özü yorumdur; bir başka deyişle, yorumcu, sürekli olarak anlamlar üzerinde tahminde bulunarak, tahminleri değerlendirerek ve en iyi tahminlerden sonuçlar çıkararak diğer insanların kendi dünyalarını kavrayış biçimlerini kavramaya çalışır (Deacon vd. 1999:7).

Bu tür yorumcu araştırmalarda, kaçınılmaz olarak, belli durumlarda değerlendirilmek üzere konuşma metinleri, fotoğraf ve video kayıtlardan tutun da gözleme dayalı notlara kadar çok sayıda nitel malzeme kullanılır. Burada amaç, insanların kendi dünyalarını kurdukları anlamlarla nasıl kuşatıldıklarının dökümünü yapmak ve diğer anlam sistemlerini tartışmaktır. Pozitif bilimci doğal bilimlerle uğraşırken, yorumcu araştırmacı insanbilimini konu eder ve toplumsal yaşamı, değişik anlam katmanlarının mikroskop altında okunması ve incelenmesi gereken bir metin olarak değerlendirir. Örneğin, budunbilim (etnografya) araştırmaları karşıtlıklar, gizemler, kuşku ve tutarsızlıklarla dolu bir metnin incelenmesi gibi bir şeydir. İletişim araştırmaları açısından bakıldığında, kültürel metinler (gazete haberleri, televizyon programları, filmler, reklam imaj ve malzemeleri), toplumsal anlam ve değer yaralarının oluşturan ve sürekli akan etkileşimli bir süreç içinden koparılıp alınmış ve dondurulmuş anlar olarak görülür. Alman araştırmacı Siegfried Kracauer'e göre (aktaran Deacon

vd.:8), bir metni incelemek üzere elimize aldığımızda metin, kendisini üreten amaç ve koşullarla titrer ve okuma biçimlerine gölge düşürür. Toplumsal ve kültürel metinlerin bir süreç içinde okunması gerektiğini ileri süren bu araştırmacı görüş, kültürel incelemeler geleneğinin temelini oluşturur.

Yorumcu araştırmacılar, insanların düşünce ve etkinliklerini sayılara dökmenin, sadece iyi bir araştırmanın aydınlatılabileceği toplumsal ve kültürel yaşamın karmaşıklığını ve yaratıcılığını basite indirgemek olacağını savunurlar. Pozitif araştırmacıların yaptıkları çalışmalar dikkatle incelendiğinde, araştırmalardaki tartışmaların, bir eylemin kaç kişi ve ne kadar sıklıkla yapıldığı konusundaki malzemeler üzerine kurdukları da görülür. Örneğin, bir televizyon belgeselindeki terör mesajlarını inceleyen bir araştırmacı, ister istemez sayısal döküm yapacaktır. İzleyicilerin bu mesajlara tepkisini ölçmek için de bu sayısal veriler gerekecek ve araştırma boyunca bu sayılara başvurmak zorunluluğu doğacaktır. Ancak; etki araştırmalarında hep belirli bir durumun belirli insanlar üzerindeki etkisi araştırılır. Araştırmada bu durumun toplumda ne kadar sıklıkla olduğu, farklı insanların bu durumda nasıl tepki verecekleri ya da aynı insanların farklı konumlarda nasıl tepki vereceği ile ilgili nitel ve nicel bilgi verilmez. Sadece, belli insanlarla belli bir durum saptaması yapılır. Kim, ne, ne zaman ve nasıl dedi hesapları belli bir durumun açıklığa kavuşmasını sağlayabilir, yeni inceleme ve araştırma yönelimlerine kapı açan paradigmlar ortaya koyabilir.

Daha sonra yapılacak araştırmalar için ortaya konan paradigma, yaklaşım ve sayısal veriler, araştırmaların niçin sayısal malzemeye dayandırılması gerektiğini açıklar. Her araştırma hem kendi içindeki hem de daha önce yapılmış araştırmalardaki sayısal verilere dayanır. Ortaya konan potansiyel ise, olayları daha geniş bir evren içinde yorumlamaya zemin hazırlar. Örneğin, toplumsal koşullarla, kültürel

tüketim ilişkilerini sayısal olarak inceleyen bir araştırmada kadının belli bir ürün için talep yarattığı ve bir pazar oluşturduğu gerçeği ortaya çıkabilir. O ürünün pazar kaynağını erkeklerin oluşturduğuna dair daha önceki kanı bu araştırma ile değişebilir ve bu araştırma bulguları ürünün erkek ve kadın yaşamı üzerindeki etkisiyle ilgili yeni anlamlar katılarak yorumcu araştırmaları kısırtabilir.

Yorumcu araştırmacıları pozitif araştırmacılarından ayıran özellik; sayılara başvurulup başvurulmaması sorunu değil, sayıların kullanılış biçimidir. Pozitif araştırmacı araştırma sorularını yanıtlamak için sayılara başvurur; buna karşın yorumcu araştırmacı sayıları soruların kaynağı, daha doğrusu ileri düzeyde bir soruşturma ve inceleme için sıçrama tahtası olarak görür. Bourdieu'ya göre (aktaran Deacon vd.:9) “olgular” konuşmaz; ne kadar çok sayılarla ifade edilirlerse edilsinler, sayısal ilişkilerin, yorumlanmadıkça bir anlamı yoktur. Güçlü bir yorumu zayıf bir yorumdan ayıran şey; bütünü kavrama ve ifadedeki mükemmellik özelliklerindeki farklılıklardır.

Sonuç olarak, pozitif bilimcilerin sürekli olarak yorumcu araştırmacıları bilimsel verilere dayanmamakla suçlamaları bu açıklamalarla giderilmeye çalışılmıştır. Bir başka deyişle, iletişim araştırmaları da dahil tüm toplumbilim disiplinlerindeki araştırmalar, sayıları sıçrama noktası olarak alır ve yorum gerektirirler.

2.1.3. Eleştirel Gerçekçi Yaklaşım

Eleştirel yaklaşım, Frankfurt Okulu eleştirel kuramlarını, yapısalcı medya çalışmalarını, klasik Marksizmin ekonomi-politik yaklaşımını ve eleştirel kültürel çalışmaları içeren geniş bir araştırma alanını kapsar (Dursun, 2001:19). Genel olarak bu çalışmalar iktidarın devamlılığı için kullanılan araç ve yöntemler ile ideolojinin oluşumu ve baskısını konu ettikle-

ri için ideoloji ve medya ilişkisine odaklanmışlardır. Eleştirel iletişim ve kültür kuramındaki gelişmeler, eleştirel yaklaşımı ideoloji, bilinç ve hegemonya kavramlarını kapsayacak bir konuma getirmiştir (Fiske, 1996:19). Bu görüşten hareketle, iletişimin içinde ifade edilen fikirler sistemi olarak tanımlanan ideolojiyi, bireyler tarafından taşınan duygular, kanılar, tutumları ifade eden bilinci ve egemen ideolojinin aktarımını kapsayan hegemonya kavramlarını hesaba katmayan çalışmaların gerçekçi olmayacağı düşünülebilir.

Bugünkü medya, daha önce belirtildiği gibi, iletişim araştırmacıları tarafından anlam üretmenin ateşli bir biçimde merkeze alındığı bir konum içindedir. Pozitif araştırmalara ikinci önemli bir alternatif de eleştirel gerçekçiliktir. Eleştirel gerçekçi yaklaşımı benimseyenler, yorumcu araştırmacılar gibi sosyal dünyanın günlük yaşam içinde yeniden üretildiğini ve dönüştüğünü kabul ederler. Ancak "günlük eylemlerimizi; yaptığımız her şeyin araçlarını, ortamını, kural ve kaynaklarını hazırlayarak biçimlendiren ve çerçevesini çözen çok daha geniş toplumsal ve kültürel oluşumları ortaya dökmeden tam olarak anlayabilmemiz olanaklı değildir" (Bhaskar'dan aktaran Deacon vd.:10).

Bu tartışma iki temel varsayım üzerine oturur. Birinci varsayım; toplumsal yapıların eylemlerimizin hem koşullarını ve kaynaklarını hazırladığını hem de sınırlarını çizdiğini ortaya koyar. İkinci varsayım da şu düşünce üzerine oturur: Konumlu (belli bir yerde) eylemlerle genel oluşumlar ve yerel tercihlerle yaygın koşullar arasındaki ilişkiler dinamik ve iki yönlüdür. Bir başka deyişle, yapılar eylemle; eylem de yapısal olarak oluşur (Giddens'dan aktaran Deacon vd.:10).

Hem eleştirel gerçekçilik hem de pozitif yaklaşım, toplumsal gerçeğin sadece insanların onu nasıl düşündükleri veya tasarladıkları üzerine oturan ve bir tür felsefi idealizm olan yorumcu yaklaşıma karşı bir duruş sergilerler. Her

ikisi de gerçekçi felsefi bir duruşu benimser. Buna göre, insanların eylem tercihlerini biçimlendiren toplumsal ve kültürel yapılar vardır; ancak insanlar bu yapılar nedeniyle bu tercihlerini nasıl yaptıklarının farkında değildirler. Pozitif yaklaşım bu yapıların eylem tercihleri ile ilişkisini kuramsallaştırma yoluna gitmez, ama tek yönlü bir süreç olarak etkisi (oysa eleştirel gerçekçilik bu etki sürecini iki yönlü olarak kabul eder) üzerinde düşünce üretir ve eylemlerin hem nasıl değiştiğini hem de değişim özneleri olarak nasıl hareket ettiklerini açıklayamaz (Fiske'den aktaran Deacon vd.:10).

Eleştirel gerçekçilik yaklaşımına göre, doğal dünyayı düzenleyen yapıların aksine, toplumsal ve kültürel yapıların izi sürülebilir tarihi uzantıları vardır. Eleştirel gerçekçi araştırmacılar, bu tarihi izleri sürerek günlük eylemlerle toplumsal ve kültürel yapılar arasındaki ilişkiyi ortaya koyan tartışmalar yaparlar. Genel yapılar, birçok soruların olası yanıtlarını ortaya koyarken, bazı yanıtlar hakim koşulları onaylamak yerine onlara meydan okuyabilir. Bütün bu oluşumlar, insanın günlük işleri sırasında sağduyu ile kavrayamadığı görünmez veya belli belirsiz bir alt yapı gerçeğidir. Eleştirel gerçekçi araştırmaların işi bu, normal insanın kavrayamadığı ve her şeyi doğal bir akış olarak kabul ettiği koşulları gün ışığına çıkarmak, eleştirel bir bakışla incelemek ve insanın eşit ve adil bir dünyada yaşayabilme olasılıklarını tartışmaktır. Bütün bu anlattıklarımızı özetleyecek olursak, eleştirel gerçekçilik, kapitalist oluşumun alt süreçlerini inceler ve bugünkü insan eylemlerinin yanlışlarını bu süreçlere dayandırır.

Eleştirel gerçekçiliğin en büyük temsilcisi Karl Marks'tır. Çok basit bir biçimde Marks'ın kapitalizm hakkındaki görüşünü şöyle özetleyebiliriz. Pazar ekonomilerinde insanlar sürekli mal satın alırlar. Bu tüketim, eşit değiş tokuş sistemi üzerine oturur. Siz uygun bulduğunuz fiyatı öder ve karşılığında malı satın alırsınız. Ancak Marks'a göre, tüketimi besleyen ve

ücretleri belirleyen üretim örgütlerini incelediğimizde, eşitsizlik ve sömürü üzerine kurulmuş bir dünya ile karşılaşırız. Bu eşitsizlik ortaya konulan işten elde edilen kârın çok önemli bir kısmının işverene aktarılmasından kaynaklanır. Bütün eleştirel gerçekçiler Marks'ın bu özel yorumunu kabul etmeseler de, onu araştırmalarının merkezine alarak, inceleme sürecinin iyi bir genel tasviri olarak kabul ederler. Buna karşın, pozitif araştırmacılar atomlaşmış olaylara odaklanarak insanların, özel bir durumda (örneğin, bir laboratuvarında veya ankette) ne yaptıkları ve ne söyledikleri; yorumcu yaklaşımlar da insanların kendi dünyalarını anlamak için oynak hale getirdikleri anlamlar üzerinde dururlar. Eleştirel gerçekçiler ise, gözle görülen olayların ve günlük anların temelinde yatan ve onu üreten mekanizmalar ile bunlar arasındaki ilişkileri incelerler.

Eleştirel gerçekçi yaklaşımlar, tüm toplumsal ve insani bilimleri içine alan disiplinler arası araştırmalarda kullanılır. Özellikle iletişim, eleştirel gerçekçi yaklaşımların en çok kullanıldığı alandır; çünkü medya modern yaşamın her cephesinde merkezi bir rolü olan önemli bir konuma gelmiş durumdadır. Medya, küresel ekonominin örgütlenmesinden tutun da genel yaşamın en özel ayrıntılarına kadar yaşantımızı bire bir etkileyen özel bir yere sahiptir.

Her yaklaşım kendi içinde bazı güçlü ve zayıf özelliklere sahiptir. Eleştirel gerçekçi yaklaşımın en olumlu tarafı, bütün yaklaşımları harmanlayabilme özelliğidir. Toplum ve insani bilimlerde kullanılan inceleme yöntemleri kadar yorumcu araştırmacıların yöntemlerini kullanabildikleri gibi, bunların çok ötesine gidip yukarıda anlatıldığı gibi olayların ve anlamların temelinde yatan oluşumların analizini yaparlar. Günlük iletişimsel eylemlerin nasıl biçimlendiğini anlamada üç stratejik kaynak, araştırmaların temelini oluşturur: Maddi kaynaklar (paranın denetimi, serbest zaman ve kullanılan uzay);

toplumsal kaynaklar (kimliğin oluşumu); kültürel kaynaklar (dil ve temsil).

Durum ve sorunları tanımlama biçimimiz araştırmada neye odaklanacağımızı belirleyen en önemli kriterdir (Deacon vd.:12). Örneğin, 'Enformasyon Toplumu' kavramını ele alacak olursak; eğer biz bu kavramı, iletişim olanaklarının çoğalmasıyla bilginin çoğalması ve bilgi denetiminin, iş hükümet ve kişisel ilişkilerde temel bir faktör olarak ortaya çıkması olarak tanımlıyorsak, öncelikle bilgi ve enformasyon arasındaki temel ayrımı atlıyoruz demektir. Enformasyon, dünya ile ilgili verilen atomlaşmış bilgi parçalarından oluşur. Televizyon haber bültenleri, örneğin, felaketleri, işlenen suçları, belli başlı siyasilere eylemlerini, borsanın açılış ve kapanış fiyatlarını aktarırlar; ancak finansal istatistiklerin genel ekonomi için anlamlarını ve bu sonuçların suç ve eylemler üzerindeki etkilerini anlamamıza yardımcı olacak genel kavramsal bir çerçeve çizmezler. Bu ilişkileri kuran bağlar toplumsal bilgilerle, bir başka deyişle, haber dışındaki kaynaklar ve özellikle de eğitim sistemi ile kurulur. Böyle kurulan bir ilişkide enformasyon zengini toplum, genel anlam çerçevesinden kopuk olarak tek tek iletişim olanaklarının (yeni kablo ve uydu kanalları, CD ROM'lar, televizyon kanalları, bilgisayarlar, vd.) çoğaldığı toplum olarak algılanır. Toplumu oluşturan insanların büyük bir kısmının enformasyon fakiri olması bu kavrayışı değiştirmez; çünkü eğitim sistemi kişinin parçaları birleştirmesine ve genel bir çerçeve oluşturmasına olanak tanımaz. Diğer taraftan, çoğunluk, kayıp halkaları birleştirecek özel iletişim kanallarına (internet siteleri) girmelerine olanak sağlayacak parasal olanaklara sahip değildir. Eleştirel gerçekçi yaklaşım, 'Enformasyon Toplumu' kavramını, geleneksel pozitif yaklaşımda olduğu gibi, tek tek bilgi parçalarının incelenmesi olarak değil, bu parçaların oluşturduğu ilişkiler ağının genel anlamsal çerçevesini açıklamak bağlamında ele alır.

1980'lerden bu yana Avrupa ve Amerika'da geleneksel ana akım kuramlarına önemli eleştiriler yapılmaya başlandı. Özellikle uluslararası ilişkiler ve küreselleşme konularında eleştirel gerçekçi yaklaşımlar bir moda akıma dönüştü. Eschle (2005) eleştirel alanın henüz çok dağınık olduğunu ve tutucu ana akım kuramları gibi etkili bir öğreti oluşturamadığını, bu alanda yapılacak çok şeyin olduğunu ifade eder. Kapitalizme karşı eleştirel kuramların eksikliğinin tek bir toplumsal hareketin yönlendirici olamamaktan kaynaklandığı belirtilir.

Bütün bu anlatılanlardan sonra şunu iyice bilmemizde yarar vardır: Araştırma hiçbir zaman kendi içinde yeterli bir çalışma değildir; hangi yaklaşımı ele alırsa alsın, bir araştırmayı tutarlı kılan kuramdır. Kuramlar bize neyi aramız gerektiğini, ilgilendiğimiz şeyleri nasıl açıklayacağımızı ve belli bir araştırma kesitinin toplumsal ve kültürel dünyayla ilgili genel bilgimize nasıl katkıda bulunacağı konusunda yol gösterirler. Bu bağlamda iyi bir kuram bir araştırmacının en yararlı çalışma aracıdır. Bu noktada şu soruyu sorabiliriz: İyi bir kuram ne demektir? Örneğin, eleştirel gerçekçi bir araştırmacı için iyi bir kuram, var olan kanıtları bütüncül ve ince bir biçimde toparlayan ve bir olguya diğer kuramlardan daha anlaşılır ve inandırıcı açıklama getiren değerlendirmedir.

2.2. Yaklaşım Siyasaları ve Sorumluluklar

Bütün bu anlatılan yaklaşımlar ideoloji içerir. Pozitif yaklaşım, var olan sistemi düzene sokma ve denetleme amacıyla uygulanabilir varsayımlar ve kuramlar ortaya atar. Yorumcu yaklaşım; giderek parçalanıp ve anlaşılabilir hale gelen bir dünyada, insanların kendi dünyalarında deneyimlemedikleri birçok yaşam biçiminin ve olguların haritasını çizerek ve şeyleri muhakeme dışı yapmanın alışılmadık yollarını ortaya koyarak, toplum yaşamında gerekli olan farklılığa saygı ve karşılığını tanımanın yolunu açar. Eleştirel gerçekçi yak-

laşım ise; günlük etkinliklerin açığa çıkmamış kaynaklarını tanımlayarak, toplumsal ve bireysel seçimler üzerinde istenmeyen, baskıcı kısıtlamaların kalkması ve toplumsal yaşam için istenilen, gereksinim duyulan zenginleştirici kuralların geliştirilmesi yönünde toplumsal algılarımızı beslemeyi amaçlar. Bu bağlamda, hiçbir araştırma siyasal anlamda masum değildir; çünkü araştırma toplumsal yaşama bir müdahaledir. Bu müdahalenin tekniği ve etiği ise araştırmacıya göre değişir.

Araştırmacının, kendi meslektaşlarına, profesyonellere, araştırmada yer alan kişilere ve topluma karşı çok yönlü sorumlulukları vardır. İncelemek için neyi seçtiğimiz, verileri nasıl düzenlediğimiz ve bulgularımızı nasıl açıkladığımız kendi yaşamımızla ilgili genel konuşma ve düşünce biçimlerimize göre farklılıklar oluşturabilir. En iyi haliyle bir araştırma; kabul edilmiş değer yargılarını sorgular, yerleşik güç söylemlerini çözümler ve karşı durur, toplumsal ve kültürel yaşamımızdaki kör noktaları aydınlatır, şeylerin nasıl oluştuğunu ve nasıl değiştirilebileceğini ortaya koyar ve bilgi kazançlarımızı olabildiği kadar geniş çevrelere yaymanın yollarını arar. Bu bağlamda her araştırma toplum ve insan için yapılıdır.

2.3. Anaakım İletişim Araştırmaları ve İdeoloji: Tutucu Bakış

Anaakım iletişim kuramları (tutucu kuramlar), varolan sistemin onarılması ve devam ettirilmesi genel felsefesine dayanır. Pozitivizmi ve ampirizmi (deneycilik) temel alan çalışmalar, bilgiyi, sermaye birikimini, yatırım, üretim, gelişme ve büyüme üzerinde kullanırlar. Bu çalışmalarda “algılanan öz, dengenin korunması, servetin ve gücün haklı çıkarılması, toplumsal sistemin canlı organizmalar gibi değişime açık olması, ayrımcılığın, toplumsal çatışmanın ve önyargıların

toplumu geleneksel olarak koruyan işlevlere sahip olmasıdır” (Tekinalp, 2002:17). 1950’lerde Amerika’da başlayan anaakım tutucu-faydacı iletişim araştırmaları giderek küreselleşmiştir. Anaakım iletişim kuramlarının ne olduğunu öğrenmeden önce, dayandıkları bilimsel inceleme yöntemlerine ve temel kuramlara kısaca göz atmamız yukarıda anlatmaya çalıştığımız genel felsefeyi anlamamıza yardımcı olacaktır.

2.3.1. Deneycilik

Ana akım iletişim araştırmalarının kökeni, tutucu toplumsal kuramlara dayanır. Bu araştırmaların iletişime yaklaşımlarının temelinde birleştikleri üç önemli nokta vardır (Alemdar ve Erdoğan, 1990:15):

1. İnsanın yaşadığı çevreye uyması, gerektiğinde de uydurulması görüşü.
2. Varolan toplumsal yapıyı ve kurumları korumak ve geliştirmek isteği.
3. Sanayileşmiş ülkelerin seçecekleri en iyi yolun kapitalist ekonomik ve siyasal sistem olduğu görüşü.

Tutucu kuramlar, pozitivist ve deneysel (ampirik) toplumbilim anlayışına dayanır. Pozitivizm, yukarıda da anlatıldığı gibi, bilim felsefesinde, bilimin dolaysız olarak deneyimlenebilen gözlemlenebilir varlıklarla uğraşabileceğini öne süren bir öğretilerdir. Doğabilimlerde olgular çoğunlukla yasalara ya da çıkarımlara uygun düşerken, toplumbilimleri alanında yapılan kimi çıkarımların olgulardan saptığı görülmüştür. Bunun nedeni toplumbilimlerin öteki pozitif bilimlerden farklı olarak bilinçli ve amaçlı varlıkları konu almasıdır (Sencer, 1989:18). Bu nedenle yapılacak araştırmaların önkoşullar, bilinçli güdülenimler, yönlendirmeler ve etkilenmelerle saptırılabilen düşünülerek çok yönlü yapılması gerekir. Geleneksel olarak tek neden-tek sonuç ilişkisinin geçerli kabul edildiği fizik,

kimya, vb. alanlardaki durumlarda kesin ilişki düzeninden söz edilebilirse de bu durum toplumbilim için olanaksızdır. Her denemede bağımlı, bağımsız ve kontrol değişkenlerinden oluşan bir deneme düzeni vardır (Karasar, 1986:95).

August Comte'un ortaya koyduğu biçimiyle pozitif bilim öğretisi, tek doğru bilginin deneylenebilir bilgi olduğu savına dayanmaktadır. Toplumbilimde pozitivist yaklaşımlar, fizik bilimlerin yöntemlerinin (örneğin ölçüm, genel yasalar arayışı, vb.) toplumsal bilimlere de taşınabileceği genel kabulüne dayanır. Bu nedenle fizik bilimlerinin yöntembilimini taklit etmeye çabalayan toplumbilim yaklaşımları, pozitif yaklaşım olarak nitelenirler. Bu anlayışta deneyciliğin amacı ise (Alemdar ve Erdoğan, 1990:56);

1. nesnel bilgileri ve verileri toplamak.
2. bunları sınıflandırmak.
3. varsayımlar kurmak ve test etmek.
4. bu süreçten herhangi bir peşin hükmü/önyargıyı ortadan kaldırmak.
5. verilerin ve hipotezlerin güvenilirliğini deneyle kanıtlamak ya da reddetmek.
6. bu toplanan bilgilere dayanarak bilimsel tümevarımı gerçekleştirmektir.

Tümdengelim mantığına dayanan deneycilik, evrensel nesnel bir gerçeğin varlığını kabul eder ve insanların bu gerçekleri bilimsel yöntemlerle araştırabileceklerini belirtir.

Ana akım iletişim araştırmalarının temelinde yatan kuramlardan en önemlilerini beş başlık altında inceleyebiliriz. Bunlar; yapısal işlevselcilik, davranışçılık, sembolik etkileşimcilik ve kültür, rol kuramı ve ideolojilerin sonu kuramlarıdır.

2.3.2. Yapısal İşlevselcilik

Toplumbilim ve toplumsal antropolojide, toplumsal kurumları esas olarak yerine getirdikleri işlevlerle açıklayan kuramlara işlevselci kuramlar adı verilir. Özgün bir metodoloji ve toplum kuramı olarak işlevselcilik, ilk önce Comte, Spencer ve Durkheim'ın çalışmalarında, ikincisi, 19. yüzyılın sonuyla 20. yüzyılın başlarındaki antropolojide, özellikle A.R. Radcliffe-Brown ile B. Malinowski'nin yazılarında ortaya çıktı (Swingewood, 1998:265). İşlevselci çözümleme toplumsal sistemin dengede nasıl durduğunu açıklar. "İşlevselci yaklaşım için iletişim süreci, toplumsal kararlı denge durumuna katkıda bulunan başlıca toplumsal unsurlardan biridir" (Mutlu, 1998:187-188). İşlevselci kuramların en önemlilerinden biri yapısal-işlevselciliktir. Yapısal-işlevselci yaklaşımlar, toplumları sistemler olarak kavramlaştırırlar ve toplumsal yapıların özelliklerini bu sistemlerin sürekliliğine katkılarıyla açıklarlar (Mutlu, 1998:359). Buna göre, toplumsal sistemin kendini koruması için sürekli olarak karşılması gereken gereksinimleri vardır. İşlev de bunları sağlamak için gerekli bir etkinliktir.

Yapısal işlevselcilikte, toplum birbirleriyle ilişki içinde bulunan parçalardan meydana gelmiş bir sistem olarak düşünülür. Toplumun doğal olarak dinamik bir denge durumu içinde olduğu varsayılır. Toplumdaki etkinlik ve işlevlerin tümü genel denge durumuna katkıda bulunur. Bu işlevlerden bir kısmı toplumun varlığını sürdürmesi için vazgeçilmez bir durumdadır. Yapısal-işlevselcilik, bir toplumsal sistemin varlığını sürdürmek için yerine getirmek durumunda olduğu görevleri veya işlevleri belirler ve sonra da hangi kurum ya da yapıların bu gereksinimleri karşılayabileceğini araştırır. Bu kurama göre, iletişim süreci de toplumsal kararlı denge durumuna katkıda bulunan başlıca toplumsal unsurlardan biridir. Yapısal-işlevselcilik özellikle anaakım iletişim araştırmalarındaki temel paradigmayı temsil etmektedir.

Çağdaş işlevselcilerin başında Talcott Parsons gelmektedir. Parsons'a göre, sistem, birimler ve birimler arası kalıplaşmış ilişkilerden oluşur (Alemdar ve Erdoğan, 1990:21). Sistemin en küçük birimi, ilişkiye katılan kişinin (aktörün) rolüdür. En küçük ilişki de bir aktörün diğerleriyle iletişimindeki kalıplaşmış karşılıklı ilişkisidir. Parsons'un "etkinlik sistemi"nde kişi, belli amaçlar peşindedir, bir başka deyişle aktiftir. Bu amaçlara ulaşmak için etkinlikte bulunur. Neyin amaç olduğu ve bu amaca ulaşmada hangi olanakların kullanılacağı düşünceler, kurallar ve değerler tarafından belirlenir.

Sistemler, statü (konum) sahibi kişilerden oluşur. Kendilerine verilen rolleri kurallara uygun biçimde oynayan bu kişiler toplumsal sistemi oluştururlar. "Etkinlik sistemleri"nin dört sorunu çözmesi gerekir (Alemdar ve Erdoğan, 1990:22):

1. Uyum sağlama
2. Hedefe ulaşma
3. Bütünleşme
4. Latency (Gizillik). Bu terim davranış örüntülerinin korunması ve gerilimlere son verilmesi anlamına gelmektedir (Moore, 2002:359) Latency, birimlerin rollerine uygun davranmasını sağlamadır. Bu, toplum-sallaşma süreci, sağlık, ceza, eğitim, din, vb. konularla uğraşan kurumlarla sağlanır.

Parsons, genel etkinlik sistemini kültürel, toplumsal, kişisel ve organsal alt sistemler olarak ayırmıştır. Bu sistemlerin ilişkisine de "enformasyon kontrol hiyerarşisi" adını verir. Bu süreçte, sistemler birbirine enerji ve enformasyon sağlar. Buna "sembolik değiş tokuş" denir. Parsons'a göre değişim, genel sistemin, sistemi oluşturan alt ve alt-alt sistemlerin birbirinden işlev bakımından farklılaşması, ayarlanması, genel sistemle bütünleşmesi, büyümesi ve gelişmesi

demektir. Toplumsal sistem, içsel uyuma dayanan bir denge içindedir. Parsons'un işlevselciliği; tutuculuğu, soyut oluşu ve varsayımlarını oluşturan kavramların araştırmaya uygun olmayışı nedeniyle eleştirilmiştir. Parsons'a göre, sıkıntıları ve gerilimleri üreten sistemdir; sistemin düzenleyici, toplumsallaştırıcı kurumlarının başarısızlığıdır: Sistemin kapalı alanı içinde özerk toplumsal eyleme fiilen yer kalmaz, çünkü her şeye yayılmış durumdaki temel değerlere meşru biçimde karşı çıkma kaynağı, toplumsal alternatif olasılıklarını ifade etmenin "sapma" dışında başka bir kurumsal aracı yoktur. Parsonscu işlevselcilik, sistemi desteklediği durumlar dışında, insan özneyi toplum kuramından çıkarmıştır (Swingewood, 1998:280).

İşlevselciliğin tutuculuğunu ortadan kaldırmak için Merton, "orta yol işlevselciliği"ni geliştirmiştir (Alemdar ve Erdoğan, 1990:23). İşlevselciliğin üç temel varsayımını tartışarak değişiklikler yapmıştır:

1. Toplumun işlevsel (yararlı etkinlik) birliği varsayımı: Merton, standartlaştırılmış etkinliğin ve inancın toplumun tümü ve toplumda yaşayan kişiler için aynı biçimde işlediği (yararlı olduğu) bir bütünleşme derecesine bütün toplumların sahip olmadığını belirtmiştir. Herhangi bir etkinlik, kişiler, alt-gruplar toplumsal yapı ve kültür açısından farklı sonuçlara yol açabilir ve bu sonuçlar, bazıları için yararlı olmayabilir.
2. İşlevselciliğin evrensel olduğu varsayımı: Her uygarlıkta maddi nesne, düşünce ve inançlar aynı görevi yerine getirirler varsayımını Merton şöyle yumuşatmıştır: Varolan kültür yapılarının görevini yapmayan işlevsiz olma (dysfunctional) sonuçları da ortaya çıkmaktadır. Bazı davranış kalıpları sistemin varlığını sürdürmesi bakımından olumsuz sonuçlar doğursalar da etkin olmayı sürdürebilirler.) Merton, işlevi, nesnel

biçimde, verili bir sistemin adaptasyonu ya da ayarlanmasına uygun düşen gözlemlenmiş sonuçlar diye tanımlarken, işlevsizlik de ayarlanma ve adaptasyon olanağını azaltan sonuçlar şeklinde tanımlanmıştır (Swingewood, 1998:282). Merton bu tür sonuçların ‘ters işlev’ (işlevsizlik) olarak nitelenmesini önermiştir (Moore, 2002:340) Merton’un ters işlev kavramına şöyle bir örnek verebiliriz: Şiddet içeren programların insanlar üzerinde olumsuz etkisi kadar işlevsiz kılma özelliği de vardır. Televizyon filminde birileri kahramandır; adalet adına adam öldürür, adam kayırır, her türlü şiddet olayına karışır. Siz içinizde kabaran öfkeyi şiddete dönüştürmek yerine, gizli bir tatmin duygusuyla vicdanınızı rahatlatır ve yatağa gidersiniz. Çünkü birileri sizin yapmayı istediğiniz şeyleri yapmaktadır. Bu her konuda böyledir. Birileri sizin adınıza hükümeti ya da muhalefeti eleştirmektedir. Eylem yapmanıza gerek yoktur. Merton bunu “uyuşturucu bozuk işlev” olarak açıklar (aktaran Mattelart ve Mattelart, 1998:33).

3. Vazgeçilmezlik varsayımı: Her kültürde maddi nesne, düşünce ve inançlar belli görevler görürler, bu görevleri başarmak zorundadırlar ve çalışan bütünün vazgeçilmez parçalarını temsil ederler. Merton, bu vazgeçilmez parçanın kurum mu yoksa görev mi olduğunu tartışır ve ikisinin de vazgeçilmez olduğunu belirtir. Ona göre, aynı kurum çeşitli işlevler görebilir ve aynı işlev alternatif kurumlar tarafından sağlanabilir. Merton, daha esnek bir işlevselci analiz biçimi getirmeye çalışmış, ama bunu yaparken de aktör ile sistem arasındaki ayrımı gözden kaçırmıştır (Swingewood, 1998:283).

Lasswell’in 1948’de ortaya attığı “kim, kime, neyi, hangi kanalla ve hangi etki ile söyler” biçiminde açıklanan işlev-

selci medya toplumbilimi çözümlenmesiyle başlayan işlevselci Amerikan çalışmaları, birçok araştırma tekniğinin gelişmesine neden olmuştur. Bütün işlevselci araştırmaların temelinde medyanın ahıclar üzerindeki etkileriyle ilgilenilmiştir.

İşlevselci toplumbilim kuramı tutucu kitle iletişim kuramlarına dayanak noktası olmuştur. Örneğın, bir kitle iletişim kuramı olan "kullanımlar ve doyumlar" yaklaşımı kitle iletişim araçlarının toplum için olumlu yönde işlev gördüğü, daha doğrusu işlevsel olduğı düşüncesiyle örtüşür (Lull, 2001:132). Aynı şekilde, ilk kuramlardan Lasswell'in kitle iletişiminin dört temel işlevini; çevreyi gözetleme, bilgi sağlama, eğlendirme ve toplumsallaştırma olarak belirtmesi, tutucu kuramcıların çelişkili kesitsel incelemelerinin ve yararçı (pragmatist) sonuçlarının ilk örneklerinden biridir.

İşlevselcilik, özellikle Amerikan toplum bilimlerinde 1960'lara kadar egemen olmuştur. İşlevselci kuramın en önemli özelliğı dengenin korunması, servetin ve gücün haklı çıkarılması, toplumsal sistemin canlı organizmaya benzetilmesi, yani değışmezliğinin vurgulanmasıdır. Yapısal işlevselcilik, toplumsal çatışmayı ihmal eder ya da önemini küçümser (Moore, 2002:343).

2.3.3. Davranışçılık ve Alışveriş(Takas)

Davranışçılık, davranışın deneysel çözümlenmesine ağırlık veren, böylelikle organizmanın gözlemlenebilir eylemleri üzerinde duran ve toplumsal olayları bireylerin dışlaşan davranışlarına bakarak açıklamaya çalışan bir toplumsal bilim okuludur. Esas olarak ABD'de John Watson ve B.F. Skinner gibi psikologlarca geliştirilen bu yaklaşımın temelini 'faydacılık' görüşünde bulabiliriz. Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mills ve Jeremy Bentham'ın "faydacılık" yaklaşımına göre, kişiler özgür ve rekabetçi pazarda, başkalarıyla olan alışveriş veya karşılıklı etkinliklerinde maddi

çıklarlarını artırma peşinde koşarlar. Skinner'in davranışçılık yaklaşımında, klasik iktisatçıların faydacılık görüşü, insan davranışlarını açıklamada kullanılan kavramlarla değiştirilmiştir. Fayda=ödül, maloluş=eziyet/ceza olmuştur (Alemdar ve Erdoğan, 1990:25-26). Davranışçılık yaklaşımı, şu görüşlere dayanmaktadır:

Kişiler, davranışa psikolojik gereksinimlerle yönlendirilir, dolayısıyla en az ceza ve en çok ödül veren davranışları sergilerler. Kişiler geçmişte ödül alan davranışlarını yinelerler ve davranışların yinelenmesi ödül devam ettikçe sürer. Aynı veya benzer durumlarda, geçmişte ödülle sonuçlanan bir davranışa verilen ödül birden ortadan kalkarsa kişiler kızgınlık, merak gibi tepki gösterirler. Çok ödül veren bir davranışın ödülü azalrsa, kişi öteki ödüller için alternatif davranışlara yönelir.

Bu sonuçlar, Skinner'in laboratuvarında bir güvercine yuvarlak bir noktayı gagalatmaya uğraştığı deneylerde elde edilmiş ve insana uygulanmıştır. Buna göre, insanlar ödüller takas eder, dolayısıyla her kişi, bir diğeri için ödül veren bir uyarıcıyı simgeler. İnsanlar arası takas (ya da iletişim) eşitçil bir alışveriştir, çünkü kişiler alternatifler arasında karar verme özgürlüğüne sahiptir.

Homans'ın takas-davranışçılığına göre de birbirleriyle ilişki içindeki kişilerin davranışı birbirleri için ya ödül ya da ceza olur. Belli bir davranış biçimi "hoş" bir sonuca götürürse yinelenir. Yinelenen bir davranış biçimi de kişinin davranış modelinin değişmez bir parçası olur, kişi tarafından öğrenilir. Hoş olmayan sonuçlar doğuran bir davranış biçimi ise yinelenmez. Sistematik olarak birbirine uyan, ayrı ayrı öğrenilmiş davranış modelleri seti, "kişiliği" oluşturur.

2.3.4. Simgesel Etkileşimcilik ve Kültür

Simgesel etkileşimcilik, davranışçılığa ve uyaran-tepki modeline bir tepki olarak anlam ve yorum üzerinde yoğun-

laşan bir yaklaşımdır. Simgesel etkileşimcilik kuramı, karşılıklı simgelerle olan ilişkiyi esas alır. Bu kuram, insanların bedenlerine, duygularına, toplumsal gerçeklere nasıl anlam verdiklerini araştırır. Simgesel etkileşimcilere kimi kez yalnız “etkileşimci” ya da “Chicago okulu”, “Chicago geleneği” de denir (Fisher ve Strauss, 2002:459). W. James, Charles H. Cooley, J.M. Baldwin, John Dewey, G. Herbert Mead ve H. Blumer tarafından geliştirilen bu yaklaşıma göre, anlamlı simgeler, bu simgeleri öğrenme ve karşılıklı ilişki süreci toplumsal davranışı oluşturur. Yaklaşımın temel görüşleri şöyle özetlenebilir:

1. İnsanlar simgeler yaratan ve simgelerce yönetilen hayvanlardır, ancak tüm hayvanlar içinde yalnızca insanlar simgeler yoluyla bir kültür yaratarak karmaşık bir tarihi kendilerinden sonraki kuşaklara iletirler.
2. Toplumsal dünya dinamiktir, kişisel hayatlar ve yaşam tarihleri sürekli bir oluş ve değişme sürecindedir. Dolayısıyla dikkatler değişmez yapılara değil, akış halindeki etkinliklere yönelir.
3. Tek başına varolan bir bireyden söz edilemez. İnsanlar her zaman ötekilere, başka insanlara bağlanmışlardır. İnsanları birleştiren bağlar, onların ötekileriyle ilgili düşünceleri ve kendilerine ilişkin inançları simgesel etkileşimden doğan anlam yapılarıdır. Bu anlam yapıları, toplumsal yaşamın en önemli olgularıdır (Cevizci, 2000:840)
4. Simgeler iletişimle öğrenilir. Kişi arzu ettiği anlam ve değerleri öteki kişide uyandırmak için iletişimde bulunur. Anlamlı simgelerle iletişimde, iletişimci dinleyicinin davranışını etkileyebilir, ancak kontrol edemez. Simgesel iletişim toplumsal bir süreçtir. Bu süreçte, hem ileten kişi hem de iletilen kişi iletişimin içeriğine katkıda bulunur.

5. Kültür, ayrıntılı değerler ve anlamlar seti olarak tanımlanır. Kültür sayesinde insanlar, çoğu zaman birbirlerinin davranışlarını önceden tahmin edebilir ve kendi davranışlarını bu tahminlere göre ayarlarlar.
6. Toplum ve toplumun grupları sürekli olarak yeni anlamlar, değerler yaratır ve kişiler bu yenileri kullanmayı öğrenir; bu toplumsal değişimdir (Alemdar ve Erdoğan, 1990: 27-29)

Simgesel etkileşimcilik, toplumsal yapıyı, siyasal iktidarı ve tarihi göz önüne almadığı için geçmişte eleştirilmiştir. Ancak, 1990'lı yıllarda postmodernizmle, göstergibilimle ve feminist çalışmalarla açık ilişkisinden dolayı yeniden önem kazanmıştır.

2.3.5. Rol Kuramı

Bu yaklaşım, statü ağlarının yapısı, bu ağlardaki rol ve statünün tanımlanması, rol yapma, kişi ve rol ilişkisiyle ilgilenir (Alemdar ve Erdoğan, 1990:29). J. Moreno, G.H. Mead'in rol alma anlayışını geliştirerek, rol yapma yaklaşımını getirdi. Buna göre, rol, belli bir statü ile gelen davranış biçimi beklentilerinin setidir. Rol, statünün dinamik yanıdır. Kişiye toplumsal olarak bir statü verilir. Bu statüyle ilgili görevleri yerine getiriyor ve hakları kullanıyorsa o kişi rolünü gereğince yapıyor demektir. Kişi yaşamı boyunca arka arkaya veya aynı zamanda çeşitli roller oynar ve bu rollerin biresimi bireyin kişiliğini oluşturur. Toplumsal kurum, değişen beklentiler tarafından yönetilen birbiriyle ilişkili rol oynamalardır.

Kaç türlü rol oynarsa oynasın, kişinin görevi, rolünü kendinden beklenen bir biçimde oynamasıdır. Rol kuramı, hastanelerde, hapishanelerde, okullarda ve özel şirketlerde, bu örgütlerin gereksinim ve amaçlarına katkıda bulunmak için yaygın olarak kullanılmaktadır. Wilbur Schramm

(1957:35), davranış düzenlemesini karşılıklı anlaşma (concept of contract) kavramıyla açıklar. Buna göre iletişim süreci içindeki kişiler arasında gizli bir anlaşma vardır. Bilgi veren iletişimciden bilgili, doğru, tarafsız olması beklenirken, iletiyi alandan dikkat beklenir. Aynı şekilde, bir öğretmenden veya öğrenciden beklenenler, yazılı olmayan, ancak herkesin bildiği davranışlardan oluşan karşılıklı bir anlaşmaya dayanır. Rol kuramının çağrıştırdığı anlamlara gelince, bireyin özbenliğini tam olarak ortaya çıkarması olabileceği en son durumda olmasıdır. Cudhea (1974:27), insanın davranışlarını düzenlediği durumda Hitler'in durumuna düşebileceğini ifade eder. Çünkü, "Hitler özbenliğin ön plana çıktığı en uç örnektir".

2.3.6. İdeolojilerin Sonu

İletişim araştırmalarının temelinde daima ideoloji sorunsalı olmuştur. İdeoloji sorunsalı, siyaset biliminin, iktisadın, hukukun, toplumbilimin ve birçok benzer bilim dallarının uğraştığı, tezler ürettiği bir konudur. İletişim bilimi de uzun uzun ideoloji sorunuyla ilgilenmiş tez ve karşı tezler üretmiştir. Başta İngiltere olmak üzere Kıta Avrupa'sında filizlenen eleştirel kültürel araştırmalar, etkiyi inceleyen anaakım Amerikan Okulu'nun aksine, toplumbilim, ekonomi, göstergebilim, siyasal felsefe, edebiyat, psikoloji ve tarih gibi çalışma alanları kapsamında toplumsal iktidar ile iletişim arasındaki ilişkiyi inceler.

İngiliz kültürel çalışmalarında medyanın dilsel ve ideolojik yapılanması üzerinde durulmuş, buna bağlı olarak edilgen izleyici anlayışı terkedilmiş ve yerine etkin okuma yapan izleyici anlayışı konmuştur. Çalışmalar, medya mesajlarının nasıl kodlandığı ve izleyicinin kişiden kişiye değişebilecek kodaçimleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Bunlar yapılırken medyadaki başat ideolojik temsillerin dolaşımı, pekiştirilmesi ve toplumda oynadığı roller de incelenmiştir. Bu bakımdan

İngiliz kültürel çalışmaları; kültür çalışmalarını, medya, içerikler ve izleyici üzerindeki etki olarak inceleyen Amerikan pragmatik (faydacı) kültürel çalışmalarından ayrılırlar. Batı Avrupa Marksizmi, Fransız yapısalcılığı ve özellikle Louis Althusser'in çalışmalarından etkilenen İngiliz Okulu, Amerika'da da yankılarını bulmuş ve Amerikan kitle iletişim araştırmalarını eleştiren bir grup araştırmacıya da esin kaynağı olmuştur (Hardt, 1994).

İdeoloji, toplumsal düşüncede en karmaşık ve en sorunlu kavramlardan biridir. İdeolojiler üzerindeki tartışma, İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda yeni bir boyut kazanmıştır. Savaşın hemen ertesinde ideolojilerin bir gerileme içinde bulunduğu savı alttan alta yayılmaya başladı. Bu konudaki asıl şiddetli tartışma ise 1955'te Milano'da toplanan Kültür Özgürlüğü Kongresi'nde belirlenen noktalar çevresinde başladı. Kongreye katılanların üzerinde görüş birliğine vardıkları sonuçlar şunlardı (Özök, 1985):

- Totaliter ve aşırı ideolojiler gerileme halindedir.
- Bu gerileme, Batı'nın eriştiği yeni bolluk düzeyinin bir sonucudur.
- Sağ ve sol uçların son 30 yıl içinde farklılıktan çok benzerlik göstermiş olması da ideolojilerin gerilemesinin bir işaretidir.

1960 yılında ise Daniel Bell, sanayi sonrası toplum görüşünde, ideolojilerin sonunun geldiğini savundu. Bu aslında, Marksizmin sonunun ilanıdır (Alemdar ve Erdoğan, 1990:30). Bell'e göre, Amerika büyük bir gelişme düzeyine ulaşarak sanayi sonrası toplum aşamasına gelmiştir. Batı ülkeleri de bu düzeye ulaşma yolundadır. Sanayi sonrası toplumda bilgi en ön plandadır. Bilginin elde edilmesi, örgütlenmesi, denetimi, kullanımı sanayi sonrası toplumun temelini oluşturur. Böyle olunca sermaye birikimi, yatırım ve üretim geri plana

düŒer. Bell, bu oluŒumu iki noktayla açıklar. Birincisi, hizmet sektörü büyüdüğünden beri insanlar makine yerine daha çok simgelerle ya da başka insanlarla çalışmaya başlamıştır. Ayrıca sanayi sektöründe kaliteli işçi sayısı artmıştır. İkinci olarak da grupların haklarını elde etme istekleri sonucu beklentilerinin yükselmesiyle bireysel istekler yerine toplumda yapılacak hizmetlerde halkın isteği ön plana çıkmıştır.

S.M. Lipset ve Samuel P. Huntington gibi tutucu kuramın tanınmış siyasal bilimcileri ise demokrasinin sonunu ilan ettiler: Sanayileşmiş toplumlar, istikrarlı demokrasi düzeyine ulaştılar. İstikrarlı bir demokrasi ise sistemin en iyi biçimdeki dengesidir. Demokratik ilkelerin ve değerlerin çalışmasıyla el ele giden büyüme, farklılaşma, ayarlama, bütünleşme ve niteliğın yükseltilmesi süreçlerine sahip olan bir sistemde ideolojiden, özellikle sınıf mücadelesinden söz etmek doğal olarak olanaksız olacaktır.

Horowitz'e göre (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990:30), uluslararası ilişkilerde ideoloji yerine ekonomik yanın artması, çokuluslu şirketlerin gelişmesi sonucunda ideoloji son bulmamış; ancak çatışma sistemler alanından çıkıp dünya imparatorlukları alanına girmiştir.

Ancak, 21.yüzyılda bu görüşün tamamen geçersiz olduğu, ne ideolojilerin ne de tarihin sonunun geldiği görölmektedir. Kagan (2007) bu yaklaşımı yanlış tanımlanmış bir hayal olarak görür. Bu imaj soğuk savaş sona erdi, yeni bir uluslararası düzenin kıvılcımları çakıldı, ülkeler ya hep birlikte gelişecek veya yok olacak, ideolojik kamplar sona erecek, kültürler özgür ticaret ve iletişim ortamında kaynaşacak ve toplumlarası diyolog artacak gibi bir yanılsama getirdi. Ancak yazara göre ne toplumlar değiştı ne de bildiğimiz tarihin sonu geldi. Ulus devletler eskisinden de güçlü olma yarışında. Tutku, hırs ve yarış aynen devam ediyor. Dünya ABD odaklı tek merkezli; ama Rusya, Çin, Avrupa, Japonya, İran, Hindistan gibi ülkeler

liderlik yarışında. Diğer ülkeler arasındaki yarış da giderek hızlanıyor. İdeolojiler ve kültürler eskisinden daha sert yöntemlerle çatışıyor.

2.4. Değişimci İletişim Araştırmaları ve İdeoloji: Eleştirel Bakış

2.4.1. Felsefi Kökenleri

Değişimci kuramın kökeni, Yunan diyalektik düşüncesinde yatar (Alemdar ve Erdoğan, 1990:36). Yunan diyalektik düşüncesine göre, her şey hareket eder, değişir, varolur ve geçip gider. Bu düşünce, olgunun genel niteliğini anlatır, ancak ayrıntılı bilgi vermez. Doğanın incelenmesi Yunan'ın İskender döneminde başlamış, ortaçağda Araplar tarafından geliştirilmiş, ancak gerçek doğa bilimi 15. Yüzyılın ikinci yarısından sonra hızlı bir gelişme göstermiştir. Doğa, özel parçalara ayrılıp incelenmiş, farklı süreçler ve sınıflara ayrılmış, organik yapılar araştırılmıştır. Bu yaklaşım ise doğadaki nesnelerin ve süreçlerin ilişkide olduğu bütünden soyutlanarak incelenmesi alışkanlığına neden olmuştur. İncelenen nesnelerin durgunlukta ve sabit biçimde ele alınmasıyla metafizik açıklamalar pekişmiştir. Metafizik diyalektiğe göre;

- a. şeyler ya vardır ya da yoktur.
- b. bir şey aynı zamanda kendisi ve başka bir şey olamaz.
- c. olumlu ve olumsuz kesin bir şekilde birbirini dışarıda bırakır.
- d. neden ve sonuç birbirine eşit bir şekilde karşıtezer olarak durur.

Bu tür bir görüş, ilk bakışta çok akla yatkın görünür. Ancak, gerçek yaşamla karşılaştırıldığında sınırlı, soyut ve tek boyutlu olduğu ortaya çıkar. Maddeci diyalektiğe göre;

- a. Her organik varlık her an hem aynı, hem aynı değildir; her an dışardan çekilen maddeyi özümser, diğer maddeyi atar; her an vücudun dokuları ölür ve yenileri oluşur.
- b. Diyalektik karşıtezin iki ucu, yani olumlu ve olumsuz birbirine zıt oldukları kadar birbirinden ayrılamaz ve birbiriyle iç içedir. Birbirleriyle savaşım halinde bulunan güçler, çelişik haller ya da karşıt durumlar, oluş süreci içinde daima birlikte varolur.
- c. Nedensel ilişki (neden-sonuç ilişkisi) belli bir durumda geçerliliğe sahiptir, fakat bu durumdan soyutlanıp alındığı genel durum içinde bakılırsa, neden-sonuç ilişkisi sürekli yer değiştirir. Neden sonuç, sonuç neden olur.

Çağdaş doğabilimi, doğanın sürecinin metafizik değil diyalektik, sürekli bir hareket, değişim ve gelişim olduğunu kanıtlamıştır. İdealizmde temel yapı, gerçeği temsil eden düşünceler ve maddi varlığı olmayan niteliklerdir. Maddecilikte ise hareket halinde olan nesne evrenin temel yapısıdır.

19. yüzyılın gelişmeleri, özellikle işçi sınıfının artan mücadelesi ve direnişinin İngiltere ve Avrupa'daki örnekleri, bütün geçmiş tarihin yeniden incelenmesini zorunlu kılmıştır. İncelemeler sonucu, tarihin, sınıf mücadelesi tarihi ve sınıflı toplumların içinde yaşadıkları koşulların ürünü olduğu görüldü. Marksist diyalektik yaklaşımla, insan tarihi karmakarışık bir biçimde devam eden anlamsız şiddet etkinlikleri değil, insanlığın gelişme süreci olarak anlaşılır.

Tarihsici yaklaşımda (Larrain, 1995:44-51) tarihin tek hatlı, evrensel ve bütünsel kavranışının aksine her kültürün yalnızca halkların ruhuyla kurulacak ilişki ile anlaşılabilir farklılıklara ve özgünlüklere sahip olduğu vurgulanır. Görecelilik savunulur. İdeal kültür diye bir şey kabul edilmez,

kültür farklılıkları kabul edilir. Kültürü anlamının yolunun insanın önyargılarından kurtularak diğer kültürleri her kültüre özgün kendi parametreleri ile ölçmekten geçtiği savunulur. Her kültürü kendi parametresinden gören araştırmacı kültürel kibire sahip kişidir ki bu, incelemeyi taraflı yapar. Evrensel geçerliliği olan hiçbir şey yoktur. J.G. Herder'in dediği gibi (aktaran Larrain :45), üstün insan fikri doğaya açık bir hakarettir. Herder, insanlığa kimlik duygusunu verenin paylaşılan dil ve onun açığa çıkardığı paylaşılan bir kültür olduğunu söyler. Ancak Herder ve onun gibi düşünenler, farklılığa vurgu yaparken farklı ulus ve dil ayrımını abartmakla, daha doğrusu, ırkçılığı kışkırtmakla suçlanmışlardır.

Maddeciliğin ve idealizmin çeşitli türleri vardır. Örneğin, Marks burjuva maddeciliği olarak nitelediği mekanik maddeciliği yaşamdan kopuk ve tarihi süreçten yoksun olduğu gerekçesiyle reddetmiştir. Bu tür maddecilik, her şeyi fiziki maddeye dayandırır, düşüncelerin ve duyguların kimyasal süreçlerle açıklanabileceğini savunur. Örneğin, bu bakış açısına göre düşünce ve duygular beyindeki fiziksel ve kimyasal moleküler etkinliklerle üretilir.

2.4.2. Diyalektik, Diyalektik Maddecilik ve Tarihsel Maddecilik

Diyalog (söyleşme) iki yönlü etkileşimi olan, kişinin hem konuşmacı hem dinleyici olduğu konuşma biçimidir. Yunanca'da diyalektik tartışma demektir. Bir tartışmada iki taraf savlarını ortaya koyar. Bu iki savdan da bir sonuç, bireşim-sentez çıkar. Bireşim başlangıçtaki düşüncelere dayanır, ama tartışma sırasında iki savın karşıtlığıyla değişip zenginleşir (Günbulut, 1983:53-54).

Çağdaş diyalektik yöntemin özelliklerini Erdoğan ve Alemdar'ın (1990:36-37) yazdıklarının özetinden çıkararak şöyle açıklayabiliriz:

- İnsan tarihi, fiziki olarak örgütlenen ve doğa ile ilişki kuran insanlardan oluşur.
- insan, kendi yaşamı için geçinme araçlarını üreterek hayvanlardan ayrılır, böylece kendi maddi yaşamını kurar.
- Kişilerin üretim biçimi, belli etkinlik biçiminin ve yaşamının bir ifadesi olur. Neyin nasıl üretildiği efendiliği ve köleliği ortaya çıkarır.
- İnsanlar, toplumsal üretimde belli ilişkilere girerler. Bu ilişkiler, oluşan maddi ortam nedeniyle iradelerinden bağımsızdır. Bu ilişkiler toplumun ekonomik yapısını (alt yapı) belirler. Bu alt yapının üstüne hukuki, siyasi, kültürel üst yapı kurulur.
- Bu yapı toplumsal, siyasal, entelektüel bilinci oluşturur.

Görüldüğü gibi diyalektik yöntemin özündeki neden sonuç ilişkisi, Marks'ta alt yapı (neden) – üst yapı (sonuç) ilişkisine dönüşmüştür. Her şeyin bir nedeni ve sonucu vardır. Nedensel ilişki sonsuzdur. Sonuç yeniden nedene dönüşür. Neden tekrar sonuç doğurur; bu ilişki sürer gider. Bu ilişkiyi şöyle bir örnekle açıklayabiliriz: Uçak kazasının (sonuç) nedeni pilot hatasıdır. Pilot hatasının (sonuç) nedeni sarhoşluktur. Sarhoşluğun (sonuç) nedeni aile kavgasıdır, vb. Sonuç (uçak kazası), 150 kişinin ölümüne neden olmuştur. Bu neden sonuç ilişkisi başından geriye doğru sonsuza kadar böylece sürer gider ve bizi düşünemediğimiz çok farklı nedenlere ulaştırabilir.

Buradan hareketle, içinde yaşadığımız toplumsal yapı ve bu yapı içinde oluşan insan bilincinin diyalektik işleyişin bir ürünü olduğunu söyleyebiliriz. Kapitalizm, bu ilişkilerin sonsuz diyalektiğinde oluşan bir kavramdır. Ollman'ın (2006:34) deyişiyle diyalektik araştırmanın kendisi de, kapitalizmde

nelerin olup bittiğini somutlamayı, kapitalizmin işlemlerini ve gelişmesini sağlayan araç ve biçimlerin izini sürmeyi ve sonra da onun ne yöne doğru ilerlediğini yansıtmayı amaçlar.

Diyalektik maddeciliğe göre, dünya maddidir ve bizim bilimimizden bağımsız olarak vardır. Dünya, gerçekliğini doğaüstü ya da aşkın bir kaynaktan almadığı gibi, varlığı insan zihnine de bağımlı değildir. Madde, nesnel olarak varolanın adıdır ve beyin, düşünce, bilinç maddenin ürünüdür. Diyalektik maddecilik, maddenin doğasını, yapısını ve özelliğini araştırmayı bilime bırakır. Diyalektik bakış açısı, doğayı durağan bir biçimde, sabit ve değişmez bir şey olarak değerlendiren bakış açılarından farklı olarak, doğanın kendi oluş ve değişme süreci içinde araştırılmasını ister. Çünkü çevrenin ürünü olan bir organizma bu çevreye karşılık verir ve onu değiştirebilir. Maddi dünyada her oluşumun bir nedeni, her nedenin de sonucu vardır. Her sonuç yeni bir neden; yeni neden de yeni bir sonuç doğurur. Bu böyle akıp gider. Daha öz bir anlatımla, diyalektik maddecilik durağanlığı değil, neden sonuç ilişkileri bağlamında değişkenliği inceler.

Tarihsel maddecilik, maddeci yöntemin insan toplumunun evriminin incelenmesine uygulanmasıdır (Alemdar ve Erdoğan, 1990:38). Tarihsel maddeciliğe göre, toplumların gelişimi üretici güçlerin gelişme düzeyi ile, üretim ilişkilerinin düzeyi arasındaki karşılıklı bağıdır. Her çağın üretim tekniği ve yöntemleri o çağın toplumsal ve siyasal kurumlarına biçim ve içerik verir.

Burada sözü edilen üretici güçler, üretim araçları ve üretim bilgisi ile donanmış insanlardır. Üretim araçları, iş araçları ve işlenmemiş maddelerdir. Üretim ilişkileri ise üretim araçlarının sınıflar arasındaki dağılımı, bir başka deyişle bu araçların hangi sınıfın elinde olduğunu belirleyen ilişkilerdir.

Maddeci tarih anlayışına göre, tarihin itici gücü, yaşamın gereklerini elde etme sürecinde insanlar arası ilişkilerdir. Bu

süreçte ortaya çıkan sınıf mücadelesi insan tarihinin gidişini anlamanın gerçek anahtarıdır. Üretim her toplumsal düzenin temelidir. Tarihte görülen her toplumda ürünlerin dağıtımı, toplumun sınıflara veya tabakalara ayrılması, ne üretildiği, nasıl üretildiği (üretim biçimi) ve üretilenin nasıl el değiştirildiğine (üretim ilişkilerine) bağlıdır.

Önceki tutucu tarih görüşünde ise tarihsel değişimin nedeni, insanların düşüncelerinin değişmesidir. Değişimde siyasal etkenlerin çok önemli olduğu vurgulanır. Ancak, düşüncelerin nereden geldiği ve siyasal değişimlerin nedenleri araştırılmaz. Tarihsici kuram, tek doğru olduğunu savunan evrensel kuramlara karşı farklılığı ve kesintiyi; tarihin evrensel bir yönü olmayan, amaçsız, parçalı bir süreç olduğunu vurgular. Ancak, paradoksal olarak, kültürel kimlikleri ve uluslararasıdaki farklılıkları aşamaz ve değişmez bir anlayışla ele aldıkları için eleştiri almışlar ve ırkçı olmakla suçlanmışlardır (Larrain, 1995: 17-21).

2.4.3. İnsan, Toplum ve İdeoloji

Marks'a göre (aktaran Aron, 1994:113), her toplumda ekonomik temel ya da altyapı ve üstyapı ayırt edilir. Altyapı üretim güçleri ve ilişkilerinden oluşur. Üstyapıda ise yasal ve siyasal kurumlar, düşünme biçimi, ideolojiler ve felsefeler birlikte yer alır. Tarihsel hareketin gücü, evrimin belirli alanında üretim güçleri ile üretim ilişkileri arasındaki çelişkidir.

Marks'a göre (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990:39-41), insanlar kendi tarihlerini kendileri yapar, fakat bunu istedikleri şekilde, kendileri tarafından seçilmiş koşullar altında yapmazlar; varolan ve geçmişten aktarılan koşullar altında yaparlar.

İnsanın yaşayabilmesi yeme, içme, giyme, barınak gibi birçok şeyleri zorunlu kılar. Dolayısıyla ilk tarihsel etkinlik

bu gereksinimleri gidermek için olanakların, maddi hayatın kendisinin üretilmesidir. İkinci olarak, bir gereksinim karşılanır karşılanmaz, yenileri ortaya çıkar. Yeni gereksinimlerin üretilmesi ikinci tarihsel etkinliktir. Üçüncü tarihsel etkinlik ise aile ve toplum ilişkileridir. Toplumsal ilişki, insanların belli koşullarda, belli biçimlerde, belli sonuçlar için yöneldikleri işbirliğidir.

Marks'ın kapitalizme temel eleştirisi, kapitalizmde servetin dağıtımındaki adaletsizlik değil, işin zorunlu, yabancılaşmış, anlamsızlaştırılmış hale getirilmesidir. Yabancılaşmış bir insan hayatı, insanın özüne aykırı, doğasına uygun düşmeyen bir yaşam şeklidir. Yabancılaşma maddi alanda ya da duygu ve düşünce alanında olabilir. Örneğin iş ve emek yabancılaşmıştır, çünkü insanlar köleleşmiştir, sömürülmektedir. Ücret artışı kölelerin ödüllendirilmesinden başka bir şey değildir. İnsan, bundan başka toplumsal sınıfların varlığı nedeni ile, rekabet olgusu nedeniyle yabancılaşmıştır. Öte yandan insan emeğinin doğa üstündeki etkisiyle oluşan ürünler de insana yabancılaşmıştır. Para üreticilerin yaşamına egemendir. Kapital, üretim araçlarını gerçek yaratıcılardan ayırıp, onlara yabancılaştırarak topluma kendi yasalarının zorla kabul ettirir. Toplumsal yabancılaşmanın bir başa görünümü ise her türden fetişizmdir. Modern kapitalist toplum, teknolojiye çok değer verir ve teknolojinin ürünlerine tapar. Saygı ve değer, teknolojinin ürettiği nesnelere sunulur. İnsanlar birbirlerini değeri olmayan makine ya da araçlar gibi görürken makineler tanrılaştırılır.

Sosyalizmin amacı ise insanı işinden, öteki insanlardan, kendinden ve doğadan yabancılaşmadan kurtaracak bir üretim biçimini ve toplumsal örgütlenmeyi sağlamaktır. Sosyalizmde, insanlar rekabet içinde değil, ortaklaşa üretim yaparlar. Üretimi denetimleri altında tutarlar. Planlamaya ve bu planların uygulanmasına aktif olarak katılırlar.

Yaşama olanaklarını üretme yerine, yaşamayı kendilerine iş edinirler.

İnsanın bilinci artan üretim, gereksinimler, nüfus ve ilişkilerle yayılır ve gelişir. Tüm ahlaki kavramlar ve sistemler belli bir temele sahiptir ve toplumlara göre değişir. Sosyalist ahlak, tarihin bu döneminde mümkün olan en yüksek ahlak, çünkü burjuva yasalarının adaletsizliğini savunmak değil, çelişkilerini ortaya koymak anlamına gelir. Marks da kapitalizmin ahlaksızlığını değil, doğasında varolan çelişkileri incelemiştir.

Marksist yaklaşımın en çok çarpıtılan yanlarından biri de dinle ilgili görüşleridir. Marksist maddeci görüşte din, kitlelerin hayatından zorla kaldıracak bir yapıya sahip değildir. İstenen değişim, ancak herhangi bir düşünceyi ortaya çıkaran ve besleyen maddi koşulların değişmesiyle gerçekleşebilir. Burjuva maddecilerinin yaptığı gibi düşünenleri işkenceye tabi tutarak, zindanlara atarak, öldürerek ya da yasalar çıkararak düşünceler değiştirilemez. Tutucu kuram, insanların düşüncelerinden hareket ederek gerçeğe ulaştığı için böyle bir yol izler. Oysa Marksist maddecilik, toplumun üretim biçimi ve üretim ilişkilerinden hareket ederek düşünceye ve dini anlayışa ulaşır. Eğer dinle ilgili hurafelerin, hayallerin değiştirilmesi amaçlanıyorsa, önce bunları doğuran toplumsal koşulların değiştirilmesi gerekir (Alemdar ve Erdoğan, 1990:41). Marks'a göre (Larrain 1995:23-26), din, dünyada var olan çelişki ve acılara dayanabilmek için bir çözüm, bir ilaçtır. Alman ideologların aksine (sorunu yanlış dini düşünceler olarak gören), dini haksız düzene dayanma gücü verdiği için gerekli görür.

Marks'a göre, (Marks ve Engels, 1976:54), egemen sınıfın düşünceleri, bütün çağlarda, egemen düşüncelerdir, başka bir deyişle, toplumun egemen *maddi* gücü olan sınıf, aynı zamanda egemen *zihinsel* güçtür. Maddi üretim araçlarını elinde

bulunduran sınıf, aynı zamanda, zihinsel üretimin araçlarını da elinde bulundurur. Bu araçlar o kadar birbirinin içine girmiş durumdadırlar ki, zihinsel üretim araçlarına sahip olmayanların düşünceleri de bu egemen sınıfa bağımlıdır. Egemen düşünceler ise egemen maddi ilişkilerin fikirsel ifadesinden başka bir şey değildir; egemen düşünceler, fikirler biçiminde kavranan maddi, egemen ilişkilerdir; şu halde bir sınıfı egemen sınıf yapan ilişkilerin ifadesidirler.

Her tarihi dönemde, egemen sınıfın düşünceleri topluma egemendir. Marks'a göre, maddi üretime sahip olan veya üretimi denetleyen sınıf, aynı zamanda düşünsel üretimi de denetler. Burjuva yasalarına göre herkes düşüncesini açıklama özgürlüğüne sahiptir, fakat bunu ancak dağıtım araçlarına ve olanaklarına sahip olanlar kullanabilir. Bu nedenle Marks, düşünceyi açıklama özgürlüğünü, özellikle basın özgürlüğünü, mülkiyet özgürlüğü olarak niteler. Üretim araçlarına sahip egemen sınıfın düşünceleri, o dönemin egemen düşünceleri olur ve düşünsel üretim araçlarından yoksun olanlar bu egemenliğin altına girerler.

Marks'a göre (Alemdar ve Erdoğan, 1990:43-49), eski egemen sınıfın yerini alan her yeni sınıf, amaçlarına ulaşmak için kendi çıkarlarını toplumdaki herkesin çıkarları olarak sunmak zorundadır. Bu nedenle, çıkarlarını düşünceler halinde açıklarken, bu düşünceleri tek akılcı ve geçerli olan düşünceler olarak gösterir. Oysa tarih, amaçları peşinde giden insanların etkinliğinden başka bir şey değildir. İdeoloji ve düşünceler ise, maddi ilişkilerin ve koşulların anlatılışdır. Düşünceler, ideolojiler ve din, insandan bağımsız değildir, ancak insan tarihi üzerinde etkilidir. İnsan somut yaşam koşullarından edindiği düşüncelerle hareket ederek kendi yaşam koşullarını değiştirir.

Marksist yaklaşımda devletin toplumsal çatışmaların ötesinde bağımsız bir varlık gibi gösterilirdiği, oysa devle-

tin varlığının nedeninin, çatışan sınıfların olması gerektiği belirtilir. Devlet, toplumun zenginliğini denetim altında bulunduran egemen sınıf tarafından kullanılan bir araçtır. Egemen sınıf, bu aracı kitleleri sömürmek amacıyla kullanır. Kapitalizmden komünizme geçişte devlet önce proletaryanın devrimci diktatörlüğüne dönüşecektir. Üreticilerin, üretimi özgür ve eşit birleşme temeli üzerinde yeniden örgütlediği bir toplumda ise devlet ortadan kalkacaktır.

Marks'a göre devletin tüm öge ve birimleri de egemen sınıfın iktidarını sürdürebilmesi için ayarlanmıştır. Marksist yaklaşım, yasaların toplumsal üretim biçiminden çıktığını ve bu biçimin değişmesiyle de değiştiğini belirtir. Suçlu suç üretir. Bu üretimle toplumun üretim etkinliği arasındaki ilişkiye bakılırsa görülür ki, suçlu sadece suç üretmez, aynı zamanda, ceza hukukunu, ceza hukukçularını, ceza hukuku kitaplarını, polisleri, dedektifleri, yargıçları, avukatları ve bunların örgütlerini, hapishaneleri, gardiyanları, işkence aletlerini de üretir. Marks'a göre suçun üretici etkileri makinelerin icadını teşvik eden işçi grevleri kadar büyüktür.

Toplumsal değişim ve siyasal devrimlerin nihai nedenleri insanın düşüncesinde ya da adalet anlayışında değil, üretim biçimi ve ilişkilerindeki değişimde aranmalıdır. Toplum gelişiminin belli bir döneminde, maddi üretim güçleri, varolan üretim ilişkileriyle çelişkiye düşer. Bu da üretim güçlerinin gelişmesinden dolayı üretim ilişkilerinin toplumsal değişime engel olmasıyla ortaya çıkar. Bunun sonucu bir toplumsal devrim dönemi başlar. Bu devrim süresince ekonomik temelin değişmesiyle, tüm üstyapı az çok değişir.

Savaş, barışı bozan bir saldırı değil, politikanın başka araçlarla devamıdır. Sınıflı toplumlarda belli koşullarda kaçınılmaz olan iç savaş doğaldır, sınıf mücadelesinin geliştiğini, şiddetlendiğini ve sürdüğünü gösterir. Ancak, sosyalist toplum sisteminde insanlığın sınıflara ayrılması, insanın insanı ve

bir ülkenin diğerini sömürmesi ortadan kalkınca tüm savaş olasılıkları da ortadan kalkacaktır.

Marks ve Engels ilk eserlerinde sömürgeciliği pozitif olarak değerlendirirken (geri kalmış ülkelerin boyun eğişlerini haklı görmek için), 1860'tan sonra sömürgeciliğe eleştirel bir bakış geliştirdiler. Yeni dünyanın maddi temelini yaratma süreci yerini sömürge ülkelerinin geri konumda bırakılmaları olasılığına bıraktı. Ancak, burada bile ülkelere ırkçı bir önyargı ile bakmakla eleştirildiler. Örneğin, Latin Amerika ile ilgili düşünceleri (boyun eğmesi gereken ülkeler) değişmezken İrlanda ve Asya ile ilgili yeni düşünceler geliştirdiler. İrlanda'da İngiliz sömürgeciliğine karşı çıkıyorlar; Meksika'nın sömürgeleşmesini Kuzey Amerika'daki kapitalizmin gelişmesi ve bölgedeki proletarya hareketinin güçlenmesi için gerekli görüyorlardı. Öz bir anlatımla, ülkeleri kendilerini geliştirme şansına sahip olan ve olmayan ülkeler olarak ayırmışlar ve çifte standart uygulamışlardır (Larrain 1995:26-33).

2.4.4. Emperyalizm

Marksist görüşte emperyalizm, kapitalizmin en yüksek aşamasıdır, kapitalizmin temel özelliklerinin gelişmesi ve kendi içinde oluşan zıtlara dönmesi ile ortaya çıkmıştır. Emperyalizmde (Erdoğan ve Alemdar 1990: 49-50):

1. Firmaların büyümesi ve çeşitli şekillerde birleşmesiyle tekeller ortaya çıkmıştır. Böylece, ekonomik bakımdan serbest rekabetin yerini tekel pazarı almıştır.
2. Küçük sanayi yerini büyük sanayie bırakmıştır.
3. Banka sermayesi sanayi sermayesi ile birleşerek finans sermayesini ve finans oligarşisini oluşturmuştur.
4. Sermaye ihracı mal ihracı üzerinde egemenlik kurmuştur

5. Tekeller, uluslararası kapitalist tekelleri kurmuşlardır (bugünkü çokuluslu şirketler gibi)
6. Güçlü kapitalistler tarafından dünyanın paylaşılması tamamlanmıştır ve ilerideki çatışmalar yeniden paylaşım için olacaktır.

Emperyalizm, eşitsiz bir ilişkinin ürünüdür ve bu eşitsizlik, zayıf tarafın yararına çalışmamaktadır. Emperyalist ilişkide merkez ülkenin egemen güçleri, çevre ülkenin egemen güçlerine nüfuz ederler, böylece her ikisinin egemen güçlerinin yararına işleyen bir süreç yaratılır. Merkez ve çevre ülkelerin egemen güçleri arasında bir ittifak kurulurken, her iki ülkenin çalışan sınıfları arasında bir ittifakın doğması ise önlenmeye çalışılır (Özcan, 1983:14).

Emperyalizmde üretim toplumsallaşır, ancak malvarlığı özel ellerde kalır. Finans kapital veya artıkeğer, ülkedeki yaşam koşullarını yükseltmek için değil, geri ülkelere sermaye ihraç ederek kârı artırmak için kullanılır. Sermaye az, toprağın fiyatı düşük, ücretler düşük ve hammadde ucuz olduğundan geri ülkelerde kâr genellikle yüksektir. Bu nedenle, bugün Amerikan firmalarının çoğu, bu geri ülkelere kaymıştır. Tekelci sermaye, kurduğu bankalar ve şubeleriyle de dünyaya yayılmıştır. Geri ülkelerden emperyalist ülkelere daha iyi yaşam umuduyla göç eden kitlelerin artışı ise ABD, Almanya ve İngiltere gibi ülkelerin en büyük sorunlarından birini oluşturmaktadır.

Emperyalist aşamada, ulusların sonu, demokrasinin sonu, siyasetin sonu gibi kavramlar ortaya atılmaktadır (Guehenno, 1993). Bu görüşlere göre, insan etkinlikleri coğrafi mekanları aştıkça insanların ve ekonominin hareketliliği coğrafya üzerindeki bölgeleri paramparça ettikçe, her şey değişmektedir. Gücün siyasal, kültürel, ekonomik ve askeri boyutlarını tek bir çerçeve içinde birleştirme iddiasındaki ulus-devlet, yeteneklerini federal bir ilkeye göre yeniden dağıtsa bile, gücün

mekansallığı içinde hapsolmuştur. Mekan önemli bir özellik olmaktan çıkıp küresel bir boyuta taşınmıştır. Guehenno (1993:25), dünyanın bu yapılanmasını “imparatorusuz bir imparatorluk” olarak tanımlamaktadır.

19. yüzyılın başlarında yazılan romantik bilim kurgu romanlarında (H.G.Wells'in *The Time Machine*'i) ve günümüzdeki modern bilim kurgu roman ve filmlerinde (*Star Wars*), Batı'nın dünyayı ele geçirme ve ona hükmetme tutkusu dramatize edilmektedir. *The Time Machine* (Zaman Makinesi) romanın yazıldığı İngiltere Victoria döneminin özelliklerini 800.000 yıl ileriye taşıırken emperyalizmi ve modernizmi birleştiren bir özellik taşımaktadır (Cantor & Hufnagel 2006). Birçok bilim kurgu roman ve filmlerinde kimyasal, biyolojik ve genetik emperyalizm savaşlarından bahsedilmektedir (Latham 2007). Bu roman ve filmler İnsanın sınırsız güç kazanma ve hükmetme özelliğini ortaya koyan dikkatle değerlendirilmesi gereken yapıtlardır Dünyayı ele geçirme tutkusu emperyalist güçler için her türlü silahın kullanılmasını olağan hale getirmiştir. 21. yüzyılda, emperyalizmin boyutu değişmektedir. Dünyanın ekolojik dengesinin bozulması, çevresel kirlenme, atmosferin ısınması kapitalist emperyalizmin tüketim ve dünyayı hor kullanma çılgınlığından kaynaklanmaktadır.

ANAAKIM İLETİŞİM KURAMLARINDA ÇİZGİSEL, SOSYO-PSİKOLOJİK ve TOPLUMSAL YAKLAŞIMLAR

3.1. Çizgisel Yaklaşım

İletişim alanında araştırma yapma isteğinin temelinde eğitim, propaganda, telekomünikasyon, reklam ve halkla ilişkiler alanında etkiyi artırma ve test etme isteği yatar. İletişim alanındaki araştırma çalışmaları pratik kaygılarla başlamış, psikoloji ve sosyolojideki gelişmelerle beslenmiştir. II. Dünya Savaşı sonrasına gelene kadar iletişim alanında önemli bir gelişme olmamıştır. İlk ampirik araştırmalar, büyük ölçüde ABD’de yapılmaya başlanmış, bir iletişim biliminden söz edilemeyeceği yönündeki ilk tartışmalar da bu ülkede başlamıştır. 1950’li yıllar model kurma çalışmalarının verimli olduğu ve geliştirilen modellerle iletişim çalışmalarında birlik sağlama ve büyüme arayışının görüldüğü yıllardır (McQuail ve Windahl, 1993:7). Anaakım iletişim çalışmalarına temel olan ilk modeller Lasswell, Shannon ve Weaver tarafından geliştirilmiştir.

3.1.1. Lasswell Modeli (1948)

Amerikalı siyaset bilimci Harold D. Lasswell, 1948 yılında *The Communication Of Ideas* adlı eserinde ünlü “Kim, neyi, hangi kanaldan, kime, hangi etkiyle söyler” formülünü ortaya attı. Bu formül, aslında Lasswell’in 1936’da siyaset biliminin temel sorusu olarak ortaya attığı “Kim, neyi, ne zaman, nasıl

elde eder” paradigmasının kitle iletişim alanına uyarlanmasıdır. Lasswell’in, iletişim araştırmalarının farklı yönlerini belirtmek için kullandığı bu formülü, daha sonraki kitle iletişim araştırmalarını sorulan sorulara yanıt bulmaya yöneltmiştir.



Şekil 1 - Lasswell Modelinde Araştırma Alanları

Kim sorusu ile ilgili araştırmalar iletişimcinin/göndericinin toplumsal ve kişisel özellikleri, güvenilirliği, inanırlığı gibi konular üzerinde durmuştur. İletile ilgili çözümlemeler içeriğin sınıflandırılması, belirttiği anlamlar, iletinin istenilen etkiyi ortaya çıkartmadaki yapısal nitelikleri, iletinin ima ettikleri, ortak kültürel etkinliklerle ilişkisi ve 1970’lerin ikinci yarısından sonra da ideoloji kavramı üzerinde durmuştur. Kanalla ilgili araştırmalar araç sayısı, üretim, dağıtım ve tüketimle ilgili istatistikleri kapsar.

Etki araştırmaları ise anayol iletişim araştırmalarının üzerinde en çok zaman ve para harcadıkları araştırmalar olmuştur. “Etki, izleyicide iletişim sürecindeki öğeler tarafından oluşturulan gözlenebilir ve ölçülebilir değişim olarak tanımlanır. Bu öğelerden her birinde yapılacak herhangi bir değişim etkide de değişiklik yapar” (Alemdar ve Erdoğan, 1990:67).

Lasswell’in modelinde hedef yani iletiyi alan kişiler, pasif hedefler olarak görülür. Hedefe istenen etkinin yapılabilmesi kaynak, kanal, ileti, verici ve alıcı araçlarla ilgili sorunların çözülmesine bağlıdır. Pasif izleyici görüşü kullanışlar ve doyumlar yaklaşımının egemen olmasına kadar geçerliliğini sürdürmüştür.

R. Braddock, 1958 yılında yayınlanan *An Extension Of the Lasswell Formula* adlı makalesinde, Lasswell'in formülüne ek olarak iletişim eyleminin iki yönüne daha dikkat çeker. Braddock'a göre, iletinin hangi koşullar altında gönderildiği ve kaynağın bir şey söylerken ne gibi bir amaçla söylediğini de dikkate almak gerekir (aktaran McQuail ve Windahl, 1993:16).

Lasswell, formülünde etki konusunu temel sorun olarak ele alır. Bu nedenle de iletişimi temelde bir ikna etme süreci olarak görür. İletilerin her zaman etkileyici olduğunu ve bir etki oluşturduğunu varsayar. McQuail'e göre (17), bu tür modeller, özellikle kitle iletişiminin etkilerini abartma eğilimindeki görüşlere katkıda bulunmuştur. Ancak, Lasswell'in ilgisini özellikle siyasi iletişim ve propaganda süreci üzerinde yoğunlaştırdığı düşünülürse, modelin formüle edildiği zamanın genel yaklaşım biçimini yansıttığı görülür.

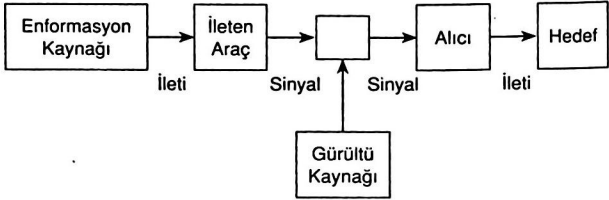
J.W. Carey'e göre de (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990:67) Lasswell'in formülü, iletişimi iletilenin denetimi amacıyla yayımlaması olarak tanımlar, tek anlam kaynağının ileti göndericide olduğunu, izleyicilerin pasif alıcılar olduğunu belirtir. Modelde kaynağın iletisi "neden" ve davranış değişikliği "etki" olarak belirlenir.

Lasswell'e getirilen bir diğer eleştiri de iletişimin geri bildirim yönünü yani, feedback ögesini ihmal etmiş olmasıdır.

3.1.2. Enformasyon Kuramı ve Shannon-Weaver Modeli (1949)

Matematikçi Claude E. Shannon ve Waren Weaver'in, *Matematiksel İletişim Kuramı*, anaakım iletişim kuramlarının temelini oluşturur. Sosyal bilimcilerin iletişim konusundaki fikirlerini modeller halinde formüle edebilmelerinde matematiksel iletişim kuramı yol gösterici olmuştur. Shannon ve Weaver, Bell telefon araştırma laboratuvarlarında, telefon

kablosu ve radyo dalgası gibi iletişim kanallarının en verimli biçimde kullanılabilmesinin yollarını ararken bu modeli geliştirdiler. İlk olarak 1947'de *Bell System Technical Journal*'de yayınlanan bu model, tek yönlü ve çizgisel bir iletişim sürecini ortaya koyar.



Şekil 2 - Enformasyon Modeli

Kaynak: McQuail ve Windahl, 1993:19

Bu modelde, sürecin ilk ögesi enformasyon kaynağıdır. Bir sonraki aşamada, ileti verici tarafından sinyal haline getirilir. Bu sinyallerin alıcıya giden kanalın özelliklerine uygun hale getirilmesi gerekir. Alıcı ise, aldığı sinyallerden iletiyi yeniden yapılandırır ve daha sonra alınan ileti hedefe ulaşır (McQuail ve Windahl, 1993:19).

Shannon ve Weaver, iletişim araştırmalarından üç sorun düzeyinde söz etmişlerdir (Fiske, 1990:22-25). Bunlar: Teknik sorunlar (iletişim simgeleri ne kadar kusursuz aktarılabilir?), anlamsal sorunlar (aktarılan simgeler istenilen anlamları ne kadar kesinlikle iletebilir?), etkinlik sorunları (alınan anlamlar davranışı istenilen yönde ne ölçüde etkiler?).

Teknik sorunlar anlaşılması en kolay olandır. Anlamsal sorunların belirlenmesi kolay, çözümü zordur; alanı da oldukça geniştir. Shannon ve Weaver'e göre, anlam iletide gizlidir; kodlama süreci geliştirilirse, anlamsal doğruluk da artacaktır. Etkinlik sorunlarına bakışları ise, iletişimi yönlendirme ve

propaganda olarak gördüklerini ima eder. Araştırmacılar bu sorunu fazla kurcalamamakta, üç sorun düzeyinin birbirleriyle ilişkili olduğunu ifade ederek sorunu geçiştirmektedirler. Onlar için, her üç düzeyde iletişimi araştırmanın gerekçesi, sürecin doğruluğunun ve etkinliğinin nasıl artırılabilceği sorunudur.

Shannon ve Weaver, yukarıda açıklanan her üç sorunla aynı biçimde ilgilendiklerini söylemekle birlikte, çalışmalarını teknik düzey üzerinde yoğunlaştırmışlardır. Enformasyon terimini de teknik anlamda kullanmaktadırlar. Burada sözü edilen enformasyon, sinyalin kestirilebilirlik ölçüsüdür, bir başka deyişle, göndericisine açık olan seçeneklerin sayısıdır; sinyalin içeriği ile ilişkisi yoktur. Sinyal, havadaki ses dalgası, ışık dalgası, elektrik akımı veya dokunma olabilir. Verilen şifre, iki sinyalden alınabilir; örneğin bir el fenerinin bir kez ya da iki kez yanması gibi. Bu sinyallerde içerilen enformasyon tek parıltı “evet”, iki parıltı “hayır” anlamına gelebilir ya da başka anlamlar içerebilir. Enformasyonu ölçmek için “binary digit” (ikili sayılar) terimi kullanılır. “Bit”, “binary digit” teriminin sıkıştırılmış halidir; evet/hayır seçeneği anlamına gelir. Bu ikili karşıtlıklar bilgisayar dilinin temelidir. Psikologlar beynimizin de aynı biçimde karşıtlıklar temelinde çalıştığını iddia eder. Örneğin, bir kişinin mesleğini bulmak için ikili seçenekle işlem yaparız: kamu sektörü mü?, özel sektör mü?; hizmet sektörü mü?, sanayi mi?; yönetici mi?, işçi mi? Bu ve bunun gibi sorular ve verilen yanıtlarla kişinin mesleğini bulabiliriz.

İletişim süreci sırasında sinyale enformasyon kaynağı tarafından yüklenmeyen bazı şeyler eklenebilir. Bunlara «gürültü» (noise) denir. Gürültü, kaynağın amaçladığı iletiyi bozan, alıcının iletiyi kaynağın alınmasını istediği biçimde almasına müdahale eden herhangi bir şeydir.

Matematiksel iletişim modelinde gönderilecek enformasyon, olası iletiler arasından seçilir. Burada, iletilerin sayısı

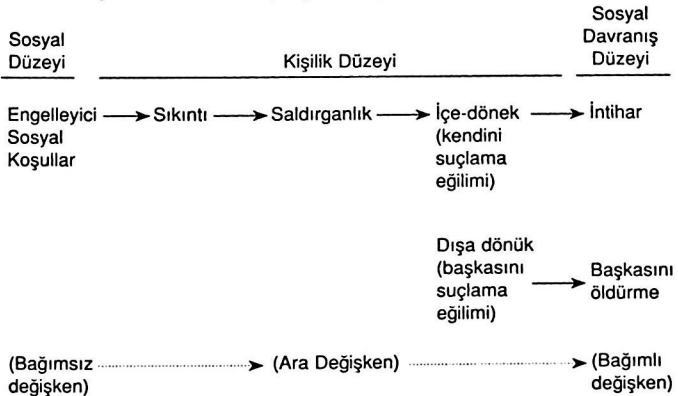
artıkça seçimde olasılık önemli bir rol oynamaya başlar. İletişim sürecinde her olasılık bir önce seçilene bağlıdır ve her seçimden sonra bilinirlik olasılığı çoğalır. Bir iletinin kendisini kestirilebilir kılan niteliğine 'fazlalık' (redundancy), bunun aksine de 'yoksunluk' (entropy) denir. Fazlalık yüksek derecedeki, yoksunluk ise düşük derecedeki bilinirliğin sonucudur. Fazlalık iletişimde sadece yararlı değil, aynı zamanda çok önemlidir. Shannon ve Weaver, fazlalığın kod açımında kusursuzluğa, yanlışları bulmaya yardım ettiğini ve gürültülü bir kanaldaki yetersizliği gidermeye katkıda bulunduğunu belirtirler. Ayrıca, fazlalık bir iletinin yayımında anlamla ilgili sorunların çözümüne de yardım eder. Öte yandan fazlalık, toplumsal ilişkilerde de önemli rol oynar. Birine 'merhaba' dediğimizde, bu ileti enformasyon bakımından yoksundur, tamamen fazlalıktır. Fakat bu fazlalık iletişim kanallarını açık tutar, ilişkiyi devam ettirir. 'Merhaba', 'Nasılsınız', 'Bugün hava çok güzel, değil mi?', 'iyi günler', vb. sözcüklerle kurulan iletişim içerik bakımından önemsiz bir iletişimdir. Bu tür iletişime ilişki amaçlı iletişim (Pathic Communication) diyoruz. İlişki amaçlı iletişim, bilgi veya fikir değiş tokuşundan çok bir atmosfer yaratma veya toplumsal ilişkiyi sürdürme amacıyla gerçekleştirilen iletişimdir (Mutlu, 1998:182-183). İlişkilerin kurulması ve sürdürülmesinde önemlidir.

Görüldüğü gibi matematiksel iletişim kuramı, iletişimi, iletinin vericiden alıcıya doğrudan aktarılması olarak tanımlar ve bu aktarmanın tamamlanmasının kaynağın iletişimi alıcıya kabul ettirmesi ve istediği yönde uygulaması niteliğine bağlı olduğunu belirtir. Teknolojik sorunlar, insanlarla ilgili sorunlardan farklı olmasına karşın, matematiksel iletişim kuramı, daha sonraki insan iletişimi modellerini etkilemiştir. Shannon ve Weaver'in geliştirdiği model, davranış ve dil bilimciler tarafından bir analogik model olarak kullanılmaktadır (McQuail ve Windahl, 1993:18). Bu kuram, iletişimde oy verme, cinsel sapıklık, taklitçi zorbalık, tecavüz gibi davra-

nışlarda ya da tutumlarda iletişimin yaptığı etkileri ölçerek denenmiştir. Kuramın doğrudan bir sonucu da 1980'lerden itibaren sıkça görülen dijital iletişim teknolojisidir.

3.2. Sosyo-Psikolojik Yaklaşım

Kağıtçıbaşı'na göre (1982:4-6), salt psikolojik bir görüş kişinin içinde yaşadığı toplumun özelliklerini hesaba katmaz; kişiyi toplumdan soyutlanmış, boşlukta bir birey gibi değerlendirir. Salt sosyolojik yaklaşım da toplum içindeki bireyin özelliklerini hesaba katmaz; kişi toplumda bir konumu olan ve sosyal bir rol oynayan öznedir. Bugünkü toplumbilimciler ve psikologlar, bu dar görüşü kabul etmemekle beraber, genel eğilim bu yöndedir. Sosyo-psikolojik yaklaşım ise şöyle bir örnekle açıklanabilir. Sosyo-psikolojik



Kaynak: Kağıtçıbaşı, 1982:6

yaklaşım ile intihar ve adam öldürme nedenlerinin incelendiği araştırmada sosyal koşullar, kişilik düzeyi ve sosyal davranış düzeyi birlikte incelenir. Kişi kendisini bazı eylemleri yap-

maktan alıkoyan koşullar ve içindeki sıkıntı bir araya geldiğinde intihara kalkışabilir. Bu sıkıntı dışa dönükse cinayet işleyebilir.

Benzer şekilde medya etkileri araştırmalarında kişinin içinde yaşadığı toplumsal koşullar (kültür, konum, gelir düzeyi, vb.) ile kişisel psikolojik özellikleri bir arada incelenirse daha anlamlı etki sonuçları elde edilebilir. Bu nedenle, sosyo-psikolojik yaklaşım, etki araştırmalarında önemli yer tutar.

Sosyo-psikolojik modeller, iletişimi ve kitle iletişimini genel olarak çizgisellikten çıkarır; toplumsal yapı ve kişileri, içinde buldukları sosyo-psikolojik durumlar bağlamında ele alırlar. İletişimi toplumdan ve kişilerin toplumla olan bağlantısından soyutlanmış tek başına bir anlam aktarma süreci olarak değil, toplumsal yapı içinde karmaşık bir süreç olarak açıklamaya çalışırlar.

Psikolojideki gelişmeler, 1920'lerden itibaren iletişim araştırmalarında güçlü bir etkiye sahip olmuştur. Bu etki, öncelikle sosyal ve eğitsel psikoloji alanlarından kaynaklanmaktadır. Özellikle Allport'un çalışmalarından sonra sosyal psikolojiye ilgi artmıştır. Sosyal psikoloji araştırmalarının iletişim alanındaki yansımaları ise daha çok 'etki' konusunda ortaya çıkar. İletişimin, özellikle iletinin etkisi, ana akım iletişim araştırmacılarının üzerinde en çok durdukları konu olmuştur.

Shannon ve Weaver'in Matematiksel İletişim Modelinde hedef, iletişim sürecinde etkilenmesi istenen öğedir. Lasswell de, "kim, neyi, hangi kanaldan, kime, hangi etkiyle söyler" biçimindeki formülünde Shannon ve Weaver gibi, etki konusunu temel sorun olarak alır. Kitle iletişim araştırmacılarının çoğu Lasswell'in modelini kullanmıştır. Propaganda, reklam, kitle kampanyası, geri kalmış bölgelerin modernleşmesi ve diğer 'etki elde etme' biçimleri konusundaki araştırmalar, özellikle 1960'lara kadar olanlar, bu yaklaşımı temel almışlardır.

İletişim araştırmalarında sosyo-psikolojik yaklaşım, iletişim sürecinde etki üzerinde durmaktadır. İletişimde “etki” konusunun daha iyi anlaşılabilmesi için önce bazı kavramların gözden geçirilmesi gerekir. Bu amaçla güdü ve güdülenme, algı, tutum ve propaganda konularını kısaca gözden geçirecek, daha sonra da bu konulardaki kuram ve araştırmaları inceleyeceğiz.

3.2.1. Güdü ve Güdüleme

Güdü, “insanın davranışını bir hedefin gerçekleşmesine ya da bir nesneyi elde etmeye doğru yönelten ya da uyaran içsel bir güç”tür (Mutlu, 1998:147). Güdülenme ise “bireyin eylem yönünü, gücünü ve öncelik sırasını belirleyen iç veya dış bir uyarıcının etkisiyle harekete geçmesidir” (İnceoğlu, 1985:2-3). Güdüleme (motivasyon), kısaca harekete getirmek demektir. Harekete getiren ise “güdü”dür (motiv). Gdüler, doğrudan doğruya idare ve kontrol edilemezler, doğrudan doğruya gözlemlenemezler, ancak davranışların gözlenmesi yoluyla anlaşılırlar. Örneğin, bir organizma yiyeceğe doğru yöneliyorsa açlık güdüsü, lüks tüketime yöneliyorsa lüks güdüsü bulunduğunu anlarız.

Birbirinden farklı davranışlar aynı biçimde güdülenmiş olabilirler. Örneğin, futbol oynamak, zengin olmak ya da resim yapmakla bir birey kendini gösterme güdüsü ile hareket ediyor olabilir. Bazen de aynı davranışlar, çeşitli güdülerin sonucu olabilirler. Örneğin, bir cinayet korkunun, öfkenin, şehvetin ya da açgözlülüğün etkileriyle işlenebilir.

Gdüleri doğasal ve toplumsal olarak ikiye ayırabiliriz:

Doğasal güdüler, yaratılıştan gelen, insanların doğaları ile ilgili, bütün insanlarda ortak olan güdülerdir. Ancak bunların doyurulma biçimleri toplumlara, kültürlere ve çevrelere göre değişir. Açlık, susuzluk, uyku, nefes alıp verme,

fazla maddelerin vücuttan atılması gibi güdüler doğasal güdülerdir. Toplumsal güdüler ise toplumdan kaynaklanan güdülerdir. Toplumsallık, bir arada yaşama, kazanç isteği, hükmetme isteği gibi güdüler toplumsal güdülerdir. Pek çok güdü, toplumsal ilişkiler sonucu oluşur. Örneğin; yüz yüze iletişim, konferanslar, kitap gazete okuma, radyo, televizyon izleme gibi.

Festinger'in tezine göre (Kağıtçıbaşı, 1982:145), eğer bir kişinin sahip olduğu inanç, bilgi ya da tutum yine o kişinin sahip olduğu bir başka inanç, bilgi ya da tutumun tersini gerektirirse, bu iki inanç, bilgi ya da tutum arasında bilişsel çelişki vardır. Örneğin, 'sigara kanser yapar, ben de sigara tirkasiyim' cümlesindeki çelişki kişide sıkıntı yaratır. Bu sıkıntıdan kurtulmak için güdülenme meydana gelir. Başka bir deyişle, çelişki durumunun varlığı kişinin bu durumdan kurtulması için yeterli bir güdü olur.

3.2.2. Algı ve Algılama

Bir insanın belli bir yönde eyleme geçebilmesi için ön koşul, o insanın o yönde bir seçeneğin varlığını bilmesi ve bu bilgiyi algılamasıdır. Algılama bilincin ilk ögesidir. Bu nedenle yüzyıllardır felsefeci ve bilim adamlarının başlıca ilgi alanlarından biri olmuştur. İnsanın dış dünyadaki soyut/somut nesnelere ilişki kurması, bu nesnelere hakkında birtakım yargılarda bulunması, bu nesnelere ilişkin bir davranış benimsemesi, duyu organlarının bu nesnelere ilişkin olarak iletmediği mesajlar aracılığıyla olur. "Algılama, dış dünyadaki soyut/somut nesnelere ilişkin olarak aldığımız duyumsal enformasyondur" (İnceoğlu, 1985:10). İnsanın yakınındaki dünyadan etkin bir şekilde malzeme seçimi yapması ve bu malzemeyi anlamlandırması anlamına gelmektedir. Bu yönüyle de duyu organlarıyla işleyen edilgin duyumsama sürecinden farklıdır. Duyular bize bir şeyin 'soğuk', 'tatlı', 'yumuşak' ya da 'mavi'

olduğunu iletirler. Oysa bu nitelikler bazı nesnelere ait olan özelliklerdir. Örneğin, hava soğuktur, pasta tatlıdır. Buradaki 'soğuk' ve 'tatlı' gibi ileteler bizim duyu organlarıyla aldığımız ileteleri, bu duyuların nesnelere ilişkilendirilmesi ise algılarımızı oluşturur.

Algılama, duyuları anlam şemaları içine oturtma işlemi olduğundan 'anlam vermek olarak algılama' sürecinde kültürel etkenlerin önemli bir rolü vardır. Her kültür duyumsal verileri kendine göre bir şemaya uygun biçimde anlama dönüştürür.

3.2.3. Tutum ve Tutum Değişikliği

Tutum kavramı, Amerikan sosyal psikolojisi içinde önemli bir yer tutar. Kitle iletişim araştırmalarının önemli bir sorunu da gruplar ve çeşitli toplum kesitleri içindeki bireylerin tepki kalıpları ile iletişim sürecinin karşılıklı durumudur. İnsan davranışlarındaki tutarlılıklar ya da kalıplar, iletişim sürecinin iletişimcinin amaçladığı biçimde işleyebilmesi için iletişimcinin yararlanacağı olanaklar arasındadır. Dolayısıyla iletişimde etki araştırmaları, tutumların nitelikleri ve tutum değişimi konularıyla yakından ilişkilidir.

Allport'a göre tutum, "bireyin bütün nesnelere karşı göstereceği tepkiler ve durumlar üzerinde yönlendirici veya etkin bir güç oluşturan ve deneyimlerle örgütlenen, ussal ve sinirsel bir davranışta bulunmaya hazır olma halidir" (Hartley, vd.1985:11). Smith'e göre tutum, "bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir (aktaran Kağıtçıbaşı, 1982:84). Tutum, deneyimin ürünü olmakla beraber kendinden sonraki deneyimler için yönlendirici bir etken oluşturur. Tutumlar dinamiktir ve bireyi örgütledikleri nesnelere aranması yönünde harekete geçirirler.

Bir bireyin tutumları, bilgisi, grup ilgileri ve kişilik yapısı ile belirlenir. Tutumların kaynağı ile ilgili olarak Allport'un klasik kabul edilen dört koşulu vardır (aktaran İnceoğlu, 1985:15):

1. Aynı tipten deneyimlerin artması sonucu insanda o konu ile ilgili tutumlar oluşur.
2. Birinci koşulla biriken deney, bireyselleşme, farklılaşma ve ayrılma sayesinde desteklenir. Tutum özelleşir ve belli bir tutum benzerlerinden ayrılır.
3. Kuvvetli bir etkileyici veya dramatik bir deneyin meydana gelmesi bir tutumun kaynağı olabilir. Örneğin, Ermenilerden nefret eden birinin hayatını, bir Ermeni kurtarmışsa o kişi Ermenilere karşı olumlu bir tutum geliştirebilir.
4. Tutumlar ana babayı, öğretmenleri, arkadaşları ve benzerlerini taklit yolu ile yani hazır olarak elde edilir.

Tutum değişimi ise ikna-uyum süreçlerini içerir. Tutumlar, iki biçimde değişirler:

1. Aynı Yönlü Değişme: Belli bir konu ile ilgili olumlu veya olumsuz tutumun şiddetini değiştirmektir. Örneğin, belli bir ürününü tüketilmesine ilişkin olumlu bir tutumun daha olumlu, olumsuz bir tutumun daha olumsuz hale gelmesi.
2. Ters Yönlü Değişme: Belli bir konu ile ilgili olumlu bir tutumun olumsuz, olumsuz bir tutumun olumlu hale gelmesi.

Aynı yönlü değişme, ters yöndeki değişmeden daha kolaydır. Tutumların değişebilme derecesi ise

- a) Tutum sisteminin özelliklerine
- b) Bireyin kişiliğine
- c) Grup ilgilerine bağlıdır.

Tutumun bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç boyutu vardır. Bilişsel boyut, tutum nesnesine ilişkin düşünce, bilgi ve inançlardan oluşur. Duygusal boyut, tutum nesnesine ilişkin duygu ve değerlendirmeleri kapsar. Davranışsal boyut ise bilişsel ve duygusal boyut yönünde davranışta bulunmayı içerir. Örneğin; Ahmet, kadınların çalışması konusunda tutucu bir tutuma sahiptir. Bu tutumunun düşünsel boyutunda kadınların çalışmasının çocukların ihmeline, ailede huzursuzluğa yol açacağı görüşü vardır. Duygusal boyutunda Ahmet eşinin çalışmasına karşı çıkabilir. Davranışsal boyutunda ise çalışmak isteyen eşiyile kavga edebilir.

Basit Tutum-Davranış İlişkisi

Tutum	—————	Davranış
(atıf yapılır)		(gözlenir)

Bazı ortamlarda bireylere hiçbir sorumluluk yüklenmediğinden ya da baskı yapılmadığından tutumlar rahatça davranışa yol açabilir. Buna karşılık bazı ortamlarda var olan bir tutumun davranışa dönüşmesi güçtür. İçinde bulunulan ortam buna engel olur.

Kanaat da tutumlarla yakından ilgilidir. Örneğin, birinden nefret etmemiz ona karşı geliştirdiğimiz bir tutumdur. Bu kimsenin bize karşı kötü davranışlarda bulunabileceğini düşünmemiz ve kafamızda şekillendirmemiz ise bizim o kişinin davranışları konusundaki kanaatlerimizi oluşturur. Basit bir anlatımla, kanaatlere sözsöz tutumlar diyebiliriz. “Çok basit ve tartışmaya yer vermeyen inançlara ise önyargı (peşin hüküm) denir” (Yüksel, 1994:23). Örneğin, “balık yoğurtla yenmez”, “şu ırk bu ırktan üstündür” gibi inançlar birer önyargıdır.

Sosyo-psikolojik araştırmalarda tutumun şiddeti, karmaşıklığı, diğer tutumlarla ilişkisi ve merkeziliği, öğeler-arası

ve tutumlar arası tutarlılığı önemli bir yer tutar (Kağıtçıbaşı, 1982:88-94). Tutumun gücü, her üç ögenin (bilişsel, duygusal, davranışsal) gücünün toplamına eşittir. Örneğin, aynı partiye oy veren Zeynep ile Ayşe'nin oy verme davranışı aynı güce sahiptir. Ancak; Ayşe partisini daha çok sevmektedir, bir başka deyişle tutumunun duygusal ögesi daha güçlüdür. Zeynep ise partisine diğer partilerden daha iyi gördüğü için oy vermektedir; tutumunun duygusal ögesi Ayşe'ye göre daha zayıftır. Bu güç derecesi, onları oy davranışı dışında daha başka anlamlı davranışlara yöneltebilir veya yöneltmeyebilir.

Tutumlar, öğelerinin karmaşıklığı bakımından da farklılıklar gösterirler. Örneğin bir parti ile ilgili sadece yüzeysel bilgiye sahip (bilişsel) biriyle parti ile ilgili çok karmaşık bilgilere sahip birinin tutumu arasında duygusal bakımdan da farklılıklar yaşanır. Çok bilgili biri karmaşık davranışsal ilişkilere girebilir, bilgisi karmaşık olmayan kişinin davranışı diğerine göre daha yalındır.

Tutumsal öğeler (bilişsel, duygusal ve davranışsal) arası tutarlılık şöyle bir örnekle açıklanabilir. Sol görüşün yararlı olduğu konusunda olumlu bir görüşe (bilişsel) sahip biri, olumlu duygusal öğeye de sahiptir, davranışsal öge de olumludur. Bir başkası ise, sol görüş hakkında olumlu düşüncelere sahip olmasına karşın, oy vermenin bir işe yaramayacağını, elinden bir şey gelmeyeceğini düşünebilir. Bu nedenle kişinin tutumu ile davranışı tutarlı olmaz, sol tutum da bu tutarsızlık nedeniyle iyice yerleşip güçlü hale gelemez.

Tutumlar arası tutarlılıkta davranışlar da önemlidir. Bu konu psikologlar arasında tartışmaya neden olsa da, genelde kabul edilen bir görüştür. Bir tutum, diğer benzer tutumlarla bir tutarlılık gösterir. Örneğin, Faşist eğilimli bir kişilik, yetkeci (baskıcı) bütün görüşleri bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutta destekler.

Tutum kavramı, “Amerikan sosyal psikolojisinin temel taşı”dır (Allport’dan aktaran Milburn 1998:26). Psikologlar tutumları, alışılmış olarak, değişik bir dizi tutum ölçeği ile ölçmektedirler. İnançlar (bilişsel), tutumlar (duygusal) ve davranışlar arasında ilişki modelleri geliştirilmiş, her birinin gücünün istatistiksel ölçümleri yapılmıştır. Örneğin; bir sonucun gerçekleşmesi olasılığı bireyin o sonucun gerçekleşmesine ilişkin duygusunun olumluluk veya olumsuzluk derecesi ile çarpıldıktan sonra elde edilmektedir. Fishbein ve Ajzen (aktaran Milburn:28), Mantıksal (ussal) Eylem Kuramı olarak tanımladıkları inanç, tutum, davranış arasındaki ilişki modelini şöyle formüle etmişlerdir:

$$T = \sum bi.ei$$

Burada T, bir kişinin belirli bir nesne ya da davranışa ilişkin tutumunu; her *bi*, bu nesne ya da davranışa ilişkin bir inancı ve her *ei* de kişinin o inanca verdiği olumlu ya da olumsuz değeri belirtir. Her *bi*’nin her *ei* ile çarpımı davranışa ilişkin tutumun şiddetini belirler. Bunu Türkiye’ye uyarladığımız bir örnekle açıklayalım. AKP’ye karşı CHP’ye oy veren bir kişi vergilerin artırılmasının adaletsizliğini, eğitime daha fazla para ayrılmasını ve kamu personeli harcamalarının kısılmasını düşünebilir. Bu üç inanç, bireyin bu inançlara verdiği değerle çarpılır. Kişi vergilerin artırılmasını istememektedir (CHP de istememektedir, olumlu), kamu personeli harcamalarına karşıdır (olumlu), eğitime daha fazla pay ayrılması gerektiğine inanmaktadır (olumlu). Sayısal bir örnek için kişiden 0 ile 1 arasında bölümlenmiş bir ölçek üzerinde vergilerin artırılması ile ilgili aşağıdaki inançlara ne derece katıldığı sorulur.

1. Vergilerin artırılması devleti güçlendirir.
2. Vergilerin artırılması refahı düşürür.
3. Vergilerin artırılması vergi kaçacağını artırır.

4. Vergilerin artırılması zenginden çok fakiri ezer.

Kişi, vergilerin artırılmasının devleti güçlendireceğini % 20 oranında, refahı düşüreceğini % 95 oranında, vergi kaçakçılarına karşı bir önlem olduğunu % 90 oranında, zenginden çok fakiri ezeceğini de % 80 oranında düşünmüş olabilir.

İkinci aşamada kişiye her bir inanca ilişkin sonucu (e_i), +5 ile (çok olumlu) -5 (çok olumsuz) arasında bölümlenmiş bir ölçek üzerinde değerlendirmesi istenir. Kişi devletin güçlenmesini istemektedir (+4), refahın düşmesini istememektedir (-5), vergi kaçırانları onaylamamaktadır (-4), fakirin ezilmesini istememektedir (-4).

Vergi artırmaya ilişkin inanç	İnanç	Değerlendirme	$b_i.e_i$
1. Devleti güçlendirir	% 20	$x +4 =$	-80
2. Refahı düşürür	% 95	$x -5 =$	-4.75
3. Vergi kaçacağını artırır	% 90	$x -4 =$	-3.60
4. Fakiri ezer	% 80	$x -4 =$	-3.20
Toplam (Tutum)			-10.75

$$T = \sum b_i.e_i = -10.75$$

Buradan çıkarılacak sonuç; kişi vergilerin artırılmasını istememekte, bunun getireceği sosyal sonuçları olumsuz olarak değerlendirmektedir. Bu olumsuzluğun değeri ise, oldukça yüksektir. Bu nedenle, bu konuda CHP'ye olumlu yaklaşmaktadır. Görüldüğü gibi matematiksel hesaplama yöntemleri kişilerin tutum ve inançlarını ölçmede kullanılmakta; bu yöntemlerden, çok daha karmaşık tutum ve inançların ölçümünde de değişik biçimlerde yararlanılmaktadır.

3.2.4. Tutumlar ve Bireyin Grup Bağları

Bireyin tutumlarının pek çoğunun kaynağı ve varlığı bireyin bağlı bulunduğu gruptadır. Kişinin tutumları gru-

bunun kurallarını, değerlerini, inançlarını yansıtmak eğilimindedir. Ayrıca bireyin tutumlarını koruyabilmesi için aynı biçimde düşünen kimselerin desteği de gereklidir. Grupları toplumsallaşma süreci açısından iki başlığa ayırabiliriz. Toplumsallaşma sürecinin ilk dönemlerinde bireyin içinde bulunduğu gruplara birincil grup (doğal grup) denir. Yani aile, yaş ve cinsiyet grubu gibi bireyin iradesi dışında üye olduğu gruplara birincil grup diyoruz. Toplumsallaşmanın ileri aşamalarında belirli amaçlar doğrultusunda toplumun isteğine bağlı olarak niteliklerin farklılaştığı gruplara da ikincil grup (kazanılmış grup) denmektedir. "Kişinin özdeşleştiği, değer yargularını benimsediği ve davranışlarına model olarak aldığı gruplara" ise referans grupları adı verilmektedir (Tolan vd. 1985:242). Grubun bireye etkisi önemli bir araştırma konusudur. Bu bağlamda normatif etki (grup normlarına uyma), tutum değişimine etki, verimliliğe etki üzerinde araştırmalar yapılmıştır (Kağıtçıbaşı 1982:203-211).

3.2.5. Şema Kuramı

Bilişsel psikoloji alanındaki çalışmalar Bartlett'in bellek süreçleri üzerindeki düşüncelerinden etkilenmiştir (Milburn, 1998:134). Bartlett, bellek ve bilişin *şemalar* adını verdiği özgül konusal yapılar içinde örgütlendiği görüşünü ortaya atan ilk psikologdur. Bu görüşe göre, bir birey yeni bilgilerle karşılaştığında özgül bilişsel şemalar bunları süzer, seçer, kodlar ve yeni ya da var olan bilişsel yapılar içinde bütünleştirir.

Şema kuramı, bilişsel psikolojiyle yakından ilgilidir. Bilişsel psikoloji, bilginin nasıl oluştuğunu, nasıl edinildiğini, nasıl yapılaştığını, nasıl depolandığını, nasıl işlendiğini ve nasıl anımsandığını araştırır.

Bilişsel yapı, kendileri bilinçli olmasa da insanın bilinçli düşüncesine yön veren yapılardır. Bireyin düşünce süreci içinde kullanabileceği mantıksal bağlantı sistemleri bilişsel

yapıyı oluşturur. Bilişsel yapılar bireyin, karşılaştığı sorunları nasıl çözümleneceğini, sorunun çözümünde hangi mantık kurallarına başvuracağını belirlerler. Mantıksal bağlantıların birbirini bu biçimde bütünlemeleriyle zihinde birtakım 'şemalar' oluşur. Şema, bilgiyi işleme ve örgütlemeye yardımcı olan bilişsel bir yapıdır. "Şema, herhangi bir özgül kavram hakkında birbiriyle bağlantılı fikirler sistemi olarak görülebilir" (Mutlu, 1998:324). Bu kavram bir kişi olabilir (örneğin, Ahmet), bir grup olabilir (örneğin öğrenciler), bir olay olabilir (örneğin okula gitme) ya da soyut bir fikir olabilir (örneğin özgürlük). Bu şemalar bireyin olgunlaşması ile birbirleriyle ilişkilendirilmeye başlar ve daha karmaşık bir hal alır. Zihinsel eylem öğeleri olan şemaların birbiriyle böylesine bağlantılanma sürecine örgütlenme denir. Örgütlenen bilişsel şemalar, organizmanın yaşadığı dünyanın, dolayısıyla da yaşantısının geçebileceği dünyanın bir tür zihinsel haritasını çizerler. Bu haritalara da bilişsel harita denir.

Şema kavramı, insanların bilgiyi nasıl işlediğini anlamak için psikologlar, sosyal psikologlar, siyaset bilimciler ve iletişimciler tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır.

Şema kuramı ise, bireylerin her gün yeni yeni enformasyon, haber saldırısı karşısında kalmaları sonucu bunlarla nasıl uğraştıklarını, bunları nasıl işlediklerini açıklamayı amaçlayan bir kuramdır. Kuram, insanların sınırlı bilgi işleme yetileri dolayısıyla "bilişsel cimriler" olmaya zorlandıklarını ileri sürer. Fiske ve Kinder, şemaların "karmaşıklıkla üstesinden gelmek için eksik araçlar olsalar da kullanışlı" olduklarını belirtirler (aktaran Severin ve Tankard, 1994:109). İnsanlar, karşılaştıkları her bilgi parçasını belleklerinde tutamazlar. Bu nedenle aldıkları bilgiyi sınıflandırır ve düzene koyarlar. Şemalar, dünyanın bu anlamda verimli bir biçimde sınıflandırılarak örgütlenmesi için bir olanak sağlarlar. Şema kuramı, genel bilgi yapılarının

yeni edinilen bir bilgi parçasının işlenmesini yönlendirdiğini varsayar.

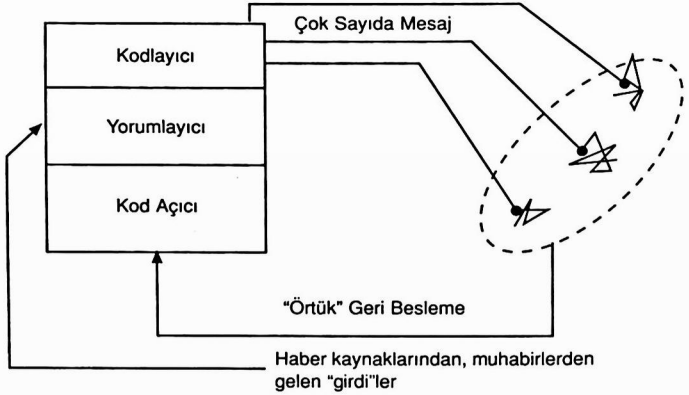
Doris Graber, insanların gazete ya da televizyon haberlerini işlemede şemaları kullandıklarını gösteren araştırmalar yapmıştır. Bu araştırmaların sonucunda, insanların haber öykülerindeki bilgiyi birtakım farklı eşleştirme stratejilerini kullanarak bazı varolan şemalarla eşleştirmeye çalıştıkları görülmektedir. Eşleme yapılabilirse bilginin bazı parçaları şema biçiminde depolanmakta, eşleme yapılamazsa bilgi özümsemeden atılmaktadır. Graber, ayrıca araştırmalarında insanların, haber öykülerindeki kanıtların kendisinden çok çıkardıkları sonuçları depolama eğiliminde olduklarını bulmuştur (110).

Farklı şemaların ortaya çıkması farklı söylemsel pratiklerle doğrudan ilişkilidir. Dilsel söylemsel süreçler ise diğer toplumsal pratiklerden ayrı olarak ele alınamaz. Maddi yaşam içinde gerçekleşenler söylemsel biçime yansır ve medya dolayımı ile okuyucunun/izleyicinin bilişsel haritalarını, şemalarını etkiler. Bu etkilenim de doğrudan medyanın tek yönlü belirleyiciliği ile gerçekleşmez. Medya izleyicilerin ortama ve izleme anına göre özerk bir etkinlikte bulunmalarına izin verir. Ancak, bu özerklik izleyicinin bağımsız bir konumuna işaret etmez; toplumsal koşullar ve izleyicinin kimliğini oluşturan farklı belirlemeler içinde olduğundan görece bağımsız bir konuma işaret eder (İnal,1996:151-152).

3.2.6. Schramm'ın Kitle İletişim Modeli

Wilbur Schramm'ın 1954 yılında geliştirdiği bu modelin özü iletişim araçları ya da medya örgütüdür. Schramm, kitle iletişiminin bireyler üzerindeki etkisini bir çeşit ikincil, yani önce gruba vuran ve sonra gruptan gerideki bireye yansıyan bir etki olarak görür. Kitle iletişim sisteminin gerektirdiği ileti türleri ve etkilerin önceden kestirilebilmesi konusu üzerinde

duran Schramm'ın modeline göre kitle iletişim sisteminin işleyişi şöyledir (Schramm, 1985:95-134).



Şekil 3 - Schramm Modeli

- 1 Kitle okuyucusu-dinleyici-seyirci.
- 2 Her biri alımlayan, kod yorumlayan, kodlayan çok sayıda alımcı.
- 3 Her biri bir gruba bağlı, her biri ayrı gruplara üye olan bireylere gelen ileti burada tekrar yorumlanıyor ve çoğu defa hemen burada yargıya varılıyor.

Kaynak: Schramm, 1985:125

Bu modele göre, kitle iletişim araçlarına her gün çok miktarda ileti gelir, iletişimci bunları okur, değerlendirmesini yapar ve okuyucu/izleyiciye neyi vereceğine karar verir. Bu işlem sırasında metinlerin özüne dokunmadan biraz değiştirerek yeniden yazar bazılarını da reddeder.

İletişim araçlarının iletilerinin ulaştığı okuyucu/izleyiciler kitle halinde yaşayan bireylerden oluşur. Bununla beraber bireylerin çoğu birincil ve ikincil gruplara aittirler. Kitle iletişim araçlarından alınan iletiler birey tarafından bu grupların üyelerine ulaştırılır.

Schramm'a göre, birçok bakımlardan kitle iletişimi toplum bildirişimi şeklinde işlemektedir. Toplum, diğer haberleşme birimleri gibi, hem kod açılmayıcısı, hem yorumlayıcı, hem de kodlayıcı olarak görev görmektedir. Kitle iletişiminin her yanımızı kaplayan etkileri, kitle haber bildirişiminden öğrendiğimiz, kazandığımız yığın bilgiler bir toplum bildirişimi biçiminde işler. Dolayısıyla belirli ve sınırlı bir etkinin ön kestirimine çalışırken durum, kişilik ve iletinin etkide bulunacağı yer olan grupla ilişki hakkında epeyce bilgi sahibi olmaksızın, yalnızca iletinin kendisinden bir şey çıkaramayız.

Medya örgütü içindeki kodlama, yorumlama ve kod açma işlemleri, Schramm'ın modelindeki daha karmaşıktır. Gerçek hayatta kodlama, yorumlama ve kod açma süreçleri tekrar tekrar yapılan alt süreçlerden oluşmaktadır. McQuail ve Windahl (1993:46), Schramm'ın fikirlerinin bireylerin gevşek olarak bir arada bulduklarını ileri süren kitle toplumu görüşüne aykırı bir tepki gibi görülebileceğini belirtirler.

3.2.7. Propaganda ve Kitle İletişimi

Propaganda kavramı, gerek içerik gerek biçim ve gerek uygulama bakımından farklı biçimlerde tanımlanır ve yorumlanır. Propagandanın temel işlevi, insan davranışlarını belirli bir fikir çerçevesinde güdüleme ve yönlendirmedir. Tarihi insan kadar eski olan propaganda, başlangıçta, herhangi bir doktrini yaymak için kurulan örgütleri ifade etmek amacıyla kullanılırken, zamanla doktrinin kendisini ifade etmek için kullanılmaya başlanmış, daha sonra ise doktrini yaymak için kullanılan teknikleri ifade eder duruma gelmiştir.

Propaganda, yöneticilerin ya da yönetici adaylarının, kitlelerin gönüllü desteğini kazanmak zorunda kalmasıyla günümüzdeki önemini kazandı. Genel oya olan inancın yaygınlaşması, yönetilenlerin de siyasal bilince sahip olduğu düşüncesinin gelişmesi gibi etkenler, yöneticileri kamuoyunun sürekli desteğini aramaya zorladı. Yöneticiler, halkın desteğini sağlamak için propagandanın rüşvet ve menfaat sağlama yollarından ya da şiddet kullanmaktan daha etkili olduğunu sezinlediler.

Propaganda, 19. Yüzyıl başına dek bir propagandacı tarafından edilgen kişiler üzerinde uygulandı. 1789 Fransız Devrimi ile birlikte bu etkileyen – etkilenen ilişkisinde bir değişme meydana geldi. Bu değişim sonucu propaganda, “propagandacının amacı” ile etkilenmek istenen kişinin “gereksinimi” arasındaki çakışmanın bir sonucu olmaya başladı. Daha sonraları, I. Dünya Savaşı, birbirinde kopuk ve geçici bir propaganda türünü ortaya çıkardı. 1917 Sovyet Devrimi ise propagandaya sürekli ve sistemli bir yapı kazandırdı.

Propaganda, sözcük anlamında, Latince tohum ekmek, dağıtmak, yaymak anlamlarına gelen *propagare* kökünden türetilmiştir. Ancak, kavram çağdaş kullanımında bu sınırları aşarak yönlendirici, düşünce üzerinde baskı kurucu ve ikna etmeye (kandırmaya) yönelik bir içerik taşımaktadır. Propaganda konusunda pek çok tanım vardır. Ancak, J. Ellul (2001)'un tanımı kapsamlı ve açıklayıcıdır. Ellul, propagandayı, “bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, denetim altına almak veya değiştirmek için, iletişim araçlarından yararlanarak bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler olacağını umarak gerçekleştirdikleri bilinçli bir girişim” olarak tanımlamaktadır (aktaran İnceoğlu, 1985:66).

Lerner (1985:270-271) ise etkin bir propagandanın koşullarını şöyle sıralamaktadır:

- 1) Her şeyden önce kitlelerin dikkati sağlanmış olmalıdır.
- 2) Kitlelerin güveni sağlanmış olmalıdır.
- 3) Kitlelerin önceden kazanılmış bulunan bilgi, değer ve diğer şeyleri göz önünde tutulmalıdır. Propagandacının yaratmak istediği değişiklikler, kitlelerin içinde bulunduğu anda beslediği umut ve bekleyişler karşısında bile hoş görünen seçenekler olarak sunulmuş olmalıdır.
- 4) Kitlelerin içinde bulunduğu ortam, bekleyiş yapısındaki değişimin gerektireceği eylem yönünde harekete geçmeye elverişli olmalıdır.

Propagandanın kaynağı ve hedefi insandır. Dolayısıyla, sosyoloji ve psikoloji bilimleri bir propagandacının temel hareket noktalarını oluşturur. Propagandacı, etkilemek istediği topluluğun yapısını, tutumlarının niteliğini ve bu tutumların nasıl oluştuğunu çözümlenmek zorundadır.

Kitle iletişim araçlarının bize çizdiği günlük yaşam çerçevesi içinde propaganda olgusu önemli bir yer tutar. Günlük yaşamın akışı içerisinde her gün bize ulaşan milyonlarca mesajdan hangilerinin propaganda, hangilerinin gerçek haber olduğunu ayırmak giderek güçleşmektedir. Kitle iletişim teknikleri geliştikçe propaganda da yaygınlaşmakta, yalnızca siyasal alanda değil, toplumsal yaşamın her alanında kendini göstermektedir.

İnsanları bir arada tutan şey “toplumsal denetim” olduğuna göre, propaganda ile kitle iletişim araçları ilişkisini anlamamızda toplumsal denetim kavramı açıklayıcı olabilir. Gurevitch, toplumsal denetim olgusunun açıklanmasında üç noktanın birbirinden ayrılması gerektiğini belirtir (aktaran Özkök, 1985:232-233). Bunlar toplumsal denetimin kaynağı, biçimi ve araçlarıdır. Toplumsal denetimin kaynağı birey, grup ya da

merkezi otorite olabilir. Toplumsal denetim biçimleri ise örf, adet, gelenek ve görenekler; dinsel, hukuksal, siyasal, eğitimsel ve ekonomik kurumlar ve kamuoyudur. Toplumsal denetimin araçları ise psikolojik baskı araçlarıdır. Bu araçlar ödüllendirme, özendirme gibi olumlu olabileceği gibi, cezalandırma gibi olumsuz da olabilir. Toplumsal denetimin sağlanabilmesi için bu yoldaki önerilerin topluma yayılması gerekmektedir. Bu noktada, kitle iletişim araçları kamuoyu ile ilişkileri dolayısıyla toplumsal denetim odaklarında önemli bir konuma sahiptir.

Propaganda ile ilgili ilk çalışmalar II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkmıştır. Savaşta her iki tarafın da kullandığı yoğun propaganda asker ve halk üzerinde çok etkili olmuş, devam eden savaşın yanında adeta bir de propaganda savaşı verilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde Ordu Enformasyon ve Eğitim Bölümü, iletişimin, özellikle propagandanın etkileriyle ilgili araştırma yapmaları için psikolog ve sosyologları çalıştırmıştır. Psikolog Carl Hovland'ın önderliğinde ileti ve gönderici değişkenlerinin ikna etmede ve öğrenmedeki etkisini incelemek için deneyler yapıldı. Bu proje sonradan Yale Üniversitesi'ne taşındı. Bu araştırmacılar iletişimin tutum değişimindeki etkisini araştıran laboratuvar deneyleri yaptılar. Bu deneylerde, propaganda filmlerinin etkisi, ikna edilebilirliğin kişisel değişkenleri, ileti düzeninin etkisi, grup üyeliği, korku verme derecesi, tartışılan görüşün öncelik sırası ve algının yapısal öğeleri gibi konuları araştırdılar. Bu araştırmalarda, üç temel öge üzerinde duruldu: İleten (kim), iletilen (ileti) ve izleyici.

3.2.8. Hovland'ın Ordu Araştırmaları: İki Yanlı Sunum ve Kaynak Güvenilirliği

Carl Hovland ve arkadaşları, ABD savaş Bakanlığı Enformasyon ve Eğitim Bölümü Araştırma Kısmı'nda tutum değişiminde tek yanlı sunum ve iki yanlı sunumun etkilerini

araştırdılar. Carl Hovland ve Fred Sheffield, Yale Üniversitesi Grubu'nu kurarak II. Dünya Savaşı sonrasında psikoloji ve özellikle İletişim Psikolojisi konusunda birçok araştırmalar yaparak ün kazandılar.

Hovland'ın başkanlığındaki grup, 1945'te ordudaki personelin ve erlerin "barış yaklaşıyor" diye aşırı bir iyimserliğe kapılması ve dövüşme güç ve isteğini kaybetmeye başlaması sorunu üzerinde durdukları incelemede, askerlere Nazizmin tam olarak yenik düşürüleceği güne kadar yapılacak çok işler olduğunu anlatmanın en etkin yollarını araştırdılar. Bu noktada tek yanlı sunum ile iki yanlı sunum birlikte ele alındı. Savaşın güç bir savaş olacağı ve en az iki yıl süreceğini anlatan, ancak sunumları farklı olan iki ileti hazırlandı. 15 dakikalık olan tek yanlı sunum meselenin yalnızca iyimserlik ve umut dolu kolay yanlarını dile getirirken, 19 dakika süren iki yanlı sunum, meselenin iyi, kolay ve umut verici yanlarını olduğu kadar zor, dezavantajlı ve karamsarlık verici yanlarını da dile getirdi. Silahlı Kuvvetler Radyosunca hazırlanan programlar denek gruplarının eğitim programlarına konulmuş ve ders konusu olarak gösterilmiştir. Öntest ve programların izletilmesinden sonra uygulanan anketler karşılaştırılarak çözümlenmiştir.

Hovland ve arkadaşlarının (Hovland vd. 1985:211-234) askerler üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmanın bulguları şöyle özetlenebilir:

1. Bir sorunla ilgili savları her iki yanıyla birlikte sunma, sadece savunulan görüşü destekleyen savları sunmaya oranla, savunulan görüşe karşıt görüşte olanlar üzerinde daha etkin bulundu.
2. Savunulan görüşü zaten başlangıçta doğru bulanlar üzerinde ise, savları iki yanlı olarak sunmak, grubun bütünü göz önünde tutulursa, sadece bizim görüşümü-zü destekleyen savların sunulmasına oranla daha az etkin bulundu.

merkezi otorite olabilir. Toplumsal denetim biçimleri ise örf, adet, gelenek ve görenekler; dinsel, hukuksal, siyasal, eğitimsel ve ekonomik kurumlar ve kamuoyudur. Toplumsal denetimin araçları ise psikolojik baskı araçlarıdır. Bu araçlar ödüllendirme, özendirme gibi olumlu olabileceği gibi, cezalandırma gibi olumsuz da olabilir. Toplumsal denetimin sağlanabilmesi için bu yoldaki önerilerin topluma yayılması gerekmektedir. Bu noktada, kitle iletişim araçları kamuoyu ile ilişkileri dolayısıyla toplumsal denetim odaklarında önemli bir konuma sahiptir.

Propaganda ile ilgili ilk çalışmalar II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkmıştır. Savaşta her iki tarafın da kullandığı yoğun propaganda asker ve halk üzerinde çok etkili olmuş, devam eden savaşın yanında adeta bir de propagandada savaşı verilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde Ordu Enformasyon ve Eğitim Bölümü, iletişimin, özellikle propagandanın etkileriyle ilgili araştırma yapmaları için psikolog ve sosyologları çalıştırmıştır. Psikolog Carl Hovland'ın önderliğinde ileti ve gönderici değişkenlerinin ikna etmede ve öğrenmedeki etkisini incelemek için deneyler yapıldı. Bu proje sonradan Yale Üniversitesi'ne taşındı. Bu araştırmacılar iletişimin tutum değişimindeki etkisini araştıran laboratuvar deneyleri yaptılar. Bu deneylerde, propaganda filmlerinin etkisi, ikna edilebilirliğin kişisel değişkenleri, ileti düzeninin etkisi, grup üyeliği, korku verme derecesi, tartışılan görüşün öncelik sırası ve algının yapısal öğeleri gibi konuları araştırdılar. Bu araştırmalarda, üç temel öge üzerinde duruldu: İleten (kim), iletilen (ileti) ve izleyici.

3.2.8. Hovland'ın Ordu Araştırmaları: İki Yanlı Sunum ve Kaynak Güvenilirliği

Carl Hovland ve arkadaşları, ABD savaş Bakanlığı Enformasyon ve Eğitim Bölümü Araştırma Kısmı'nda tutum değişiminde tek yanlı sunum ve iki yanlı sunumun etkilerini

araştırdılar. Carl Hovland ve Fred Sheffield, Yale Üniversitesi Grubu'nu kurarak II. Dünya Savaşı sonrasında psikoloji ve özellikle İletişim Psikolojisi konusunda birçok araştırmalar yaparak ün kazandılar.

Hovland'ın başkanlığındaki grup, 1945'te ordudaki personelin ve erlerin "barış yaklaşıyor" diye aşırı bir iyimserliğe kapılması ve dövüşme güç ve isteğini kaybetmeye başlaması sorunu üzerinde durdukları incelemede, askerlere Nazizmin tam olarak yenik düşürüleceği güne kadar yapılacak çok işler olduğunu anlatmanın en etkin yollarını araştırdılar. Bu noktada tek yanlı sunum ile iki yanlı sunum birlikte ele alındı. Savaşın güç bir savaş olacağı ve en az iki yıl süreceğini anlatan, ancak sunumları farklı olan iki ileti hazırlandı. 15 dakikalık olan tek yanlı sunum meselenin yalnızca iyimserlik ve umut dolu kolay yanlarını dile getirirken, 19 dakika süren iki yanlı sunum, meselenin iyi, kolay ve umut verici yanlarını olduğu kadar zor, dezavantajlı ve karamsarlık verici yanlarını da dile getirdi. Silahlı Kuvvetler Radyosunca hazırlanan programlar denek gruplarının eğitim programlarına konulmuş ve ders konusu olarak gösterilmiştir. Öntest ve programların izletilmesinden sonra uygulanan anketler karşılaştırılarak çözümlenmiştir.

Hovland ve arkadaşlarının (Hovland vd. 1985:211-234) askerler üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmanın bulguları şöyle özetlenebilir:

1. Bir sorunla ilgili savları her iki yanıyla birlikte sunma, sadece savunulan görüşü destekleyen savları sunmaya oranla, savunulan görüşe karşıt görüşte olanlar üzerinde daha etkin bulundu.
2. Savunulan görüşü zaten başlangıçta doğru bulanlar üzerinde ise, savları iki yanlı olarak sunmak, grubun bütünü göz önünde tutulursa, sadece bizim görüşümüze destekleyen savların sunulmasına oranla daha az etkin bulundu.

3. İyi eğitim görmüş kimselerin iki yanlı sunumdan daha çok etkilendikleri; iyi eğitim görmemiş olanların ise tek yanlı sunuma dayanan iletişimden daha fazla etkilendikleri saptandı.
4. İki yanlı sunumun en az etkin olabileceği grubun, iyi eğitim görmemiş olup da; başlangıçtan itibaren, savunulan görüşe karşıt olmayan deneklerin grubu olduğu belirlendi.

Hovland, Weiss ile yaptığı araştırmada da kaynak güvenilirliğinin iletişimin etkinliği üzerindeki etkisini inceledi. Bu konu ile ilgili ilk araştırmalar daha önce sosyal psikolojide yapılmış bulunan “prestij sahibi kişilerin diğer kişiler üzerindeki etkileri” ile ilgili araştırmalardan esinlendi.

Hovland ve Weiss, aynı materyaller kullanarak, fakat bu aynı materyaller, denekler tarafından güvenilirliği yüksek ve güvenilirliği düşük sayılan kaynaklara atfedilerek, bildirişim materyalinin öğrenilme ve akılda tutulma derecesi üzerinde kaynağın güvenilirliğinin etkilerini incelediler. Burada kullanılan yöntem, yüksek inanılırlığı olan kaynaklara atfedilen aynı gazete ve dergi makalelerini bir gruba, az inanılırlığı olan kaynaklara atfedilenleri de diğer gruba vermektir. Elde edilen verilerin incelenmesinden çıkan sonuçlardan bazıları şunlardır:

Az inanılır kaynaklara atfedilen makaleler, çok inanılırlık atfedilen makalelere oranla çok yanlı ve haksız sunuşlar olarak değerlendirilmiştir. İnanılırlığı yüksek olan kaynaklar izleyici üzerinde o anda başlayan etki sağlamaktadır. Kaynağın inanılırlığı izleyicinin savunulanları kabulünü etkiler. Sonuçta, güvenilirliği yüksek kaynağa dayanarak gerçekleştirilen iletişiminin kısa dönemde etkin olmakla birlikte, belli bir süre sonra bu ilk andaki üstünlüğünü yitirdiği bulundu. Güvenilir kaynağın olumlu ve güvenilmeyen kaynağın olumsuz etkisi birkaç hafta sonra ortadan kalkar. Güvenilirliği düşük kaynağa dayanarak yapılan iletişimin ise

kendi içeriğini öğrettiği kitle üzerinde kaynağın ilk anda dikkat edilen doğası unutulmasına karşın içerik unutulmadığı için etkinlik kazanmaya başladığı görüldü.

Kitle iletişiminde, özellikle reklam ve siyasi propagandada içerik ile kaynağın doğası arasındaki bu unutulma farklılığı Hovland ve Weiss'ın en önemli bulgularından birisidir. Yazarlar bu etkiye "uyutucu etki" demektedirler (Hovland ve Weiss, 1985: 235-259).

3.2.9. İletiyile İlgili Araştırmalar

İletiyile ilgili araştırmalar, iletinin yol açtığı dürtüler (olumlu ya da olumsuz teşvikler) üzerinde durur. Bu araştırmalarda ortaya çıkan bazı sonuçlar şunlardır (Alemdar ve Erdoğan, 1998:76-77):

- İletişim korku vermeye dayandığında, duygusal gerginlik yaratmadaki etkisi iletinin kaynağı, açıklığı ve izleyicinin önceki iletişim deneyine bağlıdır. Örneğin, "ölmek istiyorsan bu dönemeçte sollama yap" diyen ve tehlikeli bir dönemeçten önce konmuş bir iletinin, kişi eğer bu dönemeçte sollama yaptığı için ölenler olduğunu duymuşsa gerginlik yaratma olasılığı fazladır.
- Korku dozunun yüksekliği fazla uyum sağlamamaktadır. Ama korku güvenilir bilgi ile verilirse etkisi artabilir.
- Grup kurallarının önemi üzerindeki araştırmalar, bir referans grubunun kullanılmasının izleyicinin fikri kabul ya da reddinde etkili olduğunu göstermiştir. Örneğin, izleyici o referans grubuna dahilse ya da referans grubuna önem veriyorsa, öneriyi kabule yönelir.
- Genel olarak, tartışmadan sonuç çıkarma ve bu sonucu açıkça sunma, izleyiciden kendisinin sonuç çıkarmasını beklemekten daha etkilidir.

- Sunuş, izleyiciye karşı görüşü de verdiğinde (iki yanlı sunum), kişinin ilerde karşılaşabileceği karşı-propagandaya karşı önceden hazırlıklı olmasına, karşı-propagandayı görmezden gelmesine ya da önemsememesine neden olur. "Karşı-propaganda, İnsanların alışageldikleri tepilerini zayıflatmayı veya bir muhalifin istediği tepilerin ortaya çıkmasını ya da pekişmesini engellemeyi amaçlayan bir propaganda tekniğidir" (Mutlu, 1998:203).
- Kişiler aynı toplumsal baskılara farklı karşılıklar verirler. İletideki uyarılar sadece kişi gerekli güdüsel tutumlara sahip olduğu sürece yeterli görev yapabilirler. En önemli tutumlardan biri grup üyeliğidir. Bir gruba üyeliği korumak amacıyla yüksek derecede güdülenen kişiler, grubun diğer üyeleri tarafından daha kolay etkilenir ve bu grubun standartlarına karşı olan iletiler karşısında daha dirençli olmaya yatkın hale gelirler.
- Kendine güveni az olan kişiler, örneğin kendilerini toplumsal bakımdan yetersiz görenler ve bunalım eğilimi gösterenler, ikna edici iletişimden daha çok etkilenirler. Holfer'e göre (1995:29-39), değişim isteyen kişilerde büyük bir hayal kırıklığı vardır. Ama değişim isteği tek başına hayal kırıklığı değil, onlara inanç ve güç aşıl原因, güçlü olacakları mesajını veren iletiler yaratır. Holfer, teröristlerin terör olaylarına hazırlanmasında verilen iletilerin önemine dikkat çeker.

3.2.10. İki Aşamalı Enformasyon Akışı

Colombia Üniversitesi'nde Katz, Berelson ve Lazarsfeld'in önderliğinde 1950'lerin ortalarına kadar yapılan etki araştırmalarının sonucunda enformasyonun aktarılması ve tutumların değişmesinde kişiler arası ilişkilerden doğan etkinin geniş

bir rol oynadığı ve kitle iletişim araçlarının doğrudan rolünün sınırlı olduğu saptandı. Bu araştırmaların sonuçlarından iki aşamalı akış, kanaat önderliği ve eşik bekkisi kavramları ortaya çıktı.

İki aşamalı iletişim akışı, "kitle toplumu kuramlarının tersine, çoğulcu bir toplumda kitle iletişim mesajlarının akışının kanı önderlerince dolaymlandığını öne süren bir yaklaşımdır" (Mutlu, 1998:163). İlk olarak Lazarsfeld'in kullandığı bir kavram olan 'iki aşamalı akış' bir toplumdaki iletişim sürecinin hedef aldığı bireyleri doğrudan doğruya değil, bireylerin üyesi buldukları toplumsal gruplardaki 'kanaat önderleri' aracılığıyla etkilediğini anlatmaktadır (Oskay, 1985:XVIII). Bu modele göre, kitle iletişim araçlarından yayılan bilgi iki temel aşamadan geçmektedir. İlk aşamada bilgi, iletişim araçlarından kitlesel iletişime daha sık katılan görece bilgili bireylere ulaşmaktadır. İkinci aşamada ise kişiler arası iletişim kanalları devreye girmekte ve bilgi bu kişilerden, iletişim araçlarını daha az ve daha dolaylı kullanan, ayrıca bilgi için başkalarına bağımlı olan bireylere aktarılmaktadır.

3.2.11. Çok Aşamalı Akış

İki aşamalı akışta tek bir kanaat önderinin önemi vurgulanmaktadır. Kanaat önderleriyle ilgili araştırmalar ilerledikçe, bu görüşün karşısına, kaynak ile alıcı arasına çok sayıda aktarıcı kanaat önderlerinin girdiğini savunan çok aşamalı akış görüşü ortaya atılmıştır. Bir başka deyişle, bir ileti, bir kişi tarafından alınmakta, başka bir insana aktarılmakta, o da anladıklarını kendi yorumlarıyla başkasına aktarmakta; iletiler ilk ortaya çıkış şeklinden çok daha farklı biçimlerde insanlar arası iletişimle yeniden düzenlenmekte ve orijinalinden farklı bir biçimde hedefe ulaşmaktadır. Bütün bu görüşlerde kişiler arası iletişimin önemi vurgulanmaktadır.

3.2.12. Kanaat Önderi, Eşik Bekçisi

Kanaat önderi iletişimde en önemli rol oynayan grup üyesi olarak düşünülebilir. Kanaat önderi, iletişimi grubun dünya görüşüne göre biçimlendirerek, saygı duyulan bir önder, dolayısıyla güvenilir bir kaynak olarak etkide bulunur.

Eşik bekçisi (gatekeeper) veya kapı tutucu terimi ise bir mesaj kitle iletişim araçlarından bireysel izleyici ya da dinleyiciye geçerken bu mesaja müdahale edenleri anlatır. Bu kavramı ilk kez Kurt Lewin, 1947'de aile içinde yiyecek harcamalarına ilişkin karar verme mekanizmasını araştırdığı çalışmasında kullanmış, enformasyonun daima belirli kanallardan geçtikten sonra bireylere ulaştığını ileri sürmüştür. Daha sonra David Manning White, 1950'de gazetelerde yayınlanacak haberlerin seçilmesindeki ilişkileri ve işleyişi bu kavramdan yararlanarak çözümlenmiştir (Mutlu, 1998:122). White araştırmasında, telgraf editörünün belli bir hafta boyunca ulaşabildiği haberlerin yalnızca yüzde 10'unu seçtiğini gördü ve bunun nedenlerini bulmaya çalıştı. Editör, haberleri 'propaganda', 'fazlaca komünist', 'yanlış olabilir', 'yer yok' gibi nedenlerle eliyordu. White, editörün haberleri elerken getirdiği yorumların çoğunun ideolojik bir nitelik taşıdığını fark etti (Gandy, 1991).

Kitle iletişim araçlarına ulaşan haber materyallerinin tümünün haber haline getirilme olanağı yoktur. Dolayısıyla bazı haber materyalleri kamuoyuna ulaşma şansı bulamaz. Bu materyaller arasından seçildikten sonra yeniden kurgulanarak kamuoyuna sunulmasına karar verilenler ise eşik bekçilerinin bilgi ve denetimi altında kamuoyuna ulaştırılmaktadır. Sosyo-ekonomik statü, iletişim aracının türü ve genel yayın politikası gibi etmenler, haberleri seçme işleminde rol oynayan başlıca faktörlerdir. Eşik bekçileri, gerçekliği biçimlendirerek, yeniden inşa etme sürecinde önemli bir rol oynarlar.

Eşik bekçileri, bir mesajın göndericiden alıcıya giderken geçtiği kişiler ya da gruplar olabilir. Eşik bekçilerinin ana işlevi bir bireyin aldığı mesajları süzgeçlemektir. Bunlar belli mesajların geçmesine izin verirken, diğerlerinin geçmesini engellerler. Bir yazı işleri sorumlusu, bir yayımcı belli bir konuya yer verip diğerini basmamaya karar verebilir, fakat bunu yapmakla okuyucusunu otomatik olarak ne okumaya, ne de inanmaya zorlamaz. Dolayısıyla eşik bekçisi etkili ya da etkisiz olabilir.

Haber eşik bekçisi de birçok eşik bekçisinden biridir. Benzer görev görenlere örnek olarak artist ve sanat acenteleri, halkla ilişkiler danışmanları, yayınevleri, film ve tiyatro yapımcıları verilebilir. Ayrıca, haber akımı sürecinde eşik bekçisi tek bir yerde yerleşmemiştir. Aksine hemen her önemli adımda eşik bekçilerini görürüz. Bunlar hem haber ajansları editöründen önce, hem de sonra yer alırlar ve haberin seçildiği alandan, alanda habercilerin ilişki kurduğu haber kaynaklarından, haber servisine, oradan bu servisi kullanan haber örgütlerine ve sonunda haberin halka gönderilmesine kadar olan geniş alanda yer tutarlar.

Katz ve Berelson (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1998:63), eşik bekçisi ve kanaat önderlerinin birbirinden farklı kavramlar olduğunu belirtirler. Eşik bekçileri kitle iletişimde gönderici araçtan önce, kanaat önderleri alıcı araçtan sonra yer alır. Her ikisi de etkinin sağlanmasında hem seçici, hem de yorumcu rolünü oynarlar. Fark, iletişim sürecinde tuttukları yerde, dolayısıyla sahip oldukları farklı güçte ortaya çıkar.

3.3. Toplumbilimsel Yaklaşım

İlk iletişim araştırmaları, iletişim sürecinin sosyal bir boşluk içinde meydana geldiğini ve sosyal çevreden gelen etkinin üzerinde durulmayacak kadar önemsiz olduğu izlenimi veriyordu. Zamanla, iletişimin sosyal çevrenin bir parçası

olduğu fark edilmeye başlandı. İletişim alanında sosyolojik yaklaşımın gerekliliğini Halloran, etki araştırmalarını inceleyerek belirtmiştir (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990:97):

- Etki araştırmaları, iletişim sürecinin tarihi, ekonomisi, yapısı ve profesyonelleşme gibi yanlarını çok az incelemiştir.
- Etki araştırmalarının büyük bir kısmı sosyal psikolojiye dayandığından, kitle iletişimin toplumdaki rolü konusunda doğru olmayan görüşler sunulmuştur. Bu araştırmaların bazıları gerçeği gözden saklamış, bazen de saptırmıştır.
- Etki araştırmalarında kitle iletişimi, içinde olduğu toplumsal durum göz önüne alınarak incelenmemiştir.
- Araştırmalar kuramsal bir çerçeveyi açıkça ortaya koyamadıkları, kuramdan yoksun oldukları için araştırmaların çoğu gerçek bilimsel ilerlemeye katkıda bulunmaz.
- Televizyonun ya da herhangi bir aracın etkisinden söz ettiğimiz zaman, bir elektronik aracın etkisinden söz etmiyoruz: Aracın örgüt ve yapısı, sunduğu içerik son derece önemlidir ve ülkeden ülkeye değişir.

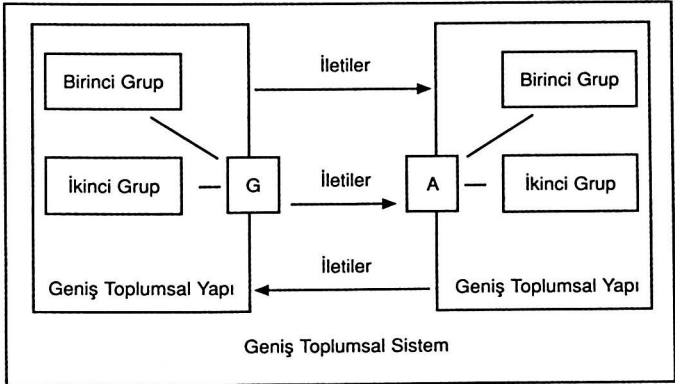
Halloran (Aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990:97-99), sosyolojik yaklaşımın özelliklerini de şöyle belirtmektedir: İletişim, toplumsal süreçlerden soyutlanmamalıdır. Gönderici ve izleyici genellikle birbirine bağlı karşılıklı ilişki içindedir. Gönderici ve alıcı arasındaki ilişkinin çoğu dolaylıdır ve mesaj öteki grup üyelerinden geçerek çoğalmaya yönelir. İletişim sürecine katılanlar toplumsal yapıda bir konuma sahiptirler. Bu konumların toplumsal sistem içinde birbiriyle ilişkisi oldukça, kişi ya da gruptan akan iletişim rastlantısal ve ilişkisiz etkinlikler olarak değil, süre giden karşılıklı ilişki biçimi içindeki öğeler olarak görünür.

Sosyolojik yaklaşımla yapılan ilk incelemeler olarak, televizyon ve suç işleme, kitle iletişim araçları ve gençlik kültürü, televizyon ve toplumsallaşma, kitle iletişim araçları ve ırkçılık gibi araştırmalar örnek verilebilir. Bir incelemeye sosyolojik özellik katan, toplumsal kurumlar, süreç, yapı, kültür ve yaşam biçimi gibi kavramlarla konulara eğilmesidir.

3.3.1. Riley ve Riley'in Sosyolojik Modeli (1959)

Rileyler'in modelinde, kitle iletişim süreci, hem etki ettiği hem de etkilendiği daha geniş bir toplumsal sürecin parçası olarak görülür. Böylece sosyolojik model şöyle oluşur:

Rileyler'e göre, gönderici iletişimi aynı sistem içindeki öteki kişilerin ve grupların etkinliklerine ve umduklarına uygun bir şekilde gönderir. Gönderici ile alıcı arasında karşılıklı bir ileti alışverişi



Şekil 4 - Riley ve Riley'in Sosyolojik Modeli

Kaynak: Alemdar ve Erdoğan, 1990:101

vardır. Ancak gönderici ile alıcı arasındaki ilişkinin çoğu dolaylıdır. Rileyler, iletişim süreci içerisinde birincil gruplar ile ikincil grupların oynadıkları role işaret ederler. İletinin etkisi, G (gönderici) ve A'nın (alıcı) dahil olduğu gruplardan ve grup üyelerinden geçerek ortaya çıkar. Böylece ileti G'nin grubundan A'nın grubundaki kişilere gider ve A'nın grupları buna yanıt verirler.

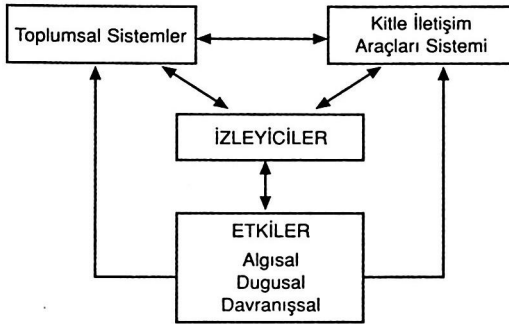
Rileyler, bu modeli kitle iletişiminin sosyolojik yaklaşımını geliştirme gereksinimini karşılama çabası olarak sunmuşlardır. Kitle iletişiminin bir sosyal süreç gibi görülmesi gerektiğini belirtmişler ve bu sürecin içinde geçtiği toplumla etkileşim içinde olduğunu savunmuşlardır. Böylelikle Rileyler, kitle iletişim kavramı ile var olan toplumsal kuramlar arasında bağlantı kurmaya çalışırlar. Bu, başlangıç için önemli bir adımdır.

3.3.2. Bağımlılık Modeli

Bağımlılık modeli, kitle iletişim kuramlarının mikro düzeyde çözümlenmelerle kısıtlı kalması ve insanların kitle iletişim araçlarına makro düzeydeki bağımlıkları üzerinde durmamasına seçenek olarak geliştirilen bir yaklaşımdır. Bu model, "kitle iletişiminin niçin kimi zaman çok güçlü ve dolaysız, kimi zaman da dolaylı ve oldukça zayıf etkide bulunduğu" sorusunu yanıtlamaya çalışır (Mutlu, 1998:51).

DeFleur ve Ball-Rokeach'a göre (Alemdar ve Erdoğan, 1990: 117), kitle iletişim araçlarının etkisi, toplumsal sistem, kitle iletişim araçlarının bu sistemdeki rolü ve izleyicilerin bu araçlarla ilişkileri ile belirlenir. Bu aydınlara göre, sanayileşmiş toplumlarda, izleyiciler, kitle iletişim araçlarına enformasyon kaynağı olarak yüksek derecede bağıdırlar. Modern toplumlarda kitle iletişim araçlarına maruz kalan bireyler, içinde yaşadıkları toplumda olan bitenle ilgili olarak bilgi sahibi olabilmeleri ve buna göre kendi duygusal ve düşünsel

yapılarını yönlendirebilmeleri için bu araçlara bağımlı hale gelmişlerdir.



Şekil 5 - Toplum, Araçlar ve İzleyiciler Arasındaki İlişkiler

Kaynak: Alemdar ve Erdoğan, 1990:118

Kurama göre, kitle iletişim araçlarının toplumdaki enformasyon aktarma görevleri nedeniyle izleyicilerde yaptıkları değişimler üç grupta incelenir: Algısal, duygusal ve davranışsal

Algısal Etkiler: Algısal etkiler, belirsiz tutumlar, inançlar ve değerlerle ilgilidir. Belirsizlik, yetersiz ya da çatışan enformasyonun olmasından kaynaklanır. Örneğin, deprem ya da suikast gibi olaylarda ilk haberler kesin değildir. Bu belirsizlik daha fazla enformasyon sağlamakla ortadan kaldırılabilir. Diğer algısal etkiler, tutum biçimlenmesinde, değer sistemlerinde ve halkın inançlar sisteminde görülür.

Duyusal Etkiler: Duyusal süreçler hoşlanma, hoşlanmama, korku, sevgi, nefret gibi duyguları içerir. Bu süreçlerle ilgili enformasyon gönderildiğinde izleyicide duygusal değişim beklenir. Ancak, bu konuda fazla araştırma yapılmamıştır.

Davranışsal Etkiler: Kitle iletişiminin birey ve grupları davranışa geçirici etkisini içerir. Bu etki, aktifleştirme ya da pasifleştirme biçiminde olabilir. Kitle iletişim araçlarının oy vermede ve reklam yoluyla izleyicileri tüketim yönünde harekete geçirmesi de bu etkiler arasındadır.

McQuail ve Windahl (1993:98), bu modeli toplumsal yapıyı ve tarihi ön plana çıkarması nedeniyle olumlu bulurlarken, toplumsal sistem dışındaki etkenlere, özellikle kitle iletişim araçları sistemine toplumsal sistemden abartılı bir ölçüde bağımsızlık atfetmesi nedeniyle de eleştirmektedirler. Onlara göre, “Kitle iletişim araçları sisteminin toplumun baskın gelen kurumlarıyla oldukça yakından ilişkili veya hatta doğrudan bu kurumlarla bütünleştirilmiş olarak düşünülmesi daha doğru olacaktır”.

DeFleur ve Rokeach'ın geliştirdikleri bağımlılık modeli, siyasal, toplumsal ve tarihsel analizi biraraya getirme çabasının örneklerinden biridir. Makro ve mikro toplumsal birimler arasındaki ilişkiyi vurgulayan bu model, izleyici medya ilişkisini, bütünsel bakış açısıyla tarihsel koşulları göz önünde tutan bir analiz çerçevesi içinde ele alması bakımından önemlidir (İnal, 1996: 143).

3.3.3. Kullanışlar ve Bağımlılık Modeli

Bireyin kitle iletişimini kullanması ve doyum sağlamasını konu alan kullanışlar ve doyumlar yaklaşımına yöneltilen eleştirilerden biri de toplumsal etkenleri bir yana bırakıp sadece bireysel etkenlere eğilmesidir. Rubin ve Windahl, kullanışları ve doyumları toplumsal-yapısal koşulları da ekleyerek geliştirmek için bağımlılık modeliyle birleştirerek kullanışlar ve bağımlılık modelini getirmişlerdir.

Bağımlılık modeli, kitle iletişimini toplumsal sisteme bağlar. Bu modele göre (Alemdar ve Erdoğan, 1990:131-132), çağdaş toplumlar gelişip karmaşıklaştıkça, halk toplumsal örgüt-

lerle ilişkilerinde kitle iletişimine daha çok dayanmaya başlar. İletişim araçlarının etkisi toplumsal sistem, iletişim sistemi ve izleyici arasındaki ilişkilere dayanır. İlk ilişki, toplumsal sistemle kitle iletişimi sistemi arasında olmalıdır. Bu ilişki iletişim araçlarının kullanılmasına hazır ve elde edilir olmalarına etki eder. Araçların hazır olması araçların fiziksel varlığının olması demektir. Örneğin bulunduğunuz yerde bilgisayar satan bir mağaza ve internet bağlantısı vardır. Araçların elde edilir olması ise kullanabilme olanağıdır. Bilgisayar mağazası ve internet bağlantısı vardır, fakat paranız yoksa bunları elde edemezsiniz.

İletişim araçlarının bağımlılığı, sistemin siyasal, ekonomik ve kültürel özelliklerine göre değişir. İletişim aracı siyasal sisteme adli, idari ve yasal koruma, sınırlama, kolaylaştırma, siyasal enformasyonu elde etme gibi yollardan bağımlıdır. Siyasal sistemler ise iletişim araçlarına siyasal değerlerin benimsenmesi, düzenin ve toplumsal bütünlüğün korunması gibi yönlerden bağımlıdır.

İkinci ilişki, iletişim aracı ile izleyiciler arasındadır. Serbest girişim toplumlarında iletişim araçları varlıklarını sürdürebilmek için geniş sayıda izleyiciye sahip olmak zorundadır. İzleyicilerin enformasyon gereksinimleri arttıkça iletişim araçlarına bağımlılıkları da artar. Bunun sonucu olarak da iletişim araçlarının izleyicilerin algı, tutum ve davranışlarını etkileme olasılığı artar.

Üçüncü ilişki ise toplumla izleyiciler arasındadır. Burada, siyasal sistem izleyicilere oy vericiler, ekonomik sistem ise tüketiciler oldukları için bağımlıdır. İletişim araçları bu ilişkilerde önemli bir aracı rolü oynar.

3.3.4. Yeniliklerin Yayılımı

Yeniliklerin yayılımı, teknolojik belirleyiciliğin izlerini taşıyan bir yaklaşımdır. Yeniliklerin yayılımı, yeniliklerin bir

topluma nasıl sokulduğunu ve insanların bu yenilikleri nasıl benimsediklerini ya da reddettiklerini açıklamaya çalışan bir iletişim araştırmaları alanıdır (Mutlu, 1998:371).

Yayılm araştırmalarında bugün en fazla tanınan kişi Everett M. Rogers'dir. Rogers (aktaran Severin ve Tankard, 1994:349), *Yeniliklerin Yayılımı* adlı kitabında, yeniliği "kişi ya da başka bir kabullenme birimi tarafından yeni olarak algılanan düşünce, uygulama veya nesne" olarak tanımlar.

Kalkınma kuram ve yaklaşımlarında önemli bir yer tutan yeniliklerin yayılması, hem gelişmiş hem de azgelişmiş ülkeleri ilgilendiren bir araştırma konusudur. 1920'li ve 30'lu yıllarda ABD'de, çiftçiler üzerinde tarım alanındaki yeniliklerin benimsetilmesiyle ilgili araştırmalar yapılmıştır. Aynı biçimde, üçüncü dünya ülkelerinde sağlık, tarım alanlarının yanı sıra, sosyal ve politik alanlarda da yeniliklerin benimsetilmesi çalışmalarını yürütülmüştür.

Yeniliğin benimsenmesi süreci, bilgi, ikna etme, karar, uygulama ve sağlamlaştırma evrelerinden oluşur. Bilgi evresi, bireylerin yeniliğe ve bu yeniliğin işlevine maruz kaldığı aşamadır. İkna etme evresinde bireyler yeniliğe ilişkin olumlu ya da olumsuz bir kanı ya da tutum oluştururlar. Karar evresinde birey için iki seçenek bulunmaktadır: Yeniliği ya benimseyecek ya da reddedecektir. Uygulama evresinde bireyler yeniliği kullanmaya başlarlar. Sağlamlaştırma evresinde ise insanların bir karar aldıktan sonra çoğunlukla kararlarına neden olan bilgiyi pekiştirmek istedikleri göz önüne alındığından, yenilikle ilgili olumlu bilgi akışı devam eder (Mutlu, 1998:369-370).

Rogers (aktaran Severin ve Tankard, 1994:350), yeniliğin benimsenme süresini etkileyen özellikleri ise şöyle sıralamaktadır:

1. Göreli üstünlük: Yeniliğin yerine geçtiği düşüncelerden, daha iyi olarak algılanmasının derecesi

2. Uyumluluk: Yeniliğin mevcut değerler, geçmiş deneyimler ve olası kabullenicilerin gereksinimleri ile uyumlu olarak algılanma derecesi
3. Karmaşıklık: Yeniliğin anlaşılması ve kullanılmasının karmaşık olarak algılanma derecesi
4. Denenebilirlik: Yeniliğin sınırlı olarak denenebilme derecesi
5. Gözlenebilirlik: Yeniliğin sonuçlarının diğerleri tarafından gözlenebilirlik derecesi.

Rogers, “genelde alıcılar tarafından daha büyük görelî üstünlüğe, uyumluluğa, denenebilirliğe, gözlenebilirliğe ve daha az karmaşıklığa sahip olduğu görülen yeniliklerin diğerlerinden daha çabuk benimsenebileceğini” belirtir.

Yeniliklerin yayılımı kuramı, teknolojilerin ve ideolojilerin yayılmasını yapmaktadır. Bu alandaki araştırmacılar, kapitalist kültürü ve pratikleri modern olarak tanımlarken, bu ülkelerdeki geleneksel kültürün gelişmeye engel olduğunu, modernleşmenin, kendi geleneklerini bırakıp kapitalist batının geleneklerini kabul etmek olduğunu öne sürdüler.

Bu yaklaşım, değişimin dışarıdan yönlendirildiğini varsaydığı için yenilik hareketinin ve değişimin tabandan ya da değişime gereksinim duyan kesimlerden de başlayabileceğini göz önüne almaz. Dolayısıyla, tabanın ortaya çıkardığı değişimi açıklayamaz.

3.3.5. Kültürel Göstergeler ve Ekim Modeli

Pennsylvania Üniversitesi Annenberg İletişim Okulu'ndan araştırmacı George Gerbner ve arkadaşları, 1967'de başlayan ve hâlâ devam eden “kültürel göstergeler” araştırma projesini başlattılar. Televizyonun etkileri konusundaki en uzun süreli ve pahalı araştırma programı olan kültürel göstergeler

projesi, televizyonda yaratılan dünyayı ve bu yaratılan dünyadaki şiddetin miktarını betimlemeyi amaçlıyordu (Alemdar ve Erdoğan, 1998:180). Proje, televizyon izleme ile izleyicinin gerçekliği nasıl kavramlaştırdığı arasındaki ilişkiye odaklanmıştı.

Geleneksel içerik-odaklı yaklaşımı benimseyen kültürel göstergeler projesi, kurumsal çözümleme, ileti sistemi çözümlemesi ve ekim/yetiştirme çözümlemesi olmak üzere üç bölümden oluşuyordu (Mutlu, 1998:236-237). Kurumsal çözümleme, televizyon iletilerinin oluşumundaki karar alma süreçlerini ve bu süreci etkileyen toplumsal faktörleri inceliyordu. “Bu çerçevede mesajı oluşturan ve yayan kurumların yapıları ve işleyişleri incelenmek istenmekle birlikte, bu yöntem ampirik ve sayısal-istatistiksel açıdan karşılaşılan birtakım güçlükler nedeniyle tam olarak işlerlik kazanamamıştır” (Işık, 2002:85). İleti sistemi çözümlemesi, Amerikan televizyonlarında (NBC, ABC, CBS) yayınlanan dramatik program örneklerinin yer yıl gözlemlenip kaydedilmesinden oluşmaktaydı. Kaydedilen örnekler üzerinde ise “kimin, kime, ne yaptığı” sorusuna dayalı bir içerik çözümlemesi yapıldı. Bu çözümlemelerin sonucunda ortaya çıkan bulgular, kısaca şöyle özetlenebilir:

- Ortalama bir izleyici günde dört saat süreyle televizyon izlemektedir. Çoğu televizyon izleyicisi için televizyon gerçekte diğer bilgi kaynakları, düşünceler ve bilinç üzerinde tekel yaratmaktadır (Severin ve Tankard, 1994:436).
- Televizyon, yaygın ve tekrarlanan kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşünü ortaya atar. Televizyonun ekmeye çalıştığı genel dünya görüşü ve değerlerine “ana akım” denilmiştir.
- Televizyon merkezileşmiş bir öykü anlatma sistemidir. Programlarıyla ortak bir iletiler ve imgeler dünyası

yaratır. Böylece tutumları eker/yetiştirir ve nüfusun günlük kültürünün ortak kaynağını oluşturur.

- Televizyonda, erkekler kadınlara göre üç kat fazla temsil edilmektedir. Gerçek dünyadaki sayılarıyla karşılaştırıldığında, televizyonun dünyasında gençlerin üçte bir, yaşlıların beşte bir oranında yer aldıkları, profesyonellerin ve kanun adamlarının tüm diğer mesleklerden daha fazla yer aldığı belirlenmiştir (Mutlu, 1998:237).
- Televizyon dünyasında hemen herkes ortalama bir gelire rahat bir yaşam sürüyor görünür. İşçiler ve hizmet sektörü çalışanları Amerikalıların yüzde 67'sini oluşturduğu halde televizyondaki karakterlerin yalnızca yüzde 10'u işçidir (Alemdar ve Erdoğan, 1998:182-183).
- Televizyon, tüm baş karakterlerin yarıdan fazlasının, ana yayın kuşağının her saatinde ortalama beş şiddet eylemine (hafta sonu gündüz saatlerinde bunun dört katı miktarda şiddet eylemine) maruz kaldığı ya da dahil olduğu bir dünya sunmaktadır. Akşam programlarında gösterilen cinayet, gerçek hayatta olandan on kat daha fazladır. Ekme/yetiştirme incelemeleri, seyretmenin tehlike algısını yükselttiğini ve abartılmış bir güvensizlik duygusu verdiğini göstermiştir. Çok televizyon izleyenlerde büyük tehlikeler ve güvensizliklerin olduğu, "rezil dünyada" yaşadıkları duygusunun az izleyenlerden daha keskin olduğu bulunmuştur (Alemdar ve Erdoğan, 1990:144). Gerbner'in araştırmalarına göre 18 yaşındaki bir Amerikan genci, o tarihe kadar televizyon ekranından 32.000 cinayet ve 40.000 cinayete teşebbüs olayına tanıklık etmektedir. Gerbner, medya yoluyla sunulan şiddetin toplum üzerinde olumsuz etkileri olduğunu savunmuş ve bu

olguyu 'vasat dünya sendromu' olarak nitelemiştir. Buna göre, televizyon yoluyla sunulan şiddetin gerçek dünyadakinden fazla olması nedeniyle birçok insan gerçek dünyayı olduğundan daha az güvenilir ve bayağı görmekte, sonuçta kendi güvenlikleri için kaygıya kapılan insanlar polis ve özel koruma önlemlerine yönelmektedir (Işık, 2002:87-88).

Gerbner ve arkadaşlarının yürüttüğü projede, televizyon dünyası ile gerçek dünya arasında hiçbir denklik bulunmadığı içerik analizi ile saptanmıştır. Kültürel göstergeler yaklaşımına göre, televizyon izleme yoğunluğu, sıklığı arttıkça izleyicilerin gerçek dünya hakkındaki bilgileri de o kadar yanıltıcı ve çarpık olur. İnsanların gerçek dünyaya ilişkin bilgilerini televizyondan edinme düzeyiyle, toplumsal gerçekliği algılamalarındaki çarpıklık arasında doğru orantılı bir ilişki vardır.

Kültürel göstergeler yaklaşımı, çeşitli açılardan eleştirilmiştir. Bunlardan biri, yaklaşımın, toplumsal denetim ajanı olarak sadece televizyona dayanmasının kültürel gelişmede rol oynayan ve kültür üreten diğer araçların rolünü ihmal etmesidir (Alemdar ve Erdoğan, 1990:145).

Paul Hirsch (aktaran Severin ve Tankard, 1994:437-438) ise yaklaşımı, diğer değişkenleri kontrol etmemek ve yeterli olmamakla eleştirmiştir. Daha sonra Hirsch'in yapmış olduğu analiz, eğer araştırmacı aynı anda diğer çok sayıdaki değişkeni kontrol altında tutabilirse televizyondan kaynaklandığına inanılan etkinin çok küçüleceğini göstermiştir.

Rubin, Perse ve Taylor ise (aktaran Severin ve Tankard, 1994:439), çok ve törensel televizyon izlemeden kaynaklanan kuşkuvarlıklarını dile getirdiler. Araştırmacılar, izleyici anketlerinde, sosyal gerçeklerin algılanmasında televizyon izlemenin etkilerini saptadılar. Bu etkilerin programlara göre değiştiğini buldular. Gündüz saatlerinde yayınlanan dizilerin izleyicileri, başkalarına saygı ve güven konularında zayıftılar. Gece

saatlerinde gösterilen dizilerin izleyicileri politik etkililik konusunda zayıf duygular beslemekteydi. Macera filmlerinin izleyicileri ise kendi güvenlikleri konusuna daha fazla ilgi gösteriyorlardı.

Kültürel göstergeler yaklaşımında bir yöntem sorunu da bulunmaktadır. Televizyonun iletileri incelenirken içerik çözümlemesinin kullanılması, ancak sayısallıkla ifade edilebilen verilerin toplumbiliminin konusu olabileceği ön savını da beraberinde getirir. Bu durum bir ileti ya da ileti kategorisinin seçilmiş unsurlarının nitel özelliklerinden ayrılmasına neden olur. Öte yandan, içerik kategorileri araştırmacılar tarafından öznel olarak oluşturulur. Bu öznel kategorilerin nicelleştirilmesi ise izleyicinin anlamlandırmaları olarak sunulur. Bu noktada, kategorileri oluşturan araştırmacının denekler üzerindeki etkisi söz konusudur. Bu da anlamın karşılıklı etkileşimle yani, ileti ve izleyicinin etkileşimiyle ortaya çıktığı gerçeğinin göz ardı edilmesine neden olur.

ANAAKIM İLETİŞİM KURAMLARI

4.1. Tutarlılık ve Uyum Kuramları

1960'lardan bu yana iletişim alanında en çok araştırılan konu, tutum değişimidir. Bu araştırma alanında tutum değişimi üzerine pek çok kuram geliştirilmiştir. Heider, Newcomb, Festinger, Osgood, Tannenbaum, Rosenberg ve Abelson gibi araştırmacılar iletişimde algılama uygunluğu, tutarlılık, uyum ve denge üzerinde durmuşlardır. Bu araştırmacılara göre, kişiler inançlarını ve tutumlarını korumak için aldıkları iletileri kendileri sansür ederler. Bir başka deyişle inançlarını ve davranışlarını destekleyen iletileri ararken, öyle olmayanlardan kaçınırlar. Bu arayış, özellikle inançlar ve etkinlikler saldırıya uğradığında ya da bu inançlara ve etkinliklere karşı kişinin güveni az olduğu zaman daha çok ortaya çıkar (Alemdar ve Erdoğan, 1990:70).

Tutarlılık kuramları insan davranışlarını tutarlı ve ussal olarak görürler. Bu yaklaşımla yapılan araştırmalar da genellikle tutum değişikliği amacıyla sunulan ayırık ve tutarsız bilgi ile bir bireyin nasıl başa çıkabileceğiyle ilgilendirler (Severin ve Tankard, 1994:230).

4.1.1. Heider'in Denge Kuramı

Bugünkü tutarlılık kuramlarının babası olarak gösterilen Psikolog Fritz Heider, 1946-1958 yılları arasında yaptığı araş-

tırmalarla dikkati çeker. Kişilerin içsel, bilişsel bilgi süreçleriyle ilgilenen Heider, denge modelinde iki birey ve bir tutum objesi arasındaki ilişki üzerinde odaklaşır. İki insan arasında üçüncü bir insan ya da nesne hakkında varolabilecek düşünce uygunluğu ya da uygunsuzluğunun düzeyiyle ilgilenir. Kişiler arası algı olayını en basite indirgeyen Heider, bir kişinin (k), bir diğer kişi (d) ve bir tutum objesi (o) ile ilişkilerini incelemiştir; ancak bu incelemede durum, söz konusu kişinin (k) görüş açısından ele alınmıştır. k-d-o ilişkisinde her üç ilişki (k'ye göre) olumluysa ya da ilişkilerin ikisi olumsuz, biri olumluysa, k'nin zihninde denge durumu var demektir. İki ilişki olumlu, bir ilişki olumsuzsa ya da her üç ilişki de olumsuzsa, k için dengesiz durum var demektir:

+ + +	++-
dengeli durum	dengesiz durum
+ - -	- - -

Kaynak: Kağıtçıbaşı, 1982:132

Heider'in denge modeline göre, iki insanın birbirlerine karşı ve ayrıca söz konusu olabilecek bir nesneye karşı hoşlanıp hoşlanmama şeklindeki tutumlarında bazı ilişki kalıpları dengelenecek (iki insanın hem birbirlerinden hem de bu nesneden hoşlanma durumlarında olduğu gibi) bazıları ise dengelenmeyecektir (iki insan birbirinden hoşlanır ama, birisi nesneden hoşlanır, diğeri hoşlanmaz durumunda olduğu gibi) (McQuail ve Windahl, 1993:31).

Heider'e göre, denge bulunduğu durumda iletişime katılanların her biri değişmeye karşı çıkar. Bir başka deyişle denge durumunun düzenli olduğu ve dış etkilere direndiği varsayılır. Dengesizlik ise kişide psikolojik bir gerginlik yaratır. Bu gerginlik, denge halini sağlayacak bir değişiklik oluşmasıyla ortadan kalkar.

4.1.2. Newcomb'un ABX Nesnel Denge Kuramı (Bakışım Kuramı)

Mewcomb, denge kavramını bir kişinin zihninden çıkarıp kişiler arası algılama ve etkileşim alanına uygulamaya çalışmıştır; daha doğrusu, öznel dengeden nesnel dengeye geçişi sağlamıştır (Kağıtçıbaşı, 1982:144). Başkaları hakkında aynı duyguları besleyen ya da önemli konularda aynı şekilde düşünen kişiler birbirlerinden de hoşlanacaklardır. Böylece kişiler arasında genel denge temeline dayanan bir simetri söz konusudur.

Newcomb, Heider'in yaptığı çalışmalarını genişleterek, iki ya da daha fazla kişi arasındaki iletişime uyguladı. Newcomb'un bakışım kuramı, başkalarını bakışımı ya da tutarlılığı sağlamak amacıyla ikna etmeye çalıştığımızı öne süren bir tutum değişikliği kuramıdır. İlk kez bu model iletişimin toplumdaki ve toplumsal ilişkilerdeki rolü üzerinde durmuştur.

Newcomb'un ABX sisteminin öğeleri şunlardır (Alemdar ve Erdoğan, 1990:71-72):

- A'nın X'e olan yönelimi
- A'nın B'ye olan yönelimi
- B'nin X'e yönelimi
- B'nin A'ya yönelimi

ABX, içsel ilişkileri birbirine bağlı bir sistemdir. A ve B iletişimcidir, yani kişi, grup, yönetici, halk olabilir. X ise iletişimcinin ve toplumsal çevresinin bir parçasıdır. Yani bir olay, nesne, bir başka kişi, örgüt, siyasi parti olabilir. Kurama göre, eğer A değişirse B ve X de değişir, ya da eğer A, X'e olan ilişkisini değiştirirse, B ya X ile ya da A ile olan ilişkisini değiştirmek zorundadır. Böylece sistem kendini dengede tutar. Eğer A, X'e karşı pozitif tutuma ve B aynı X'e karşı negatif tutuma sahipse o zaman A ve B geniş anlamda benzer bir tutuma

ulaşınca kadar iletişimde bulunma baskısı altında kalırlar. Eğer X değişirse, A ve B bu yeni X'e ortak yönelim saptamak için iletişime girerler.

Newcomb, daha sonra yaptığı çalışmalarda, iletişimin ancak belli koşullarda meydana gelebileceğini belirterek, modeline şu koşulları ekledi: a) bireyler arasında güçlü bir cazibe olduğunda, b) katılanlardan en az birisi için nesne önemli olduğunda, c) X nesnesi her iki kişinin de ortak ilgi alanı içinde olduğunda. Newcomb, modelini, aynı öğrenci yurdunda kalan ancak başlangıçta birbirlerini tanımayan öğrenciler arasında zamanla gelişen uzlaşma üzerine yaptığı araştırmayla test etmiştir (McQuail ve Windahl, 1993:32).

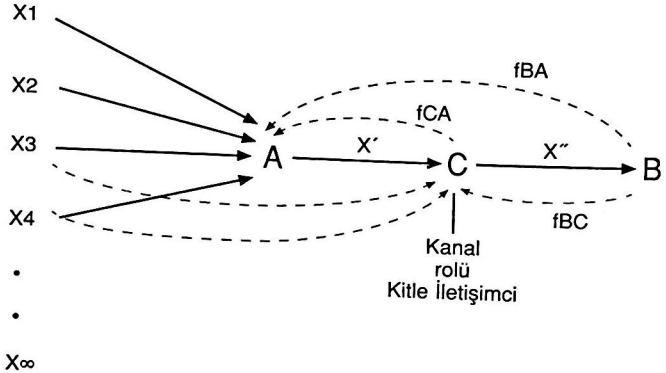
McQuail ve Windahl, konsensüs eğiliminin iletişimin tek nedeni ve sonucu olmadığını belirterek, zihinsel uyumsuzlukla birlikte yaşanan belirsizlik ve rahatsızlık gibi durumlardan kurtulmanın iletişim dışında da çözüm yolları bulunduğunu kaydederler. Örneğin, yeni ilişkilere girmek veya görüş ayrılığını daha da destekleyici bilgiler bulma yoluna gidilebilir.

Newcomb'un modeli, makro anlamda toplumsal uzlaşma (consensus) sorununu açıklamakta da kullanılmaktadır. Ancak, bireylerle ya da küçük gruplarla içsel süreçler konusunda yapılan genellemelerin büyük ölçekli durumlara doğrudan uygulanamayacağını unutmamak gerekir. McQuail ve Windahl'ın (1993:33) belirttiği gibi, "Toplumların tek tek bireyler veya küçük gruplar gibi konsensüs ihtiyaçları yoktur. Belki de gelişmeleri açısından çelişki ve farklılaşmaya ihtiyaçları vardır".

4.1.3. Westley ve Maclean'ın Aracılanmış İletişim Araştırmaları Modeli

1957'de geliştirilen bu model, kitle iletişim araştırmalarında kullanılabilecek sistematik bir yaklaşım sunmayı amaç-

Westley ve MacLean, bu modeli kitle iletişiminde uyguladıklarında modelin ikinci aşaması ortaya çıkar (Alemdar ve Erdoğan, 1998:72-75). Burada, A toplumsal bir kaynak, B toplumun bir üyesini simgeler. C ise kitle iletişimcisi simgeler ve kanal rolünü oynar. C'nin, B'nin gereksinimlerini yorumlama ve sonra düşüncelerini ortak sembol sistemiyle ifade ederek, kodlayarak, bir kanal veya araç yoluyla B'ye göndermek gibi görevleri vardır. C, A ve B arasında çevre hakkındaki iletilerin aktarılmasında eşik bekçisi gibi hareket etmeyi gerektiren anahtar bir rol üstlenir.



Şekil 7 - Westley ve MacLean Modeli

Kaynak: Alemdar ve Erdoğan, 1998:73

Modelin bu versiyonunda A savunmacı bir rol üstlenir. Politikacı, reklamcı ya da haber kaynağı olabilir, bazı amaçları niyetleri olan bilinçli bir iletişimcidir. C, herhangi bir iletişim örgütüdür, medya örgütü ya da o örgütte çalışan bir kimse olabilir, B ve A'nın gereksinimlerine hizmet eden bir ajan durumundadır, bu rol temelde bilinçli değildir. X'ler iletişimin

konusu olabilecek şeyler; f'ler verilen karşılıklar, B ise okuyucu/dinleyici/izleyicidir ve davranışsal rolü simgeler.

Modelde, X' kanala ulaştırılmak üzere iletişimci C tarafından seçilmiş iletiyi, X" ise medya örgütünün izleyiciye göndermek üzere değişime uğrattığı iletiyi simgeler. FBA toplumda yaşayan birinden orijinal kaynağa gönderilen geri beslemeyi gösterir. Bu geri besleme, örneğin bir partiye oy verme ya da bir ürünü satın alma biçiminde olabilir. FBC izleyiciden iletişim örgütüne geri beslemeyi gösterir. Bu geri besleme de doğrudan temas ya da izleyici araştırma yöntemleri aracılığıyla olabilir. FCA iletişimciden savunmacı rolü oynayan A'ya geri beslemeyi gösterir. Bu A'nın bilinçli iletişim girişimini değişikliğe uğratar reddeder ya da cesaretlendirir. X3C, vb. iletişim örgütü tarafından X'ler arasında doğrudan yapılan gözlemleri, örneğin bir muhabirin olay hakkında görgü tanığı olmasını anlatır.

Westley ve MacLean modeli, kitle iletişim sürecinin önemli ve ayırt edici yönlerine dikkat çekmesi bakımından önemlidir. Modelin amacı, X veya B arasındaki bağlantının C rolünün tekelinde olmadığını göstermektir. B, A ile doğrudan başka ilişkilere de sahip olabilir. Örneğin bir örgüte üye olabilir ya da X hakkında doğrudan deneyim sahibi olabilir. Fiyat yükselmesi, hava değişikliği gibi.

Bu model, kitle iletişiminde geniş çapta kullanılmaktadır. Ancak, model ilişkiler sisteminin kendi kendini düzenleyici ve bütün katılanlara karşılıklı olarak fayda sağlayıcı olduğunu varsayar. Serbest hareket edildiğinde, verici ve alıcının çıkarları dengelenecektir. Oysa Mc Quail ve Windahl'ın (1993:43) belirttiği gibi, pratikte üç ana katılımcı arasındaki ilişkiler nadiren dengelenir ve bu durum yalnızca bir iletişim ilişkisinde görülmez. Aynı zamanda A ve C arasında bazen de C ve B arasında politik bir ilişki vardır. A'nın C üzerinde bir gücü etkisi olabilir ve C, neredeyse her zaman bir ölçüde bilgi sağlamak için A rolüne bağımlı olarak çalışabilmektedir.

Modelin bir başka zayıf yönü de kitle iletişim sürecinin entegrasyon düzeyine ve savunucuların iletişimcilerle ve izleyicilerle süreç hakkında aynı görüşü paylaştıkları yolunda yaptığı aşırı vurgudur. Oysa her biri birbiriyle çok az ilişkisi olan amaçları gerçekleştirmeye çalışıyor olabilir. Savunucular iletişim gereksinimi olmadan ya da gerçekten arzu etmedikleri iletileri gönderiyor olabilirler. İletişimciler kendi örgütlerinin amaçlarını gerçekleştirme peşinde olabilirler, izleyiciler ise özel gereksinimleri olmaksızın ne gösteriliyorsa izliyor olabilirler. Ayrıca model, iletişimcinin özellikle politik olgularda ya da devletin çıkarlarını ilgilendiren konularda toplumdan bağımsız oluşunu da abartmaktadır. Devlet ya da ekonomik güç kaynakları yayın kuruluşlarını etki altına alarak sömürgeleştirme eğilimindedir.

4.1.4. Festinger ve Bilişsel Uyumsuzluk Kuramı

Leon Festinger, bireyin davranışları ile tutumları arasında bir uygunluk olduğunu, sonuçta bireyin eylemleri arasında da bir tutarlık bulunduğunu belirtir. Festinger'e göre bilişsel öge; bilgiler, kanaatler ve inançlardır. Uyumsuzluk ise bir ya da daha çok bilişsel öge arasında meydana gelebilir. Örneğin; sinemaya gitmek istemediğiniz bir gün cebinizde 8 YTL olsa ve sinema ücretinin 10 YTL olduğunu bilerseniz, bu iki obje o anda birbiriyle ilişkisiz olduklarından bir uyumsuzluk söz konusu değildir. Ancak, sinemaya gitmek istiyorsanız bu iki obje ilişkilidir ve paranız yetmeyeceği için uyumsuzluk meydana gelecektir.

Festinger, uyumsuzluğu şöyle formüle etmektedir (aktaran İnceoğlu, 28):

$$\text{Uyumsuzluk Toplamı} = \frac{\text{Uyumlu Öğeler Sayısı} \times \text{Önem}}{\text{Uyumsuz Öğeler Sayısı} \times \text{Önem}}$$

Festinger'e göre (56-70), uyumsuzluk içinde kalan birey, bu uyumsuzluğu gidermek için "ilave yeni haklı kılımlar" peşine düşmektedir. Bu durumda, bilişsel uyumsuzluğu tamamen ortadan kaldırılsa bile, "uyumsuzluk azaltımı süreci" sayesinde birey, eski bilişsel öğeler ile yeni davranış veya yeni tutumu arasında yeni bir denge veya uyum elde etmiş olmaktadır. Örneğin, bir sigara tiryakisi, sigara ile akciğer kanseri arasındaki ilişki hakkında bir tıp raporunu okurken, bu durum onda endişe yaratır. Hem sigara içmekten hoşlanır hem de kansere yakalanmak istemez. Böyle bir çatışma durumu ise bireyi endişeyi azaltmaya zorlar. Bu durumda bireyin yapabileceği birkaç şey vardır (Mutlu, 1998:70): 1) Varolan tutumları destekleyen bilgileri arama, 2) Yeni ve çelişkili bilginin doğrudan reddedilmesi ve değersiz bulunması, 3) Uyumsuzluk konusunun önemini azaltmak, 4) uyumsuz bildirimini kabul edip bu konudaki varolan tutumu reddetmek.

Uyumsuzluk modeli tutum değişimi yerine tutum istikrarını, enformasyon alma yerine enformasyon aramayı, gönderici yerine alıcıyı ön plana çıkarmıştır. Bu model aynı zamanda aktif izleyici ve kullanıcılar-doyumlar yaklaşımının odak noktasını oluşturur.

4.2. Sihirli Mermi Kuramı

Sihirli mermi kuramı, kitle iletişimin etkileriyle ilgili ilk kavramlardan birisine son dönem araştırmacılar tarafından verilen addır. Ayrıca, "hipodermik iğne kuramı", "iletim kuramı" ya da "şırınga modeli" olarak da bilinir.

Kitle toplumu kuramlarından kaynaklanan sihirli mermi yaklaşımı, uyarıcı-tepki modelinin eşidir. Uyarıcı-tepki modeli ise davranışçı psikolojinin en önemli kavramlarından biridir. Bu modelde, "bireyin de bir parçası olduğu çevredeki fizik enerjide meydana gelen ve bireyin duyuşsal organlarını

etkileyen değişmelere uyarıcı adı verilir. Bireyin denge durumunu yeniden sağlamak için davranışlarında oluşturduğu değişiklik ise, o uyarıcıya karşı gösterdiği tepkidir” (Tolan vd. 1985:12). Uyarıcı-tepki ve sihirli mermi metaforu siyasal iletişim, propaganda ve psikolojik savaş anlayışına oldukça uyar. Sihirli mermi kalabalığa atılır, dostlara ve tarafsızlara zarar vermeden zikzaklar çizerek gidip düşmanı bulur. Siyasal kampanyada da ileti nüfus içinde yayılır; birçok kişide görülebilir bir etki yapmadan geçer; fakat siyasal yönelim arayan belli azınlığın şimdiki gereksinimleriyle iletinin içeriği uyduğu zaman etki ortaya çıkar (Alemdar ve Erdoğan, 1998:52-53).

Sihirli mermi kuramı, iletişim araçlarının güçlü, anında ve doğrudan etkileri olduğunu varsayar. Sihirli mermi kuramına temel olan iletişim araçlarının güçlü etkileri görüşü, I. Dünya Savaşı’nda propagandanın görünürdeki gücünden etkilenmiştir. Bu görüş, II. Dünya Savaşı öncesi yıllarda, pek çok kişinin Hitler benzeri bir yöneticinin ABD’de yönetime gelmesinden korktuğu sıralarda oldukça güncel bir yaklaşımdı. Günümüzde ise sihirli mermi kuramı iletişim araştırmacıları tarafından çok basit bir model olması nedeniyle geniş ölçüde reddedilmektedir. Ancak, alanın dışında olan çok sayıda insan, kitle iletişiminin gücünü abartma eğilimi sonucu bu görüşü benimser görünmektedir.

4.3. Kullanışlar ve Doyumlar Kuramı

Gerbner’in ekinleme kuramının bir bakıma alternatifi olarak değerlendirilebilecek bu yaklaşıma göre, insanlar gereksinimlerini doyuma ulaştırmaya çalışırlar. Doyum için kullandıkları araçlardan bazıları da kitle iletişim araçlarıdır. İnsanlar bu araçlar ve araçların ürünleri arasında gereksinimlerini karşılamak için seçme yaparlar. Bu amaçlı etkinlikler sonucu gereksinimler giderilir, gerginlikler azaltılır.

Erdoğan (Alemdar ve Erdoğan, 1990:111-112), iletişim araçlarının kullanım nedenlerini ve doyumları şu konular etrafında toplamaktadır: Günlük yaşamın baskılarından kurtulmak, dünyada ne olup bittiği hakkında bilgi edinmek, zaman öldürmek/vakit geçirmek, yiyecek, giyecek ve eşyalar hakkında bilgi almak, dinlenmek, içinde yaşadığımız zamandan geri kalmamak (zamana ayak uydurmak). Erdoğan'a göre, doyum için kullanılan kitle iletişim araçlarının içeriği ise üç sınıfa ayrılabilir:

1. Gerçek enformasyon veren içerik: Çevresel, ulusal ve uluslararası haber, belgesel sunuşlar, yorumlar.
2. Gerçek-duygusal içerik: Tiyatro ve oyun gibi estetik bir biçimde sunulan ve aynı zamanda hayali olmayan içerik. Gerçeğe dayanmasına karşın bu tür içerik kaçış, çevreden uzaklaşma ve hayali ilişkilere girmek için kullanılabilir. Bu içeriğe örnek olarak canlı spor yayınlarını, konuşma programlarını, yarışma programlarını ve reklamları verebiliriz.
3. Hayali-duygusal içerik: Romanlar, hikayeler, melodramik, komedi ya da polisiye filmler ve televizyon eğlence oyunları, çocuk dergileri. Bu tür içerik kişileri toplumsal ilişkilerde daha çok yalnızlığa götürür ve çoğunlukla kişiye sorunlarını çözme yerine sorunlardan kaçma olanağını verir.

Kullanışlar ve doyumlar yaklaşımını temel alan araştırmaların en çok bilinenleri ve bulguları şunlardır (Aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1998:167-168):

Schramm, Lyle ve Parker, çocukların televizyonla ne yaptıklarını incelediler. Buldukları sonuçlara göre, çocuklar genellikle büyüklerin seyrettiği programları seyrederler ve seyrettiklerinin çoğu fantezi ve eğlence programlarıdır. Okul öncesi yıllarında fantezi programlarından öğrenirler, büyüdük-

çe basılı iletişim araçlarını gerçeği deneme ve ciddi öğrenme için kullanmaya başladılar, çocuğun toplumsal ilişkileri kötüleştikçe, televizyon kullanımı ve fantastik içerik arayışı artar.

Johnson, gençler arasında iletişim araçlarının kullanımı ve toplumsal bütünleşmeyi incelemiş ve yoğun televizyon izleme ile statü düş kırıklığı arasında doğrudan bir ilişki bulmuştur. Bu bulguya göre, toplumsal bütünleşmede başarısızlık hissi, kişileri yetersizlik duyguları veren bir durumdan kaçmak amacıyla bir “duygusal onarma” aracı olarak televizyonu kullanmaya yöneltmiştir.

Katz ve Peled savaş gibi özel bir durumda, televizyonun iki önemli görevi olduğuna işaret ettiler: bilmek gereksinimi ve gerginlikten kurtulma. Gazetelerin ek bir enformasyon kaynağı olduğunu ve radyo ile televizyonun verdiği materyallerin yorumu için kullanıldığını saptadılar.

Diğer yandan, Katz, Gurevitch ve Haas, çeşitli araçları kullanma ve elde edilen doyumlarla ilgili araştırmalarında televizyonun daha çok “zaman öldürmek”, “aile ile vakit geçirmek”, “eğlenmek”, “sıkıntıları atmak” ve gazetelerin “dünya olaylarını anlamak”, özellikle kendi ülkeleri (İsrail) hakkında haber için kullanıldığını bulmuşlardır.

Kullanışlar ve doyumlar yaklaşımı ilk önce Elihu Katz tarafından 1959'da yazılan bir makalede açıklandı. Katz, bu makalesinde, iletişim araştırmalarının hep ikna konusuyla ilgilendiğini ve “medya insanlara ne yapıyor?” sorusuna yanıt aradıklarını, asıl sorulması gereken sorunun ise “insanlar medya ile ne yapıyor?” sorusu olduğunu ileri sürdü.

Kitle iletişim araçlarının izleyici/okuyucu kitle üzerinde etkili olduğunu, bu kitlenin de edilgen alıcılar durumunda bulunduğunu varsayan modelleri inceledik. Kullanışlar ve doyumlar yaklaşımı ise izleyici/okuyucuların edilgen alıcılar olmadıklarını öne sürer. Bu yaklaşım, iletişim araştırmaların-

da kitle iletişim araçlarının güçlü etkilerinden sınırlı etkilere geçiş anlamına gelmektedir.

Kullanışlar ve doyumlar yaklaşımı, insanların medyayı çok çeşitli amaçlar için kullandığını ve kitle iletişiminin kullanıcılarının denetiminde olduğunu öne sürer. İzleyicilerin kendileri için en doyurucu olan kitle iletişim içeriklerini az çok etkin biçimde aradıkları varsayımına dayanır. Dolayısıyla araştırma sorunsalını araç ya da iletiden izleyiciye/alıcıya kaydırır.

Kullanışlar ve doyumlar kuramıyla ortaya konulan etkin izleyici yaklaşımı, izleyiciyi; arayan, seçen ve kendi etkisini kendi yaratan kişi konumuna getirir. Etkin izleyici kuramları, bir bakıma eleştirel medya kuramlarına karşı bir savunma platformu oluşturmuşlardır. Bir başka deyişle, medyadan çok izleyici performansı masaya yatırılarak medyanın yarattığı toplumsal olumsuzluklar hafifletilmeye çalışılmıştır. Kullanışlar ve doyumlar yaklaşımına göre, izleyici kendi etkisini kendi seçtiği zaman, bu seçimin sonuçlarından kendisi sorumludur. Dolayısıyla kitle iletişim örgütleri ve çalışanları hiçbir şeyden sorumlu tutulamaz. Başka bir deyişle, kitle iletişimcileri, gönderdiklerinin içeriği ve etkisi nedenleriyle eleştirmek haksızlıktır. Çünkü izleyici izlememek, başka kanalı ya da kaynağı seçmek özgürlüğüne sahiptir.

Kullanışlar ve doyumlar yaklaşımı ile etki modelinin birleşmesiyle de kullanımlar ve etkiler yaklaşımı ortaya atılmıştır. Kullanımlar ve etkiler, Sven Windahl'ın iletişim araçlarının farklı kullanım türlerinin farklı sonuçlar ürettiği varsayımına dayanan bir iletişim modelidir. Modele göre, tüketilen kitle iletişim içeriğinin türü, ne miktarda kullanıldığı ve nasıl tüketildiği bu içerik tüketiminin sonuçlarını kestirmede önemli rol oynar (Mutlu, 1998:227-228). Belli tür içerikler, belli tür etkiler yaratma eğilimi gösterirler. Bunun yanı sıra bizzat iletişim araçlarını kullanma biçimleri de bazı etkiler yaratmaktadır.

4.4. Etkin İzleyici, Edilgen İzleyici Kuramları

Televizyon ve kültür ilişkisini açıklamaya çalışan araştırmalar genel olarak iki temel noktadan hareket ederler. Birinci gruptaki araştırmacılar televizyonun aktif bir etkileme aracı olduğundan hareketle, izleyiciyi etkiye maruz kalan edilgen alıcılar durumuna indirger ve televizyonun izleyiciler üzerindeki etkisini izleyicinin direnişini dikkate almadan inceler. Henüz 1961 yılında Wilbur Schramm, izleyiciyi pasif bir alıcı durumuna sokan araştırmalardaki yanlış dikkat çekmiştir: "...etki kavramı, bizi yanlış yönlendirmektedir; çünkü bu kavram televizyonun çocuğa bir şeyler yaptığını çağrıştırmaktadır. Buna göre televizyon bir aktördür; çocuklar da üzerinde oynananlardır" (aktaran Werner 2002: 57). Bugün bu sorunun artı-eksi olarak değerlendirilemeyeceği, örneğin; bir aracı belirli teknik bir ayrıntıyı öğrenmek amacıyla kullanan çocukların öğreneceği, diğerlerinin öğrenmeyeceği veya bir noktada medyanın yaptığı farklı etkilerin çocukları zaman içinde bir başka noktada farklı kullanımlara yöneltebileceği üzerinde durulmaktadır. Daha değişik bir anlatımla, daha erken yıllarda aşırı televizyon izleyen çocukların televizyon izleme konusunda beceri geliştirdikleri ve televizyonu daha bilinçli okudukları, bir olasılıkla da gerçek ve kurgu arasındaki farkı daha iyi kestirebildikleri gibi konular üzerinde durulmaktadır (Werner 2002:58). Bütün bu konular geleceğin karmaşık tartışma ve araştırma konularıdır.

Amerika'da edilgen, yani kitle iletişim araçlarının etkisine maruz kalan izleyici merkezli araştırmalar 1970'li yıllara kadar iletişim alanında büyük bir egemenlik kurmuştur. Ancak 1970'lerden sonra izleyici odaklı araştırmalar yapılmaya başlandı. Bu araştırmalarda dilbilim, göstergebilim, kodlama, kod açıklama, okuma gibi açılımlarla izleyicinin bir mesajı anlamlandırma yeteneği ön plana çıkarıldı. Aslında izleyici odaklı bu araştırmaları tetikleyen şeyin pazar araştırmaları

kapsamında ele alınması gereken kullanışlar ve doyumlar yaklaşımı olduğunu belirtmek gerekir. Kullanışlar ve doyumlar yaklaşımında, izleyicinin kitle iletişim ürünlerini hangi gereksinimlerle tükettiği açıklanmaya çalışılır. İzleyici odaklı diğer araştırmalarda da izleyicinin bir mesajı nasıl okuduğu ve anlamlandırıldığı açıklanır. Burada ortaya konulmak istenen fikir, izleyicilerin her verileni sünger gibi emen pasif alıcılar olmadığı, mesajları kendilerine uygun bir şekilde yorumladıklarıdır. Bu araştırmalar salt bilimsel bir tutkuyla yapıldığı gibi; kültür ürünlerini kâr amacıyla pazarlayıp bilinç ve kültür mühendisliği yapan kurumları, kapitalist sistemin eleştirisini yapan değişimcilerle karşı savunma amacıyla da yapılır. Daha açık bir biçimde anlatmak gerekirse, söylenmek istenen şey şudur: Siz izleyiciyi aptal mı sanıyorsunuz? O kendi seçimini yapacak olgunluktadır; kendine uygun bir biçimde mesajları yorumlar; bir başka deyişle, kitle iletişim araçlarının sundukları şeyler sizin abarttığınız gibi insanları tek taraflı etkileyecek biçimde tehlikeli değildir; korkmanıza gerek yok.

Gerbner'in "ekinleme" kuramı (aktaran Tekinalp, 2003), televizyonun etkisinin kısa dönemli ve belli olaylar üzerinde bir etkiden çok, uzun dönemli ve kalıcı bir etki olduğunu anlatır. Bir başka anlatımla, yoğunlukla televizyon izleyen bireylere televizyon genel bir öğrenim programı sunar. Televizyonun sunduğu dünya, gerçekliğin abartılı bir biçimde basmakalıplaştırılmış, kurgulanmış daha doğrusu yeniden yapılandırılmış bir kopyasıdır ve simgeseldir. Bu simgesel dünyada tekdüze tekrarlardan oluşan gerçeklik dramatize edilerek abartılır, heyecan ve dikkat oluşturacak şekilde yapılandırılır ve izleyiciye sunulur. Bu abartma, televizyonun teknik yapısından daha doğrusu doğasından kaynaklandığı gibi, dramanın özelliklerinden de kaynaklanır.

Kodlama ve kod açılımı araştırmalarıyla dikkat çeken Hall, televizyon programlarını bir metin olarak ele alır ve

bu metinleri değişik okuma türleri üzerinden değerlendirir. Bu okuma türleri; verilen mesajların aynen alındığı “hakim okuma”, mesajın bir bölümünü kabul edip bir bölümünü reddeden “pazarlıklı okuma” ve mesajın tamamını reddeden “muhalif okuma”dır (Mutlu, 1998:368).

İngiliz kültürel çalışmalarının kültürel okuma farklılıkları üzerindeki kuramlarından Curran ve Sparks'ın (1999:450-451), Roland Barthes'ın bir çalışması üzerine tartıştığı “anlam çokluğu” kuramına ulaşabiliriz. Fransız göstergebilimci Roland Barthes'in 1977 yılında reklamcılıkla ilgili bir çalışmasında ulaştığı sonuca göre fotografik simgeler çok anlamlıdır, yani birbirinden farklı birçok anlam içerirler; bu farklı anlamların oluşturulmasında fotografik görüntülere ek olarak onları pekiştirici ek mesajlar (dilsel mesajlar) kullanılır. Anlam yükleme yollarından biri de farklı görüş ve düşüncelerin yan anlam olarak farklı bir literatür çerçevesinde sunulmasıdır. Ancak kitle iletişim araçlarındaki simgeler yığını izleyicinin algılama etkinliğini öne çıkarmakta ve anlamlar, izleyicinin belirlediği şekilde algılanmaktadır. Barthes'in kendisi de daha sonraki çalışmalarında etkin izleyici görüşüne kayarak simgeler yığını karşısında öznenin “materyalin içindeki gizli anlamları kendi etkin çabasıyla” ortaya çıkardığını savunur. Böylece izleyicinin çabasıyla simgeler yığını bir gerçekliğe dönüşür.

De Certeau'ya göre, iktidar sahiplerinin toplumsal kontrolü sürdürmek ve ellerindeki gücü tutmak için oluşturmaya çalıştıkları ideolojik yapılara, bu yapılardan kaçmaya çalışan güçsüz kesimler tarafından meydan okunur. De Certeau, izleyici veya okuyucunun, “iktidar sahibinin stratejilerini devre dışı bırakan taktik zaferler kazanabildikleri gerilla savaşı benzeri birtakım direnişlere geçebildiklerini öne sürer. Öyle ki, ‘güçsüzler’ kültür endüstrisini üretip çok geniş ürünler yelpazesinden belli metinleri seçerek onları popüler yapabilir” (aktaran Curran ve Sparks, 1999: 452).

İzleyicinin televizyon karşısında sınırsız özgürlüğü olduğunu savunan ve buna "semiotik demokrasi" adını veren John Fiske'ye göre, televizyon programının yayınlandığı an, izleyicinin sınırsız bir özgürlük içinde anlam kurma anıdır. Bu durumda sürekli olarak televizyonu bir günah keçisi ilan etmemize gerek yoktur. Onun kontrolü bizim elimizdedir. Fiske, popüler kültürün kültür endüstrisi koşulları içinde bize dayatılmadığının, aksine halk tarafından inşa edildiğinin altını çizer. Kültürel yaşam pratiklerinin kültürel çıktıları olan popüler kültür ürünleri aslında etnik, cinsel ve benzeri eşitsizliklerin geleneksel ve hakim temsilini sarsacak bir biçimde kurulur ve anlamlandırılırlar. Kapitalist egemen kültür üreticileri ile özne arasındaki ilişkiyi inceleyen Fiske'ye göre (1999: 42) kapitalist girişimci, öznelerin düşünmesini ve farklı anlamlar üretmesini hiçbir zaman engelleyememiş, öznelerin yarattığı farklı anlamları yeniden üreterek pazarlamıştır. Ancak kapitalizmin yararlandığı bu farklılıklarla, mücadele içinde olduğu marjinal farklılıklar (marjinal feminizm, marjinal siyahi ırkçılık vb.) aynı değildir. Fiske'nin bu düşünceleri, kültür endüstrisi kurumlarını hiçe sayması, kapitalist ideolojinin hakim olan denetimini görmezlikten gelmesi ve kendi eleştirel okuma tarzını izleyicilere mal etmesi bakımından aşırı iyimser ve ütopyacı olarak değerlendirilebilir. Ancak bu görüşleri ile televizyon mesajlarının bombardımanına maruz kalan izleyicilerin etkilere karşı koyabilme reflekslerini geliştirebilmesi için bir çıkış noktası hazırlar. Özet olarak, Fiske'nin bu iddialarından hareketle izleyicinin televizyonu denetleyebileceği ve bu konuda eğitilebileceği noktasına varabiliriz.

Schudson (1999:195-196), Fiske'nin etkin izleyici tezine karşı geliştirdiği tezde, genel izleyicinin kültürü kullanırken seçici olduğunu, düşündüğünü ve kurduğunu; ancak elit izleyiciye göre çok daha yaratıcı ve eleştirel tepkiler vermediğini savunur. Eleştirel izleyici bir sanat ürününü birkaç kez inceleler ya da ilgili kimselerin görüşüne başvurur; bir başka deyiş-

le, bu insanlar bazı kültürel nesnelere karşısında diğerlerine göre çok daha eleştirel, daha etkin, oyunbaz veya daha yaratıcı olabilirler. Schudson, bu noktada resmi ve resmi olmayan eğitimin önemini vurgulamaktadır.

Bir emperyalist metin karşısında izleyicinin gücünü ortaya koyan önemli ve ünlü bir araştırmanın sonuçlarından burada söz etmenin konuyu daha iyi değerlendirmek açısından yararlı olacağını düşünüyoruz. Bilindiği gibi, bir zamanların bütün dünyada izlenme rekorları kıran Amerikan TV dizisi *Dallas*, birçok incelemeye konu olmuştur. Bu araştırmalardan bizim konumuzla ilgili olanı Ien Ang'ın *Watching Dallas* adlı çalışmasıdır (Tomlinson, 1999:75-82). Ien Ang'ın çalışması her ne kadar esas olarak medya emperyalizmi konusuyla ilgili değilse de, sonuç itibarıyla, medya emperyalizmi eleştirilerine karşı izleyici bakış açısına vurgu yaparak konuyu geleneksel eleştirel yorumdan farklı bir alana taşır. Ang'a göre, kültürel emperyalizm eleştirilenleri metindeki ideolojiye tepki gösterirken izleyicinin diziden ne anladığı konusunu göz ardı ederler. İzleyici *Dallas*'ı seyretmekten zevk almaktadır; bunun için de dizi bütün dünyada popülerliğini korumaktadır. İzleyicinin diziden zevk alması dizinin ideolojik yapısından değil, melodramatik yapısından kaynaklanmaktadır. Bu zevkin Ang'a göre Amerikan kültürü veya tüketim kapitalizmi ile hiçbir ilgisi yoktur. Ang, Hollanda'da bir kadın dergisine okuyucuların *Dallas*'ın hangi yönlerinin sevildiğini öğrenmek üzere bir ilan verir. Ang'ın bu çıkarımları okuyuculardan gelen farklı tepkiler üzerine kurulmuştur. Diziyi sürekli izleyenler (ki bu onların diziden zevk aldıklarını göstermektedir) dizideki kültürel değerlere karşı olduklarını belirtmişler; bazıları da eleştirel aydınların alaycı tutumlarını takınarak bunların dizideki yansımalarını izlemekten zevk aldıklarını belirtmişlerdir. Ang, bu noktada şöyle bir yorum yapar: "*Dallas* mücadele edilen kültürel sefaletle karşı mükemmel bir simgesel nefret unsuru haline geldi" (aktaran Tomlinson, 1999:75). Yanıtlar

arasında, Dallas'ı kendi kültürüne uydurarak yorumlayanlar olduğu gibi, Batı'nın kültürel değerleri karşısında kendi kültürünün değerlerini pekiştirdiğini iddia edenler de olmuştur. Sonuç olarak, Dallas'ın bu kadar yoğun izlenmesinin nedeni, dizideki kapitalist kültürel öğelere karşın, insana ait ortak duygular olan mutsuzluk, aşk, aldatma, zevk gibi melodramatik unsurlara bağlanmıştır. Bu araştırmanın ortaya koyduğu tez ise, görsel bir metnin okunması sürecinde, metindeki kapitalist kültürel unsurlara karşı izleyiciden kendi kültürüyle harmanlanmış bir direnç olduğu şeklinde özetlenebilir.

Etkin izleyici tartışmalarına ideolojik yüklem yapan düşünceler de ortaya atılmaktadır. Örneğin, yeni dünya düzeninde televizyonun karşı konulamaz tecimsel yükselişi ile getirilen düzenlemelerin medya holdinglerinin siyasi ve ekonomik gücü karşısında gerektiği gibi etkili olamaması, iletişimcileri bir önlem olarak etkin izleyici tartışmasına sokmuştur (Postman 1994; Postman ve Powers 1992). Postman ve Powers'ın sözünü ettiği etkin izleyici, programları süzgeçten geçirip neyi kabul edip etmeyeceğine karar veren, daha doğrusu, izlediği her şeyin verilmek istenen mesaj doğrultusunda etkisi altında kalmayan, kendi değer yargı ve kültürüne uygun doğal bir ayıklama ile mesajları kendine uyarlayan veya reddeden izleyici anlamından çok; televizyonunun ne olduğunu bilen, televizyon içeriği konusunda eğitilmiş izleyici anlamına gelmektedir.

4.5. Gündem Oluşturma Kuramı

Tutum değişikliğinde kitle iletişim araçlarının önemini vurgulayan ve bu araçların etkileri üzerinde yoğunlaşan bir başka kuram ise gündem oluşturma kuramıdır (Gündem koyma ya da gündem saptama olarak da anılır). Gündem oluşturma, halkın çeşitli güncel sorunların görece önemini algılamasının kökenini açıklamaya çalışan bir iletişim kuramıdır

(Mutlu, 1998:148). Medyanın haberleri sunuş yoluyla, halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları, bunlara verdiği önemi belirlediği görüşüne dayanır. Gündem oluşturma kuramına göre, iletişim araçlarının büyük ağırlık ve yer verdiği konular, halkın önemli olarak algılayacağı konular, iletişim araçlarının ağırlık vermediği konular da önemsiz olarak algılayacağı konulardır. Gündem kuramının ana varsayımına göre, kitle iletişim araçları halka “ne düşüneceklerini söylemede” çoğu kez başarılı olmayabilir, fakat izleyicilerine “ne hakkında düşüneceklerini” anlatmada çok başarılıdır.

Gündem belirleme yaklaşımının düşünsel temeli Walter Lippmann'ın *Public Opinion* (Kamuoyu) isimli çalışmasına dayanır. Lippmann (aktaran İrvan, 2001:70), insanların kendi yakın çevreleri dışında olup bitenleri anlayabilmeleri, doğrudan gözlem yapabilmeye olanağı bulunmayan dış dünyayı kendileri için anlamlı hale getirebilmeleri için belli anlam haritalarına gereksinim duyduklarını, bu anlam haritalarının medyanın aktardığı bilgiler doğrultusunda oluşturulduğunu ileri sürer. Bernard Kohen (aktaran İrvan, 2001:70) ise *Basın ve Dış Politika* adlı yapıtında “Medya bizim ne düşüneceğimizi değil, ne hakkında düşüneceğimizi belirler” diyerek sınırlı etkiler modeline bir yanıt oluşturmuştur.

İletişim araçlarının kamunun gündemini belirlediği düşüncesi daha eskilere dayanmakla birlikte, gündem oluşturma varsayımının ilk kez 1972'de McCombs ve Shaw'ın yaptığı araştırma tarafından atıldığı kabul edilmektedir. McCombs ve Shaw (1991), 1968 Başkanlık seçimleriyle ilgili araştırmalarında, siyasal taraftarlara atfedilen seçici maruz kalma eğiliminden kaçınmak için kararsız bir seçmen örnekleme üzerinde çalıştılar. Deneklere, kampanyadaki anahtar sorunları gördükleri biçimde belirlemek için konuları sordular. Seçilen medyaya içerik analizi uyguladılar. Bu içerik analizi, söz konusu sorunların belirme sayısına yansdı, ayrı-

ca basının az ve çok önem verdiği sorunların 15 kategorilik bir listesini oluşturdu. Medyanın önemli olarak ele aldığı sorunlarla kararsız seçmenlerin önemli saydıkları sorunlar arasında yüksek bir korelasyon bağlantısı bulundu. Bu bağlantıyı, gündem saptama yoluyla medyanın sorunlara gösterilen dikkati etkileme gücünün kanıtı saydılar. McCombs ve Shaw, 1968 Başkanlık seçimlerinde Amerikan kamuoyuna çok tekdüze bir konular listesi sunulduğunu ve kamuoyunun da içerik ve sıralama açısından bu kalıp ile yakın uyum içinde olduğunu buldular. Bu olgu seçim kampanyaları üzerine daha önceki çalışmalarda da fark edildi. Bu çalışmalar, kampanya boyunca konuların önem sırasının, iletişim araçları içeriğinde bu konulara verilen yerin sırasına göre nasıl değiştiğinin kestirilebileceğini göstermektedir (Mc Quail, 1983:67).

McCombs ve Shaw'a göre (aktaran İrvan, 2001:69), 1940'larda yapılan iletişim araştırmaları büyük ölçüde tutum ve davranış değişikliği üzerinde yoğunlaşmışlardı. Oysa medya iletilerinin etkisi bir zincir içinde gerçekleşiyordu. İlk aşamada etki 'haberdar etme' ya da 'farkındalık yaratma' biçiminde ortaya çıkıyor ikinci aşamada, insanlar haberdar oldukları sorunlar hakkında daha fazla bilgi edinme yoluna gittikleri için etki 'bilgi düzeyinde' ortaya çıkıyordu. Tutum değişikliği ancak üçüncü aşamada görülürken son aşamada davranış değişikliği söz konusu oluyordu. Sınırlı etkiler araştırmaları etki hiyerarşisinin ilk iki aşamasını atlayarak doğrudan tutum ve davranış değişiklikleri üzerinde yoğunlaştıkları için medyanın etkisinin zayıf olduğu sonucuna vardılar. Oysa medyanın kısa dönemli etkilerini ilk iki aşamada aramak gerekemekteydi. Bu nedenle, gündem kuramı haberdar etme ve bilgilendirme aşamalarında ortaya çıkan etkilere yöneldi.

Rogers ve Dearing'e göre (aktaran Mutlu, 1998:148) gündem, "belli bir zaman noktasında önem hiyerarşisi halinde sıralanmış konular ve olaylar listesi" olarak tanımlanabilir.

Olaylar, zaman ve uzamla sınırlı ayrı ayrı olgular, konular ise birbirleriyle bağlantılı olaylar dizisidir.

Genel olarak gündem kuramı başlığı altına toplanabilen yaklaşımlar, gündem belirleme varsayımı yanında gündem kurma gibi başka varsayımları da kapsar. Gündem belirleme, iletişim araçlarındaki gündemin toplum üzerindeki etkileriyle ilgilidir. Gündem kurma ise iletişim araçlarının ve kamunun gündemlerinin kamusal siyaseti etkilediği daha geniş bir süreci anlatır.

Dan Berkowitz, gündem kuramında çeşitli kategorileri birbirinden ayırır (aktaran Mutlu, 1998:149). Bu çerçevede,

- a) iletişim araçlarından kamuya doğru tek yönlü ilişki için gündem saptama,
- b) iletişim araçlarından siyasal karar alıcılara doğru tek yönlü ilişki için siyasal gündemi saptama
- c) iletişim araçlarıyla kamunun meselelere yönelik tek yönlü ilişkisi için siyasal gündemi kurma
- d) haber kaynaklarıyla iktidar kaynaklarının birlikte iletişim araçlarına doğru tek yönlü ilişkisi için de bil-dirişim yardımı terimlerini önerir.

Gündem kuramı çerçevesindeki pek çok araştırma, basın-ın iddia edildiği gibi toplumdaki gerçekleri olduğu gibi yansıtan bir ayna olmadığını savunur.

Aslında gündem hazırlama kavramı, yapılan görev bakımından “eşik bekçisi” kavramıyla aynıdır (Alemdar ve Erdoğan, 1990:147). Ayrıca gündem yaklaşımıyla gerçekleştirilen çalışmaların hedefi çok sınırlıdır. Üstelik kamu gündeminin tanımlanmasında zorluklar vardır. Birden çok kamu gündemi olabilir. Bu yaklaşımla yapılan araştırmalarda bir konunun medya gündeminden kamu gündemine ya da kamu gündeminden medya gündemine ne kadar zamanda geçtiği

konusu da tam olarak açıklanamamaktadır. Ayrıca, bireyin kişisel gündeminin kişiler arası iletişimle mi yoksa medyayla mı etkilendiği sorusunun yanıtı da verilememiştir.

Medya gündemindeki sorun sıralamasıyla kamu gündemindeki sorun sıralamasının örtüşüp örtüşmediği, örtüşme varsa bunun nedenleri, bu yaklaşımdaki araştırmaların amacını oluşturur. Ancak, çoğu gündem belirleme araştırmasında yapılan vurgunun aksine, insanların ne hakkında düşündüğünü ne düşündüklerinden ayırmak çok kolay değildir. Tam tersine, fikirlerdeki farklılıkların önemli bir kısmı sorunların hangi boyutlarının önemli olduğunun değerlendirilmesinden kaynaklanır.

4.6. Teknolojik Belirleyicilik Kuramı

19. yüzyılda yeni iletişim teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla iletişim teknolojisinin belirleyiciliği görüşü ön plana çıktı. İletişim kuramlarında teknolojik belirleyiciliğin önde gelen temsilcileri Harold Innis ve Marshall McLuhan'dır. Innis ve McLuhan, iletişim teknolojisi tarihini uygarlık tarihinin merkezi olarak alırlar. Onlara göre uygarlık tarihini yapan ve değiştiren iletişim teknolojisidir. McLuhan, her kültür çağında bilginin kaydedilip aktarıldığı medium'un (ortam; araç) o kültürün karakterinin belirlenmesinde kesin bir rol oynadığını öne sürdü. Bu görüşünü "Araç iletidir" deyişiyle özetledi.

McLuhan'a göre (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1998:149), araç insanların uzantısıdır. Bu uzantı akla gelen her şeyi kapsar: sözcük, giysi, ev, para, saat, basın, yol, araba, tekerlek, uçak, fotoğraf, telgraf, daktilo, telefon, sinema, radyo, televizyon, silah... Giysiler derimizin uzantısıdır. Ev, sığınak olarak, vücut açısından ısı kontrol mekanizmasıdır. Kentler, vücut organlarının, geniş grupların gereksinimlerini sağlamada daha da ileri uzantılarıdır.

Innis ve McLuhan'a göre sözcüğün yazıldığı şeyler sözcüklerden daha önemlidir. McLuhan, "Araç iletidir" der. Bu bağlamda elektrik ışığını örnek olarak veren McLuhan'a göre (1983), elektrik ışığı saf enformasyondur. Bir markanın veya sözlü bir reklamın, bir araçla hecelenirse bile kendi başına iletisiz bir iletişim aracı olduğu söylenebilir. Her aracın belirgin niteliği olan bu gerçek, herhangi bir aracın içeriğinin daima bir başka araç olması demektir. Örneğin, yazılı kelime nasıl basılı ve basılı olan nasıl telgrafın içeriği ise yazının içeriği sözdür. Eğer "Sözün içeriği nedir?" diye sorulursa, "Kendinde sözlü olmayan güncel bir düşünce sürecidir" yanıtının verilmesi gerekir. McLuhan'a göre (1983), aslında bir iletişim aracının ya da teknolojinin iletisi insani işlerde yarattığı ölçek, ritim ya da model değişikliğidir. Araçlar içeriği ne olursa olsun, doğalarında varolan özellikleri nedeniyle etkilere sahiptir, içerik önemsizdir.

McLuhan iletişim medyasının en önemli etkisinin duyu organları ile algılamaya ve düşünce alışkanlıkları üzerinde olduğunu savunur. Teknoloji ve özellikle iletişim araçları, insanların bir duyuya diğerlerine göre daha fazla ağırlık vermesine neden olmaktadır. McLuhan (2001:305), basının görmeye ağırlık verdiğini söyler. Basına dayanan kültürde insanlar duyduklarına inanmakta ve konuşmayı hatırlamakta zorluk çekerler. Basın, gerçeği; tekdüze, uyumlu, nedenselliği olan ve farklı ilişkiler içinde düzenler. Toplumsal düzeyde basın, millet olma olasılığına ve milliyetçiliğin doğuşuna yol açtı. "Çünkü matbaa aracılığıyla bir halk kendisini ilk kez olarak görür. Yüksek görsel tanımı haliyle anadil, kendi sınırlarıyla toplumsal birliğin bir görünüşünü sunar. Ve insanlar kendi dillerinin bu görsel birliğini kitaptan çok gazete aracılığıyla yaşamıştır." McLuhan, *Gutenberg Galaksisi*'nde, "alfabe ve tipografi aracılığıyla görsel duyunun yalıtılması ile, bilginin parçalara ayrılması yanılmasının nasıl yaratılmış olduğunu" (354) açıklamaya çalışır. McLuhan'a göre, matbaa ulusal

birörnekliği, devlet merkezîyetçiliğini yaratmış, aynı zamanda bireysel hakların coşkulu savunmasını ve devlete karşı muhalefeti de doğurmuştur (309).

McLuhan, televizyonun ise duyuların çoğuna ağırlık veren görsel, işitsel ve dokunsal bir araç olduğunu, dünyayı milliyetçilikten “küresel köy” olmaya yönelttiğini ileri sürer. “Telgraf ve radyodan bu yana, yerküre uzaysal olarak büzüşerek tek bir küçük köye dönüşmüştür.”(307).

McLuhan, araçları da sıcak ve soğuk olmak üzere ikiye ayırır. Eğer araç, tek bir duyuyu uzatıyorsa ve izleyiciye tamamlaması için çok şey bırakmıyorsa bu sıcak araçtır. Radyo, sinema, fotoğraf gibi. Eğer, araç az şey veriyor ve izleyici tarafından çok şey ekleniyorsa, bu soğuk araçtır. Televizyon ve telefon gibi. Televizyon soğuk araçtır, çünkü enformasyon bakımından verdiği azdır. Dolayısıyla iletiyi tamamlamak için izleyici tarafından aktif katılmayı gerektirir. Bu da televizyon ekranındaki noktaları ve çizgileri birleştirerek yapılır (Alemdar ve Erdoğan, 1998:159-160). Telefon da soğuk araçtır. Sözel alıcı, bir telefon konuşmasında atlanan bir bilgiyi sağlamak zorundadır. Oysa sıcak araçlar, gerekli tüm verileri sağladıkları için alıcının iletiyi açmamasında etkin bir rol oynaması gerekmez.

Teknolojik belirleyicilik yaklaşımı, teknolojinin kullanımını yöneten toplumsal süreçleri ve seçimleri göz ardı ettiği için eleştirilir. McLuhan'ın yaklaşımında insanın kaderini belirleyen insanın kendisi değil, uzantısı olan teknolojidir. Bu görüş var olan teknolojik düzenin sorgusuz savunuculuğunu yapmaktadır (Alemdar ve Erdoğan, 1998:160-161). Yaklaşım, bu kusurunun yanı sıra farklı tür teknolojilerle birlikte var olan olası toplumsal düzenlemeler çeşitliliğini de göz önüne almaz (Mutlu, 1998: 328).

Bununla birlikte, 1990'lar yeni medya ve telekomünikasyon sektörünün ekonomisinden beslenen yeni bir teknolojik

belirleyicilik örneğine sahne olmuştur. Bu yıllarda telekomünikasyon, bilişim ve internet alanındaki şirketlerin etkinliği ve yatırımlarında bir patlama yaşanmıştır. Yeni medya çok çeşitli fırsatlar yaratıyor, işletme yapılarını ve müşteri ilişkilerini değişime uğrattıyor, verimliliği ve yeni düşünceleri artırıyor gibi görünüyordu. Son yıllarda tüketici zevklerinin çeşitlenmesi ve hızla değişime uğramasıyla, üretim sürecindeki yeni bilgi teknolojileri, üretimle tüketim arasındaki ilişkileri tekrar ayarlamının da bir yolu olarak görülmüştü. Üretimle tüketim arasındaki bu ayrım, tekno-ütopyacıların çoğu kez “gerçek kullanıcıların bakış açılarını” saptayamadıkları anlamına gelir. Yerleşik medya, sermayenin gereksinimleri ve kâr hedeflerince kolayca silinemeyecek biçimde gündelik kültür, alışkanlıklar, rutinler ve duygusal bağlarla iç içedir. Örneğin, kitabın ya da gazetenin ölümüne veya televizyonla kişisel bilgisayarların yondeşmesine ilişkin tüm kehanetler ve endişeler, teknolojik olarak mümkün olanın kültürel olarak da arzulandığını sanmaktan kaynaklanıyordu (Wayne, 2009:59-61).

Üretim güçleriyle üretim ilişkileri arasındaki çelişkilinin önemli bir yönü de iletişim teknolojilerinin potansiyel ve gerçek kullanımları arasındaki çelişkidir. Açıkça görüldüğü gibi, internet ve sayısal iletişim kültürel kaynaklara katılımı artırmak yerine, Schiller’in ileri sürdüğü gibi metaların satışı için yeni platformlar sunarak genel anlamda kapitalizmin toplumsal ve kültürel erişimini büyük ölçüde genişletmektedir (Wayne, 2009:70-71).

Günümüz dünyasında iletişim ve bilgi teknolojileri başdöndürücü bir hızla gelişmesini sürdürdüğü için teknolojik belirleyicilik yaklaşımı, tüm indirgemeciliğine karşın hâlâ güncelliğini korumaktadır. Bu belirleyicilik, yalnızca siyasal sağdan değil, soldan da gelebilir; iyimser ya da kötümser olabilir. Ancak tüm bu teknolojik belirleyicilik türlerinin

ortak özelliği “teknolojiyi, gelişimini, uygulamasını ve etkilerini parçası oldukları toplumsal ilişkilerden çıkarması ve dolayısıyla, a) toplumsal ilişkileri marjinalleştirilmesi veya analiz dışı bırakması, ve b) teknolojiye nesnelere doğasından kaynaklanan özellikler yerine insanlar arası toplumsal ilişkilerden kaynaklanan güç ve nitelikler atfetmesidir” (Wayne, 2009:59).

4.7. Suskunluk Sarmalı Kuramı

Alman sosyolog Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen bu model, kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerinde güçlü etkileri olduğunu, ancak bu etkilerin araştırma kısıtlamaları yüzünden geçmişte kestirilemediğini öne sürer.

Kuram, sosyal ortaklıkta, tutunumun değerler ve amaçlar konusunda, kamuoyu denen yeterli bir anlaşma düzeyi tarafından sürekli sağlanması gerektiğini varsayar. Bu uyumdan ayrılan bireyler ise yaıtılma ve toplumdaki dışlanma ile tehdit edilirler. Bireyler, genellikle bilinçsiz ve belki de genetik temelli bir yaıtılma korkusuna sahiptir. Bu korku onların sürekli olarak, kabul edilen kanaat ve davranış modelleri ile değişim potansiyelini ve yönünü araştırmalarına neden olur. Fikir ikliminde hangi kanıların yaygınlaştığını hangilerinin gözden düştüğünü değerlendirirler. Bu tür değerlendirmelerin sonuçları, halkın davranışları, özellikle de fikirlerini açıklama konusundaki isteklilikleri üzerinde etkili olur. Eğer insanlar, kendi kanaatlerinin kamuoyunda paylaşıldığına inanırlarsa, fikirlerini açıklama konusunda güvenli olurlar. İnsanlar azınlıkta kaldıklarını hissediyorlarsa, o zaman düşüncelerini dışarı vurmada ihtiyatlı ve suskun olurlar, böylece kamuda onların görüşlerinin zayıflığı konusundaki izlenim daha da güçlenir (Noelle-Neumann, 1991:259). Bu da suskunluk sarmalının giderek büyümesine neden olur.

Suskunluk sarmalı kuramı, aşağıdaki varsayımlara dayanır:

1. Toplum, ayrılan bireyleri yalıtımla tehdit eder.
2. Bireyler sürekli yalıtılma korkusu yaşarlar.
3. Bu yalıtılma korkusu, bireylerin sürekli olarak fikir iklimini değerlendirmeyi denemelerine neden olur.
4. Bu değerlendirmenin sonuçları kamudaki davranışı, özellikle açıkça ifade etmeyi ya da kanıların saklanmasını etkiler.
5. Beşinci varsayım, diğer dördüne bağlıdır. Hepsi birlikte, kamuoyunun biçimlenmesinden, korunmasından ve değişmesinden sorumlu sayılır (260).

Suskunluk sarmalında kitle iletişim araçları önemli bir rol oynar. Çünkü bireyler, kamuoyunun nasıl dağıldığını, hangi fikirlerin temsil edildiğini, desteklendiğini kitle iletişim araçlarına bakarak öğrenirler. Neuman'ın modeli, temelde Festinger'in Bilme-Tanıma Uyumsuzluğu modelinin psikolojik alandan alınıp sosyolojik alana uygulanmasıdır (Alemdar ve Erdoğan, 1998:205). Bilme-Tanıma Uyumsuzluğundaki uyumsuzluktan kaçış ve iç dünyadaki psikolojik denge arayışı, Neumann'da yerini dış dünyadaki sosyolojik denge arayışına bırakmıştır.

Öte yandan, bu model, iletişimin iletişimsizliğe yol açan etkisini dile getirmektedir (Mutlu, 1998:322). Çünkü burada kitle iletişimin kişiler arasındaki iletişimi özendirmek yerine engellemeye yönelmesi söz konusudur.

4.8. Bilgi Açığı Kuramı

Bilgi açığı kuramı, Türkçe'de "bilgi uçurumu", "bilgi gediği" ya da "bilgi farkı" olarak da adlandırılır. Kurama göre,

bilgi toplumunda eşit olarak dağıtılmamıştır. Servette olduğu gibi bilgide de sahiplik vardır. Kitle iletişim araçlarıyla aktarılan bilgi, bu bilgiye daha fazla erişme olanağı olan bazı toplumsal kesimlerin diğerlerine oranla daha fazla bilgi sahibi olmasını sağlar. Bunun sonucu olarak toplumdaki bilgi artışı, yüksek statü kesimlerinde alt kesimlere göre daha fazladır.

Bilgi açığı kuramı, ilk kez 1970 yılında Tichenor, Dnohue ve Olien imzalı bir makalede ileri sürüldü. *Kitle İletişim Araçları Akışı ve Bilgide Farklı Büyüme* adlı makalede yazarlar, bilgi açığını şöyle tanımladılar:

“Kitle iletişim araçları yoluyla sosyal sistem içinde bilgi verisi arttıkça, yüksek sosyo-ekonomik statü katmanları, düşük sosyo-ekonomik statüdeki katmanlara oranla, verilen bilgiyi daha hızlı alma eğilimi gösterirler, böylece bu katmanlar arasındaki bilgi açığı azalma değil çoğalma gösterir” (aktaran Severin ve Tankard, 1994:408-409).

Bilgi açığı, enformasyon kaynaklarının dengesiz dağılımı ile ilgilidir ve özellikle yeni teknolojilerin gelişmesi sonucu görülür. Fakat, herkes teknolojiyi kullanma olanağına sahip olursa, aradaki açık daha az olur. Teknolojideki her yenilik toplum içinde yayıldığında demokratikleşmeyi ve açığı ortadan kaldırmayı sağlar. Ancak, birbiri ardından çıkan yeni teknolojiler, avantajsız kişileri sürekli daha geride bırakır. Örneğin, televizyon ilk çıktığında toplumun ona sahip olan kesimlerinin bilgisini artırarak, bilgi açığını büyütür, ama topluma yayıldığında, bilgi açığı azalır. Daha sonra yeni bir teknoloji örneğin, internet çıktığında herkes bilgisayara ve internet bağlantısına sahip olmadığından bilgi açığı yine artacaktır. Bilgi açığı kuramına birçok eleştiri de yöneltilmiştir. Bunlardan biri, kuramın, insanların toplumsal konularda bilgilenme için sadece kitle iletişimine bağımlı olmadığı, kişisel deneyim ve kişiler arası iletişimin de önemli rol oyna-

dığını göz ardı etmesidir. Bir diğeri de açığa neden olan bilginin niteliğiyle ilgilidir. İnsanlar yaşantılarını sürdürmede ve çevrelerini denetlemede yararlı bilgilere sahip oldukları sürece, onların kendilerini pek de ilgilendirmeyen başka bilgilerden yoksun olmaları ne denli önemlidir? (Mutlu, 1998:63). Ancak, kıt kaynakları olan bazı kesimlerin, ekonomi, meslek, sağlık, vb. bakımından değerli ve kendilerine yararlı olacak bilgileri elde etmelerinin hâlâ sorun olduğu da unutulmamalıdır.

Bilgi açığı kuramı, sayısal teknolojilerin gelişmesiyle önem kazanmıştır. Günümüzde, bilgi açığına işaret eden sayısal bölünme (digital divide) konusundaki araştırmalar gide-rek artmaktadır. Sayısal uçurum kavramıyla da ifade edilen sayısal bölünme, bilginin üretilmesi, işlenmesi, paylaşılması ve değer yaratması sürecinin dışında kalan büyük çoğunluk ile, bu sürece etkin olarak katılan küçük azınlık arasındaki uçurumu anlatan bir kavramdır. Sayısal bölünme ülkeler arasında olabileceği gibi, aynı ülkenin farklı toplumsal kesimleri ve bireyleri arasında da olabilir. Gelir ve eğitim düzeyi, cinsiyet, kullanılan dil, kültürel farklılıklar gibi etkenler sayısal bölünmede etkilidir. Enformasyon ve iletişim teknolojileri, toplumların ve ekonomilerin temeli haline geldikçe, sayısal bölünme, enformasyona sahip olmayanların yeni teknolojiye dayanan işlere, e-devlete, enformasyon teknolojisi kullanan sağlık ve eğitim hizmetlerine katılımdan yoksun kalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, enformasyon/bilgi toplumunun önündeki en büyük engeldir. Enformasyon çağıının kaynaklarını kullanabilen bireyler ve topluluklar ile kullanamayanlar arasındaki bu açığın kapatılabilmesi için maddi ve sosyal kaynakları adil ve eşitlikçi bir temelde değerlendirmek, herkesin bilgi ve enformasyon teknolojiye ve içeriğine eşit erişimini sağlamak, enformasyon okuryazarlığını geliştirmek gerekmektedir.

Sayısal bölünme konusu, son dönemlerde uluslararası toplantılarda tartışılmakta, ülkeler bu konuda kendi politikalarını oluşturmaya çalışmaktadır. UNESCO, 2000 yılında, enformasyonu kalkınmanın temeli olarak gören “Herkes İçin Enformasyon” adlı hükümetler arası bir program başlatmıştır. Sayısal bölünme, buna karşı alınacak önlemler ve işbirliği olanakları, BM yanında G-8 ve OECD toplantılarında da ele alınmaktadır.

DİLBİLİMSEL ve GÖSTERGEBİLİMSEL YAKLAŞIMLAR

Hem ana akım kuramlarından yola çıkan araştırmacılar hem de eleştirel kuramları benimseyen araştırmacılar, dilbilimsel ve göstergebilimsel yaklaşımlarla iletişim konusunu açıklamaya çalışmışlardır. Ana akımda işaret, simge, ikon, indeks, anlam verme, şifre, dil, araç gibi kavramların ön plana çıktığı ve öznel görüşler arasındaki yanlış anlama ve dengesiz açıklık gibi konular üzerinde durulduğu görülmektedir.

Dilbilim (Linguistics), insan dilini her yönüyle inceleyen bir araştırma alanıdır. Çağdaş Dilbilimin kurucusu Ferdinand de Saussure; dilbilimin görevlerini kısaca, dili betimlemek, tarihini incelemek, her ailedeki ana dillerin ilk biçimlerini ortaya koymak ve dillerdeki sürekli evrensel güçleri keşfederek genel yasaları ortaya koymak olarak sıralar. İletişimin en önemli araçlarından olan dil, medya çalışmalarında önemli bir yer tutar. Göstergebilim (semiotics, semiology) ise sözlü, sözsüz gösterge sistemlerinin ve bu sistemlerin anlamın kurulmasındaki ve yeniden kurulmasındaki rollerini inceleyen bir bilim dalıdır (Mutlu, 1998:142-143).

1920'lere gelindiğinde, Soussurecü kuramlar dil bilimine hakim durumdaydı. 20. yüzyılın ikinci yarısında ise gösterge kuramının altında yatan ilke ve kavramlar kitle kültürü, edebiyat, antropoloji ve psikoanaliz alanlarına yayıldı.

Yapısalcılık ve göstergebilim kültür ve anlam incelemelerini tamamen değiştirdi. Antropolog Claude Levi-Strauss yapısalcı ilkelerden kabile topluluklarının mitlerini analiz etmek için, Vladimir Propp ise benzer yöntemlerden Rus halk öykülerini incelemek için yararlandı. Her ikisi de daha sonra film çalışmalarında yeni sinema okuma yöntemleri açısından etkili kaynaklar oldular. Roland Barthes ise *Çağdaş Söylenceler* adlı kitabında kitlesel kültürü analiz etmek amacıyla yapısalcılığın gevşek bir türünden ve göstergebilimden yararlandı (Wayne, 2009:200).

Gerek göstergebilim ve gerekse göstergebilimin ayrılmaz bir parçası olan dilbilim, medya iletilerinin çözümlenmesinde önemli bir yer tutar. İçerik araştırmaları; içerik çözümlemesi, söylem çözümlemesi, ideoloji çözümlemesi, tür (genre) çözümlemesi, anlatı çözümlemesi, metinlerarası (intertextual) ilişki çözümlemesi, dilbilimsel çözümleme ve göstergebilimsel çözümlemeler gibi dallara ayrılır. Göstergebilim, televizyonun yaygınlaşmasıyla önemi artan ve salt yazılı metni çözümlemelerinde kullanan tekniklerin dışına çıkarak görüntünün taşıdığı anlamların çözümlenmesinde en uygun yaklaşım olarak da kabul edilmektedir.

5.1. Dilbilimsel Çözümlemeler

İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'e (1857-1913) göre dil bir "toplumsal kurumdur", oysa söz bireysel bir davranıştır. Bir toplumsal kurum olarak dil, düşünceleri anlatan örgütlenmiş bir göstergeler sistemidir; dilin kodlanmış yönünü temsil eder. Dilbilimin görevi bu örgütlenmiş sistemin anlam üretimini sağlayan kuralları incelemektir. Dil parçalara ayrılabilir, öyleyse çözümlenebilir; yapılacak iş bir dilin işleyişini ve anlamlandırılmasını sağlayan karşıtlıkları, sapmaları ortaya çıkarmaktır (Mattelart, 1998:69). Saussure, bir göstergeler, sözcükler ve anlamlar sistemi olarak dilin,

konuşan bireysel öznelerin söz edimlerinden bağımsız olarak var olduğunu söyler.

Dil ile düşünce arasında çok yakın bir ilişki vardır. Dilsel gerekircilik varsayımı, dilin dünyayı yorumlamamızı belirlediğini öne sürer. Görme, işitme ve deneyimleme biçimimizin belli bir tarzda olması, ait olduğumuz topluluğun dilsel alışkanlıklarının belli yorum seçimlerine yatkınlığı nedeniyledir. Bu varsayımın doğal bir uzantısı da dilsel göreliliktir. Buna göre, konuştuğumuz dil algıladıklarımızı, düşünme ve davranış biçimlerimizi etkiler. Farklı dilleri konuşanlar, dünyayı farklı biçimde deneyimlerler (Mutlu, 1998:97). Örgütlenmiş göstergeler sistemi olarak dilin toplumsal işlevlerini, kodlama biçimlerini, işleyişini incelemek yanında onun bir gösterge sistemi olarak anlam üretimini sağlayan kurallarını ortaya koymak, onu göstergebilimsel incelemelerden ayırır. Dilbilim, göstergebilimin içindedir, ancak göstergebilim dilbilimin içinde değildir. Bir başka deyişle göstergebilimsel çözümler çok geniş bir alanı kapsar.

5.2. Göstergebilimsel Çözümler

Göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılmasına göstergebilim adı verilir. Göstergebilim, 20. yüzyılın gereksinimlerine yanıt veren, dolayısıyla 20. yüzyılda oluşmuş bir bilim dalıdır. Bu bilim dalının 20. yüzyılın başlarındaki üç ana kaynağını ABD’de Charles Peirce, İsviçre’de Ferdinand de Saussure ve Doğu Avrupa’da biçimciler oluşturur (Erkman, 1987:27).

Göstergebilim, “gerek sözlü, gerekse sözsüz gösterge sistemlerinin ve bu sistemlerin anlamın kurulmasında ve yeniden kurulmasındaki rollerini konu alan bilim dalı”dır (Mutlu, 1998: 142). Göstergebilim, gösterge dizgelerini inceleyen bilim dalı olduğuna ve neredeyse çevremizdeki hemen her şeyi gösterge sayabildiğimize göre, oldukça geniş bir alanı kapsar.

Bu alanın tanımı konusunda bilim adamlarının tam bir görüş birliği içinde olduğu söylenemez.

Saussure (aktaran Mattelart, 1998:69), tüm diller ve tüm toplumsal göstergeler için geçerli genel bir bilim ummuştu. Ona göre, "Göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyen bir bilim tasarlanabilir... ona göstergebilim (Yunanca'da semeion, gösterge) adını vereceğiz. Bize göstergelerin özünün ne olduğunu, hangi yasalara bağlı olduklarını öğretecektir".

Bu çağrıya yanıt Roland Barthes'dan (1915-1980) gelir. Barthes (aktaran Mattelart, 1998:69), göstergebilimi şöyle tanımlar: "Göstergebiliminin konusu, özü ve sınırları ne olursa olsun tüm işaretler sistemidir: İmgeler, jestler, melodik sesler, nesnelere ve bunların törenlerde, protokollerde ya da gösterilerde bulunan karışımları dilleri değilse de, en azından anlam sistemlerini oluştururlar". Barthes, reklam, bina, araba, bina biçimleri, her yıl değişen moda, edebiyat, sanat, yaşam biçimleri göstergeleri üzerinde sayısız makaleler ve kitaplar yazmış; kabul edilmiş tez, görüş ve yargıları alt üst eden bir gösterge bilimcisi kuramcısıdır (Allen 2003).

Göstergebilimsel çözümlenmeler iletişim alanına farklı bir vurgulama yapmıştır. İletişim bir süreç olarak (araç, kanal, aktarıcı, alıcı, geri besleme, vb.) değil, anlamın oluşturulması olarak ele alınır. Fiske (1996:61), bu oluşumu şöyle açıklar: "İletişimin gerçekleşmesi için göstergelerden bir ileti yaratmak gerekir. Bu ileti sizi benim ilk anda oluşturduğum anlamla şu ya da bu şekilde ilişkisi olan kendinize ait bir anlam yaratmaya teşvik eder. Aynı kodları paylaştığımız ve aynı gösterge sistemlerini kullandığımız sürece, iletiye ikimizin yüklediği anlamlar birbirine yaklaşacaktır.

Bu yaklaşımda bilinmesi gereken terimler; gösterge, anlamlandırma, ikon (görüntüsel gösterge), indeks (belirtisel gösterge), düz anlam ve yan anlamdır.

Saussure'e göre (aktaran Parsa, 2002:8), dil göstergesi bir nesneyle bir adı birleştirmez, bir kavramla bir iştirim imgesini birleştirir. Her gösterge (sign); gösteren (signifier – gösterenin fiziksel varlığı) ve gösterilenden (signified) oluşur. Örneğin “kedi” sözcüğü gösterge; “kedi” ses dizisi gösteren; kafamızdaki “kedi” kategorisi gösterilendir. Gösterenle gösterilen arasında mantıklı bir açıklama değil, nedensiz bir ilişki vardır. Kedi sözcüğünü işittiğimizde kafamızda kedi imajı oluşmaktadır.

Saussure'den habersiz göstergebilim ile ilgilenen Charles Saunders Peirce, “semiotics” deyimini kullanarak göstergelerin mantıkla ilişkisi üzerinde durmuştur. Anlamanın oluştu-rulma süreci üçlü kimlik gerektirmektedir: Gösterge (ya da gösteren), nesne ve yorumlayan. Nesne dış dünyada gösterenin yerine duran şey; yorumlayan ise gösterge ile nesne arasındaki ilişkiyi üreten zihinsel süreçtir. Ancak Peirce'e göre yorumlayan sadece bir kişiyi değil, aynı zamanda bir göstergelyi, daha doğrusu yorumlayanın zihninde uyanan, göstergeye ilişkin kavramı da belirtir. Böylece sınırsız semiosis (post-yapısalcı yaklaşım) kavramı ortaya atılır. Peirce'nin sisteminde gösterenin değişimi zihinde değil, gösterge sistemi içinde ortaya çıkmaktadır. Peirce'nin göstergebilim alanına getirdiği en büyük katkı, göstergelerin dış dünyada ikon (örneğin fotoğraf), belirtke (örneğin duman/ateş), simge (örneğin haç/bayrak) olarak bulduklarını belirtmesidir (Parsa, 2002:12).

Yapısalcılık ve göstergebilim iletişim araştırmalarında bir ortaklık içinde değerlendirilir. Anlatı çözümlemelerinde yapısalcı dilbilimin (Saussure) önemli katkısı olmuştur. Claude Levi Strauss, dilsel yapıdaki çözümlemeleri toplumsal yapıya taşıyarak “yapısalcı antropoloji”yi başlatmıştır. Algirdas Julien Greimas (1917-1992) ise, dil ve düşünce arasındaki felsefi ilişkileri genişletmiş, anlatım/içerik ayrımını getirerek yapısalcılığın gelişmesinde önemli rol oynamıştır.

Fiske'ye göre (1996:62), göstergebilimin üç temel çalışma alanı söz konusudur:

- Göstergebilimin kendisi: Bu alanda gösterge çeşitleri, bunların anlam taşıma yolları ve göstergeleri kullanan insanlarla ilişkilendirme biçimleri araştırılır. Göstergeler, insan inşası olduğu için, insanların onları kullandıkları biçimler içerisinde anlaşılabilir.
- Göstergelerin düzenlendiği kodlar veya sistemler: Bu çalışmada, toplumun gereksinimini karşılamak için geliştirilen kodlar ve bu kodların iletilmesi için var olan iletişim kanallarını işletme yolları incelenir.
- Kodlar ve göstergelerin içinde işlediği kültür: Kültürün kendi var oluşu ve biçiminin, bu kodların ve göstergelerin kullanımına bağlı olduğu ortaya konulur.

Özetle, göstergebilim dikkatini metne, insana ve kültüre yöneltir. Göstergebiliminde "alıcı" terimi yerine "okur" terimi kullanılır. Çünkü "okumak" öğrenilen bir süreç, almak ise verileni kabul etmek anlamına gelir. Okur, kendi deneyim, tutum ve duygularını metne taşır ve metnin anlamlandırılmasına doğrudan katkıda bulunur.

5.3. Kültürel Çalışmalar

Kültürel çalışmalar, kültürün ve toplumun incelenmesine yönelik disiplinler arası bir yaklaşımdır. Özellikle İngiltere'nin Birmingham Üniversitesi'nde, 1964 yılında Richard Hoggart'ın yönetiminde kurulan Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin çalışmalarıyla birlikte anılır. Bu yaklaşım, kültürel üretimin ve simgesel biçimlerin toplumsal koşullanması; kültürel deneyim ve bu deneyimin sınıf, yaş, cinsiyet ve etnik ilişkilerce biçimlenmesi, ekonomik ve siyasal kurumlar ve süreçlerle kültürel biçimler arasındaki ilişkiler üzerinde durur (Mutlu, 1998:233-234).

Kültürel çalışmaların alana kazandırdığı iki en önemli şeyden biri; kültürü toplumun tümünden yalıtılmış yüksek sınıflar olarak algılanmaktan kurtarıp, antropolojik bir yaklaşımla gündelik yaşamın pratiklerine karışmış bir olgu olarak incelemesidir. İkincisi de kültürü Ortodoks Marksist ekonomik belirleyicilikten kurtarıp, ekonomik yaşamla bağlantılı olmasına karşın, dünyayla iç içe bir kültür olgusunu kavramlaştırmasıdır. Temel konu, anlam verme ve temsil, anlam verme ve temsil etme süreçleri ve sistemlerinin anlaşılmasıdır. Kadın dergilerinin, televizyondaki kurgu ve haber programlarının, yazılı basın söylemlerinin çözümlenmesi bu kültürel çalışmaların odağını oluşturur. “İngiliz Kültürel Çalışmaları geleneği, bir toplumsal kuram olarak Marksizmin İngiliz toplumunun toplumsal ve ekonomik koşullarında bir değişiklik üretmeye oldukça yetenekli olduğu varsayımı üzerinde işleyen siyasal bir söylem (*New Left Review* dergisinde temsil edildiği üzere) tarafından yaratılan ve ayakta tutulan bir düşünsel iklimden doğmuştur” (Hardt, 1994:39).

Hoggart ilk çalışmalarında kültürün yönlendirici olduğu ve halkın tümüyle edilgenliğini savunan yaklaşıma karşı çıkmış, örnek olarak da çağdaş işçi sınıfının yaşamının yaratıcılığını ve yapay olmayan yönlerini ele almıştır. R. Williams (1993) ise toplumsal etkinliğe önem vermiş ve kültürü “yaşam biçiminin tümü” olarak tanımlamıştır. Kültürel çalışmalara konu olan noktalar, 1980’li yıllarda genel bir ilgi uyandırmış ve iletilerin anlamlarının oluşturulmasında alıcının rolü ve iletiyi alma etkinliğinin gerçekleştiği koşulların önemi vurgulanmıştır. Kültürel çalışmaların katı ekonomik belirleyicilikten kurtulmasında Althusser ve Gramsci’nin ideoloji kavramsallaştırmaları dayanak sağlamıştır.

Medya, endüstriyel toplumlarda kültürel alana egemen olduğundan eleştirel analizin başlıca alanı haline gelmiştir. Hall’e göre (aktaran Hardt, 1994:38), medya kendi kültürel

ve ideolojik konumunu koruyabilmek için birkaç yoldan işlev görür:

- Medya toplumsal bilgiyi sağlar ve seçmeci olarak inşa eder
- Toplumsal hayatın çoğulluğunu sınıflandırır
- Karmaşık onaylanmış bir düzen inşa eder.

Kültürel çalışmalar içinde feminist incelemeler önemli bir yer tutar. Bu incelemeler, dizi filmin, kadınların aile yaşamı bağlamı ile ilişkili olan sorunlara, gerilimlere ve günlük alışkanlıklara, aile bireyi ve eş olarak sahip oldukları statüyle geleneksel olarak ilişkili olan becerilerine seslenerek, kendi yaklaşım biçimini nasıl onların beklentilerine göre oluşturduğunu gösterir (Mattelart, 1998:119).

Kültürel çalışmalar, birkaç bakımdan eleştiri almıştır:

- Metin-merkezli inceleme yaklaşımı televizyon izlemenin karmaşıklığını gözden kaçırır.
- Tüm kültürel yorumu egemen ve bağımlı gruplar arasındaki savaşıma çözülemeye indirger. Bu indirgemecilik, ortak anlam oluşumunu ve yenilikçi kültürel yaratıcılığı kavramlaştırılmaz.
- Amerikan kültürel çalışmaları ise; izleyicinin gücünü abartarak medyayı daha masum gösterir; siyasal ekonomi yaklaşımını ve kitlenin metalaşmasını hafife alır.

Kültürel çalışmaların popülist bir yönsemeye girdiğini dile getiren araştırmalar da olmuştur.

5.4. Yapısalcılık

Yapısalcılık, 20. yüzyılda geliştirilen bir düşünce akımıdır. İlk ortaya çıkışında yapısal dilbilimin ardındaki kültürel antropoloji alanında etkinlik gösteren bu akım, olayların,

kurumların ya da düşüncelerin tarihi gelişiminden çok, belli bir zaman dilimi içinde yapıyı oluşturan öğelerin karşılıklı ilişkilerini inceler. Bu yaklaşımıyla da göstergebilim ile iç içedir (Parsa, 2002:85).

Yapısalcılık, iletişimde, göstergebilim, antropoloji, sosyoloji ve edebiyat eleştiriciliğini birleştiren analiz biçimine denir. Yapısalcılık, toplumsal yapı kavramına ve toplumun bireylerden önce geldiği görüşüne dayanan bir toplumbilimsel yaklaşımdır (Mutlu, 1998:360-361). Bir başka anlatımla, oluşan toplumsal yapılar ve bunlar arasındaki ilişkiler bireyi yapılandırır. Dil, mitoloji, din, yemek kültürü, binaların dizaynı, müzik, kısaca kültürün tüm yapısal öğeleri genel yapıyı oluşturur o da bireyi. Biz hepimiz içine doğduğumuz yapıların ürünüyüz. Bu yapıyla oluşan bizler ona benzer yapıları yeniden ve yeniden üretiriz. Bu yaklaşım biçiminin özelliği, incelenen nesneye yapı kavramının uygulanmasıdır. "Yapı kavramını uygulamak, yüzeydeki birtakım olayların, daha iyisi fenomenlerin altında, derinde yatan bazı kuralların ya da yasaların oluşturduğu bir sistemi aramaktır" (Moran, 1983:176). Bu bakımdan doğa bilimleri, birtakım olayları gözle görünmeyen bir yasalar sistemiyle açıkladıkları için doğaları gereği yapısaldırlar. Ancak, günümüzde yapısalcılık deyince, daha çok toplum bilimine, kültür alanlarında uygulanan bir yöntem anlaşılmaktadır.

Swingewood'un (1998:347-348) belirttiği gibi, yapısalcılık, gerçekliği, şeyler ve toplumsal olgular temelinde değil, öğeler arasındaki ilişkilere dayanarak açıklar. Yapısalcılığın temel ilkesi, gözlemlenebilir olan bir şeyin ancak temeldeki bir yapı ya da düzenle ilintili olduğu kadarıyla anlam taşımasıdır.

Yapısalcılığın en tanınmış savunucusu antropolog Claude Levi-Strauss'dur. Levi-Strauss'cu yapısalcılık görüşünde yapı, toplumun yapısı değil, düşüncelerin, insan aklının kalıplarının yeniden ve yeniden üretilen yapısıdır. Yapısalcılıkta ince-

lenen de toplumsal yapı değil, metnin yapısıdır (Alemdar ve Erdoğan, 1998:296-297).

Levi-Strauss'a göre, kültürel biçimler, özellikle mitler tipik olarak, tatlı ve acı veya kırmızı ve yeşil gibi, ikil karşıtlıklar diye adlandırılan karşıt dilsel niteliklerin birleşimi biçimini almaktadır. Mitlerin ve buradan hareketle yazınsal metinlerin çözümlemesi, hangi ikil karşıtlıkların ortaya çıktığını gösterme amacıyla yapılmakta, metnin yapısal incelemesi yapılmaktadır.

Yapısalcılık, 1960'lı yıllarda, özellikle Fransada Saussure'ün yapısal dilbilim yönteminden yola çıkan, Roland Barthes, Louis Althusser, Michel Foucault, Jacques Lacan ve Claude Levi-Strauss tarafından temsil edilen bir düşünce hareketidir. Birçok alanda etkisini göstermiş, hala üzerinde tartışılan, araştırmalar yapılan ve çeşitli toplumsal olayların çözümlenmesinde başvurulan önemli bir düşünce akımı olarak önemini sürdürmektedir. Psikanalizin bilinçdışı açıklama modeliyle, Marksizmin toplumsal yapıları belirleme modelini benimseyen Fransız yapısalcılarının çoğu, sorumluluğu özgür insana bırakan, insanın kendisini nasıl yaparsa öyle olduğunu söyleyen hümanizmin tersine insanın, bilinçli iradesinin ötesinde ya da bireysel kontrolünün dışında kalan yapılar tarafından nasıl yapıldı ya da nasıl oluşturulduysa öyle olduğunu öne sürerler. Yapısalcılıkta birey, toplumsal gerçekliğin faili veya biçimlendiricisi olarak değil, ilişkilerin edilgen bir ürünü olarak görülür. Bireyler söylemlerin ve söylemler arasındaki ilişkilerin ürünü olarak kavramsallaştırılır. Örneğin, yapısalcılara göre, dili kullananın insan olduğunu söylemekten çok, dilin insanı kullandığını söylemek gerekir.

Yapısalcılık, dilbilim modelini insan bilimlerinin başka disiplinlerine (insanbilim, tarih, edebiyat, psikanaliz vb) genişletir. Ancak, yapısalcılık dilbilimden iki temel noktada ayrılmaktadır. Öncelikle yapısalcılık sadece sözlü dillerle

değil, her türlü gösterge sistemleriyle ilgilenmektedir. Ayrıca dilsel anlamın yanı sıra kültürel anlamın açıklanması da yapısalcılığın ana konularından biridir. Yapısalcılar, yapının öğelerinin değişmediğini ve bu değişmez öğeler arasındaki değişken ilişkilerin farklı dillere, düşünce sistemlerine ve toplum türlerine yol açtığını ima ederler.

Yapısalcı çözümleme, iletişim araçlarının içeriğinin çözümlenmesinde iletişim araştırmalarına, özellikle içerik çözümlemesine seçenek olarak yeni bir boyut getirmiştir. Barthes, popüler medya kültüründeki göstergeleri incelemiştir. Yazarın niyetini ya da yapının verdiği iletiyi değil de anlamın dile getiriliş biçimini ve yapının oluşturduğu sistemi öne çıkaran bir anlatı çözümlemesi ortaya koymuştur. Lacan, araştırmalarında arzunun konuşma ve dildeki bilinçdışı yapılarını gözler önüne sermiş, Levi-Strauss ise masal, söylence ya da ritüelleri yöneten karşıtlıklar üzerinde çalışmıştır.

5.5. Post Yapısalcılık

Yalnızca Fransa ile sınırlı kalmayıp daha sonraki yıllarda başka ülkeleri de etkileyen yapısalcılık, 1970'lerden başlayarak postyapısalcılık adlı düşünce akımının muhalefetiyle karşılaşmıştır. Buna göre, postyapısalcılığın en önemli düşünürü olan Fransız Jacques Derrida, yapısalcılığın yüzeyde olanla derinde olan, bilinçliyle bilinçsiz olan vb. arasında kurdukları karşıtlıklara karşı çıkararak yapı yerine yapıbozumu söylemini ön plana çıkarmıştır. Derrida, bir yandan dilin zamansal bir süreç olduğunu, hiçbir öğesinin mutlak ve değişmez bir biçimde tanımlanamayacağını savunurken, diğer yandan da dilin başka bir şeye indirgenemez aşırılıklarını, çoklu bir anlam oyunu olarak görüp önemsemiştir (Cevizci, 1004).

Metinsel analiz yöntemi olarak yapıbozum, metinde hiçbir şeyin rast gele olmadığını öne sürer. Metnin birliği ve statik uyumundan çok çelişkileri, tutarsızlıkları ve gizlediği

şeyler üzerinde odaklanan yapıbozum, anlamın hiçbir biçimde sabitleştirilemeyeceği, değişmez kılınamayacağı görüşüne dayanır ve yorumlamayı temele alır.

Postyapısalcılık, doğruluğu metnin arkasında veya içinde gören yapısalcılıktan farklı olarak okuyucunun katkısını vurgular ve okuyucuyla metin arasındaki karşılıklı etkileşimi üretkenlik olarak değerlendirir. Yaklaşım, bir ürünün edilgen bir biçimde tüketilmesi olarak düşünülen okuma eyleminin değerini kaybettiğini savunarak, bunun yerine okuyucunun performansını geçirir (Cevizci, 767-768).

Postyapısalcılık, tarihsel göreliliği öne çıkaran düşünce akımını içine alan bir terimdir. Yapısalcı okulun eleştirisiyle ortaya çıkan başkaldırı, postmodern kuramın biçimlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Postyapısalcılık ve postmodernizm toplumsal yapının özneyi belirlediği (yapısalcılık) ve evrensel doğru görüşüne (modernizm) karşı yeni bir düşünce akımıdır. Her ikisinde de ortak yönler vardır (Larrain, 1995:127-136):

- Söylemin toplumsal yaşam içindeki rolüne ve doğruya göreli yaklaşırlar.
- Öznenin tutarsızlığını savunurlar.
- Evrensel doğruyu bulma girişimleri yoktur.
- Postmodernizm, anlamlı değişim umudundan bahse-derken, postyapısalcı görüşte sosyalist söylem gruplarının oluşturulabileceği fikri vardır.
- Postyapısalcı görüşte ideoloji eleştirisinin yerini ideolojik aktif özneler yaratma düşüncesi alır. Oysa, postmodernizmde ideolojinin sonu savı vardır. Foucault, Hindess, Hirst, Laclau, Mouffe gibi düşünürler öznenin söylem yoluyla oluşturulabileceğini savunmuşlardır. Postyapısalcılar her toplumun kendi gerçeklik düzeni, neyin doğru olduğuna karar vermesini sağlayan kendi mekanizmaları olduğunu savunurlar.

Postyapısalcılık, ideolojiyi olumsuz gören bakışa kuşkuyla yaklaşır. Kitleler yalnızca kandırılarak değil; tehditle ya da yetenekleri artırılarak iyi hale getirilirler. İktidarın temel mekanizmasının ideoloji olmadığını ileri sürerek Marksizmi eleştirirler. Örneğin Laclau ve Mouffe (Aktaran Larrain, 1995:139-146) Marks'ın mutlakiyetçiliğine karşı gelmişler ve insanların farklılığını savunmuşlardır. Ancak farklılığın da ihtiyatla karşılanması ve insana fazla güvenilmemesi eleştirisiyle karşılaşmışlardır. Bu eleştirilerin temelinde, postyapısalcı düşünürlerin her şeyi değişken görmeleri, hiçbir sabit kimliği belirleyici kabul etmemeleri, solcu görevin ayrıcalıklı, yetiştirilmiş öznelerle yüklenmesi düşüncesi yatar. Ayrıcalıklı özne fikri liberal-demokratik ideolojiyi oluşturmak için de kullanılır. Bir taraftan sabit kimliği ve belirlenmiş koşulu kabul etmemeleri, diğer taraftan belirlenmiş özneler yetiştirme fikri çelişki olarak görülmekte ve eleştirilmektedir.

5.6. Baudrillard, Postmodernizm ve Hiper Gerçeklik (Üst Gerçeklik)

1970'li yıllarda belirmeye başlayan postmodern kültürel yaklaşım, 1990'larda kültürel incelemelerin önemli bir bölümünü içine almaya başlamıştır. Postmodernizm, "değişik düşünürler, eleştirmenler tarafından çok çeşitli biçimlerde tanımlanmış bir sanatsal, kültürel, felsefi, toplumbilimsel düşünceler dizisini dile getirmektedir" (Mutlu, 1998:281).

Postmodernizm, bilimsel usallığa, özellikle tek bir ilerleme kuramına meydan okur. Postmodernizm tarihe nokta koyar, sanata nokta koyar ve özneye nokta koyar, dolayısıyla gelecek yoktur. Guy Debord'un belirttiği gibi, "imge alanının tam anlamıyla metalaşması"dır (aktaran Mutlu, 1998:282). Lash ve Urry'e göre de (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1998:355) postmodern kültür, "örgütsel karmakarışıklığa uğramış kapitalizmin" sonucudur.

Fransız düşünürü Jean-Francois Lyotard, postmodern durumu doğuran iki büyük gelişmenin sırasıyla, Avrupa toplumlarının Aydınlanma'dan beri kendilerini temellendirmek ve haklı kılmak için kullandıkları tüm meşrulaştırıcı söylemlerin çöküşü ve geçersizleşmesiyle birlikte, geleneksel kültürün yerini alan enformasyon teknolojisinin, yeni bir uzmanlık türüyle birlikte yükselişi olduğunu öne sürer (aktaran Cevizci, 762). Lyotard'a göre (aktaran Hebdige, 78-79), "büyük üst-anlatılar", yani Aydınlanma'dan kaynaklanan tüm kuşatıcı inanç sistemlerinin çökmesi "postmodern koşul" dediği şeyin habercisidir. Çöken üst-anlatıların meşrulaştırdığı otorite merkezlerinin hiçbiri yeni zamanlara geçişte hayatta kalamayacaktır.

Postmodern kavramındaki post (ötesi, sonrası) sözcüğü modern dönemin bittiğini anlatır. Postmodernizm, modernliğe yönelik şiddetli bir eleştiri ve saldırıyla nitelenebilir. Bilindiği gibi, modernlik tarihe insanlığı bilgisizlikten, irrasyonalizmden kurtarmayı vaat eden ilerici bir güç olarak girmiştir. Ancak, 20. Yüzyılda iki dünya savaşı, Nazizmin yükselişi, dünya çapında bunalm vb. modernizmin ifade ettiği ilerleme fikrine duyulan inancı aşındırmıştır. Bu anlamda postmodernizm, sanayileşme, kentleşme, ileri teknoloji, ulus devlet vb. modernliğin yarattığı her şeyi eleştirir. Siyasi, dini ya da toplumsal nitelikli bütün küresel dünya görüşlerine itiraz eder. Bu bağlamda Marksizmi, liberalizmi, faşizmi, İslamı, Hıristiyanlığı vb. aynı kefeye koyar ve hepsine karşı çıkar.

Pek çok yenilikçi akım gibi postmodernizm de bütünüyle yepyeni bir düşünce akımı olarak görülemez. Postmodernizm, Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisiyle birlikte, araçsal akıldan, modern teknolojiden ve medyanın tüketim toplumunda oynadığı rolden kuşku duyar. Postmodernistler bunun yanında yapısalıcılardan, Nietzsche ve Heidegger'den, fenomenolojiden, hermeneutikten, romantiklerden, anarşistlerden, varoluşçulardan etkilenmişlerdir.

Postmodern kuramcılarının hepsi de çağdaş iletişimi ve imajları “metin” olarak ele alırlar. İzleyicinin metne kendi okumasını getirdiğini belirtirler. Bu durumda, kodlama ve kodlamanın amacı (gönderenin amacı) anlamını yitirir. İzleyicinin kodlanmış anlama direndiği belirtilir. Böylece, izleyicinin medya tarafından yönlendirilmediği sonucuna varılır. Bu da medyanın ideolojik etkisi tezini geçersiz kılar ve medyayı yönetenleri içerik sorumluluğundan kurtarır (Alemdar ve Erdoğan, 1998:354-355).

Kaya'nın (2009:62) deyişiyle “Postmodernizm, medyanın toplumlardaki konumu konusunda sert bir eleştirel tavır alırken medyanın etkileme gücünü de vurgulamaktadır. Öte yandan, aynı postmodern duruş anlamlandırma süreçlerinin neredeyse özgürlüğünü ilan ederek faili, eyleminden sorumlu olmaktan büyük ölçüde çıkartmaktadır. 1990'ların bu yaygın düşünce akımı sonuç olarak medyanın mülkiyetini ellerinde tutanları ve/veya medyayı denetleyip yönlendirenleri eleştirel görünen retorikinin aksine toplumsal sorumluluk gibi bir yükümlülükten kurtarmakta; medyayı da toplumu yönlendirme-nizam verme gibi bir suçlamadan aklamaktadır.”

Postmodernizm her şeyden önce, eleştiriye kutsadığı, yalnızca olumsuz bir tavır sergilediği, yıkıcı olduğu için eleştirilir. Normatif bir çerçeveden sağlam bir ilkedden yoksun, politik gündemi belirsiz bir eleştiri, bütün ayrımları ortadan kaldırır, ezenle ezilen, tahakküm edenle edilen arasında hiçbir fark gözetmez. Herhangi bir sosyal, siyasal ve etik sistemi savunabilmek için hiçbir temel sağlayamadığı için toplumsal değişmeye ciddi bir katkı getiremez. Bu tavrıyla varolan güce dayalı baskıcı rejimlerin kabulüne, statükonun meşrulaştırılmasına götürür.

Postmodernizm, 1980'li yıllarda Avrupa'da Marksistleri de etkilemiştir. Postmodernliği Batı toplumundaki bir evre olarak değerlendiren Marksist anlayış, post-modernist Marksizm

olarak anılmaktadır. Postmodernist Marksizme göre, tüketim kapitalizmi ya da çokuluslu kapitalizmin kültürel karşılığı postmodernizmdir. Buna göre, postmodernizm yüksek kültürle ticari kültür ya da popüler kültür arasındaki geleneksel sınırları ortadan kaldırır. Bu dönemde insanların tarihsel bir çerçevede düşünme yeteneği giderek azalır ve insanlar tarihlerinden soyutlanırken, tarihi, siyasi hareket ya da ideolojilerin projeleriyle değil de, televizyondaki açık oturumlarla algırlar. Tüketim kültürel terimlerle tanımlanırken, kültürün kendisi de hiç olmadığı ölçüde eşyalaştırılır. Sanat eserleri piyasa güçlerine tabi olurken, meta ya da eşyaların reklamı da onların birer sanat eseri olduğu söylenerek yapılır (Cevizci, 761).

Amerikalı Marksist eleştirmen Fredric Jameson'a göre (aktaran Hebdige, 79), her şeyin piyasaya göre değiştiği bir zamanda, hiçbir değer ilelebet “zamanlar üstü”, “sahici” ya da “muhalif” kalmaz.

Postmodernizm kuramlarında çözümlemeler temel bir düzeyde farklılık gösterse de egemen ekonomik ve kültürel eğilimlerin bir betimlemesini içermez. “Postmodernizmin bazı versiyonları bariz bir biçimde ölümcül, hatta potansiyel olarak faşist özellikler taşıırken, post teorilerinin toparlayıp tanımlamaya çalıştığı farklı akım ve eğilimlerin kendi başlarına içkin politik varlıkları yoktur” (Hebdige, 84).

Postmodernliğin Fransız ileri gelenlerinden Jean Baudrillard gerçek, görünüm ve yanılsama üstüne düşünceleriyle tanınır (Sokal ve Bricmont, 2002:163). Sosyolog ve felsefeci Baudrillard'ın hiper-gerçeklik (Hyper-Reality) kavramlaştırımı, televizyonu dünyanın bizzat kendisi haline getiren imge ve simülasyon aşırı yüküyle, göstergelerin dışsal göndermelerini yitirdikleri, gerçek ile imgelemsel olanın birbirine karıştığını anlatır. Baudrillard'a göre, gerçeklik çökmüştür; tamamiyle imge, yanılsama veya simülasyon olmuş-

tur. Hiper-gerçek zaten çoğaltılmış, yeniden üretilmiş olan şeydir; kökeni ya da gerçekliği olmayan bir gerçeğin modelidir (Mutlu, 1998:157).

Baudrillard, şeylerin neye benzedikleriyle gerçekte ne oldukları arasındaki zıtlığın medya çağının “hiper-gerçekliği” koşullarında çözülmeye başlamasıyla metaların ve işaretlerin bütünüyle birbirine karıştığını öne sürer. İşaretler giderek kendileri dışında gerçek bir dünyaya değil, bizzat kendi gerçekliklerine gönderme yaparak kendilerine ait bir yaşam sürdürmeye başlamıştır. Bu yüzeyler dünyasında, TV, gerçek şeylerin ancak ekrana yansıtıldıklarında vuku bulacağı yer olarak gerçeğin yerini alır. Baştan sona imgelenmiş böyle bir evrende rasyonel eleştiri ve dünyayı değiştirme istencinin yerini Baudrillard’ın “iletişim hazzı” dediği şey alır (Hebdige, 1995:82).

Postmodernizmi, televizyonu merkeze alarak tartışan ilk düşünür olarak bilinen Baudrillard, imgeyle gerçekliğin aynı şey olduğunu iddia ederken; televizyonda gülümseyen bir kişinin, yüzü, saçı, duruşuyla kendisinin imgesi olduğunu, bu imgenin de televizyonun var oluşuyla gerçeğin kendisi haline geldiğini, bir başka deyişle, eğer televizyon veya kameralar olmasaydı bu gerçekliğin kurulamayacağını anlatmaya çalışır. O halde, kişinin imgesi televizyonun gerçekliğidir. Bir politikacının bir işi televizyonda yapıyor görünmesi üst gerçekliktir. Gerçekte yapması ile yapıyor görünmesi arasında bir fark yoktur. Üst gerçek, içinde yaşadığımız gerçeği, onunla ilgili algı ve deneyimlerimizi açıklar.

Baudrillard’ın televizyonun parçalı postmodern gerçeği ile ilgili maddi yaşama bir anlam yüklemeyen bireyi özgürleştirmeye çalışan, sanatı günlük yaşamdan bağımsız, kendine yeten bir evren haline getiren bu düşünceleri eleştiri almıştır. Fiske’ye göre (1997), gerçekliğin ideoloji tarafından kontrol edilemez bağımsızlığı, yüzeyin altındaki derin anla-

mın reddedilişi, her bir üretimin ayrı bir gerçeklik olması, geç kapitalizmde gerekli olan çeşitliliği disiplin altına alma girişimlerinin reddedilmesi ve özneye gerçekliğin kurulmasında aşırı bir özgürlük tanınması Baudrillard'a getirilen eleştirilerin bir kısmıdır.

Baudrillard'a göre, kitlelerin yabancılaşması kırılğanlık ve edilginlik ile değil, toplumsal düzeni reddetme ile sonuçlanır. Kitleler için tek direnç anlamın reddedilişidir. Anlamın reddedilişi aşağıdan yukarıya doğru yapıldığı için dirençlidir. Ancak bu noktada Baudrillard, eleştiri alır. Bu eleştiriler düzenin reddinden kimin kazanabileceği sorusundan; toplumun maddi koşullarının dayattığı sınırlamalardan yoksunluk arttıkça kurtulmanın zorlaştığı, bu sınırlardan ancak maddi ve kültürel sermayesi yüksek kişilerin kurtulabileceği, zayıf olanların zor özgürleşebileceği yorumuna kadar uzanır.

Baudrillard'ı eleştiren Sokal ve Bricmont'a göre (2002:169), "Baudrillard'ın yapıtları, anlamları tümüyle göz ardı edilmiş ve her şeyin ötesinde kesinlikle ilgisiz bağlamlarda kullanılmış bilimsel terimlerle tıka basa doludur. Bunları birer eğretileme olarak görsek de, görmesek de sosyoloji ya da tarih konusundaki ıvır zıvır gözlemlere bir derinlik görünümü vermekten gayri ne işe yaradıklarını anlamak zordur".

5.7. İletişimsel Eylem Kuramı

Jürgen Habermas, bugünkü iletişim yapısını Marksizm ve eleştirel kuram geleneği içinde eleştirir; ancak kötümser değildir. İdeal koşulların yaratılıp daha çok akılcılık ve demokrasi sağlanabileceğine inanır. Kendisine bu nedenle sağcı Marksist ya da radikal liberal denir (Larrain:167-195). Pozitivist ve pragmatik (yarararı) bir düşünürdür.

Bugünkü teknokratik ideoloji, bilimi fetişleştirmekte, diğer sınıfların kurtuluş gereksinimlerini bastırmakta, insan-

lığın kurtuluşunu engellemektedir. Habermas, nevrotik bir hastanın nevrotik oluşuma yol açan baskının farkında olmaması gibi insanların da iletişim bozukluğunu fark etmelerini olanaksız kılan sahte iletişimi teşhir edecek eleştirel kuramcılara gereksinim olduğuna inanır. Ancak kendini eleştirel kuramcı olarak tanımlarken çağdaş toplumlardaki maddi eşitsizliklere hiç değinmez, çıkar uzlaşmalarından söz etmez; toplumun sorunu olarak çarpıtılmış iletişimi görür. Akılcılıkla ve doğru iletişimle sorunların üstesinden gelinebileceğini savunan Habermas, araçsal akıl ile iletişimsel akıl arasında bir ayrım yapar. Araçsal akıl doğaya egemenliği (bilim ve teknoloji yoluyla), iletişimsel akıl ise ahlak ve estetiği temsil eder. Modernizmin sorunu araçsal aklın iletişimsel aklı dışlamasıdır. Habermas, aklın dayandığı evrensel değerleri tarihten ve geleneklerden gelen ulusçuluk bilincinin üstünde görmekte; doğru iletişimle ulusal geleneklerin hangilerinin terk edileceğine karar vermenin olanaklı olduğunu düşünmektedir. Geliştirdiği yeni akıl kavramıyla Habermas, postmodernistler, postyapısalcılar gibi modern revizyonistlere benzetilerek “post-takılı” olarak nitelenebilir.

Eleştirel kuram, Marksizmdeki dönüştürücü öge olan işçi sınıfına dayalı bir toplumsal devrimden umudu kesip işçi sınıfının yerine başka bir öge de koyamayınca varolanı eleştiren ancak, ona alternatif önermeyen bir duruma geldi. Eleştirel kuramın bu durumuna çözüm arayan Alman düşünürü Jürgen Habermas, toplumun dönüştürücü ve özgürleştirici gücünün belli bir toplumsal katmanda değil, bütün insanlarda ortak bir öge olan iletişimde ve iletişimin temel taşı olarak gördüğü konuşulan dilde bulunduğu savını ortaya attı (Yavuz, 2000).

Frankfurt okulunun önemli temsilcilerinden biri olan Habermas, tüm dikkatini modern endüstri toplumlarında, araçsal aklın hakimiyeti konusuna yöneltir. Bilindiği gibi,

araçsal akıl araçlarla amaçlar arasındaki ilişkiyi ele alır, ancak amaçların belirlenmesi konusunu kapsam dışında bırakır. Habermas'a göre, amaçlardan çok araçların rasyonelliği üzerinde durmak, siyasetin 'bilimselleştirilmesi'ni teşvik etmiş ve siyasal problemler teknik denetimle ilgili problemlere indirgenirken, toplumsal hedeflere ilişkin kamusal tartışma ve görüşme alanı tümünden unutulmuştur.

Habermas, eleştiriyi açık ve siyasal yönden baskı altında olmayan topluma giden en önemli yol olarak görmüş, açık ve bozulmamış bir iletişimi de hakikate götüren yol olarak değerlendirmiştir (Cevizci, 2000:422-423). Dolayısıyla dikkatini özne-nesne arasındaki ilişkiden uzaklaştırıp, öznelarası iletişim sürecine yöneltir. İletişimi toplumsal olarak eşgüdümlemiş toplumsal etkinlikler bütünü olarak görür ve bu etkinlikler aracılığıyla insanlığın kendisini ussal bir varlık olarak gerçekleştirdiğini savunur. Ussallık, tartışma aracılığıyla uzlaşabilme yeteneğidir.

Habermas (2001), toplumun varoluşunun iki temel insani etkinlik türüne bağlı olduğunu öne sürer. Bunlardan biri bütün amaçlı-rasyonel eylem biçimlerini kapsayan emektir. Emek, insanın dünyayla ilişki kurmasını ve onu kendi dünyasıyla toplumsal dünyanın çıkarlarına uygun bir biçimde dönüştürmesini sağlayan eylem türüdür. İkinci olarak, insan, içinde kendisinin başka insanlarla birlikte yaşamak durumunda olduğu bir öznelarası alanda eylemde bulunur. Habermas, bu eylem biçimini iletişimsel eylem olarak adlandırır. İletişimsel eylemi de özneler arasındaki karşılıklı anlaşma ölçütüne göre tanımlar.

Habermas'a (2001) göre, toplumsal özgürleşimin yolu, Aydınlanma Projesi'nin tamamlanmasından geçer. Aydınlanma, usun yüceltilmesidir. Us ise doğası gereği, konuşulan dil içinde kendisini yeniden üretir. Buna karşılık, çağdaş toplum düzenini oluşturan sistemler, dilin iletişimsel

kullanımını bozup, gayri-iletişimsel ve parazitik kullanımları öne çıkarırlar, böylelikle bu yeniden üretimi engellerler.

Habermas'a göre, bu engellemenin ortadan kaldırılması iki önemli olanak sağlayacaktır: Birincisi insanlar arasında rasyonel bir tartışma ortamının oluşmasıdır. Buna bağlı olarak ortaya çıkan ikinci olanak ise, tartışılan konularda rasyonel uzlaşımlara varılmasıdır. Rasyonel tabanda gerçekleşen tartışma/konuşma ile bu tartışma/konuşma sonucunda ortaya çıkan uzlaşma, Habermas'ın iletişimsel eylem kuramının temel kavramlarıdır. Rasyonellik, Aydınlanma projesinin vazgeçilmez unsurudur. Ancak özgür bir ortamda tartışılarak rasyonel ortak kanılar ışığında varılan çözümler meşruluk kazanır. Habermas'a göre, meşruluk ancak, özgürler ve eşitler arasındaki bir anlaşma ya da fikir birliğini, tesadüfi ya da zorlanmış bir konsensüsten ayırmayı mümkün kılan kurallar ve iletişimsel şartlar aracılığıyla sağlanabilir (Yavuz, 2000:28).

Dilin önemini vurgulayan Habermas, "bizi doğanın dışına çıkartan yegane şey, mahiyetini bilebildiğimiz dildir; dilin yapısı aracılığıyla özerklik ve sorumluluk bizim için konumlanmıştır. Bizim ilk cümlemiz geri çevrilemez bir şekilde evrensel ve sınırlanmamış bir uzlaşım eğilimini ifade eder" demektedir (Bottomore, 1994:70). Habermas'a göre, dil uzlaşımın bir aracıdır. Uzlaşım doğrultusunda hareket eden bir aktör de ifadelerinde zorunlu olarak en az üç geçerlilik iddiası ortaya koymak zorundadır. Bunlar:

1. Hakikat: Ortaya konan ifade hakikati anlatmaktadır.
2. Doğruluk: İfade, varolan normatif bağlam içinde doğrudur.
3. Gerçeklik: Konuşmacının ifadesi, onun asıl niyetine uygundur.

İletişimsel eylem, eleştirilebilir nitelikteki geçerlilik iddialarının karşılıklı olarak tanınmasıyla bir uzlaşmaya ulaş-

mak, onu sürdürmek ve yenilemeye yöneliktir. Asıl olan uzlaşmaya yönelik eylem tipidir ve diğer toplumsal eylem biçimleri onun türevleridir.

Habermas, demokratik siyasetin kurum ve uygulamalarıyla ilgilenir ve iletişimsel uygulamanın yönetsel iktidara dönüşümünün yollarını araştırır. Bu noktada, kolektif yaşamı etkileyen kararların, eşit vatandaşlarca iletişim yoluyla alınmasına olanak veren bir kamusal alanın gerekliliğini vurgular.

Özgür basın modeli ideal bir nitelik taşıırken, Habermas, kamusal alan için gerekli maddi kaynaklar üzerinde yoğunlaşır. Kamusal alanı hem devletten hem de pazardan ayrı bir alan olarak ele alarak devlet kontrolü-serbest pazar ayırımına karşı çıkar. Tekelci kapitalist pazarın da müdahaleci devlet anlayışının da demokrasiye yönelik bir tehdit içerdiğini, hem devlet hem de ekonomi alanındaki güç ilişkilerinin iletişim süreçlerini çarpıtığında meydana geleceklere göstermeye çalışır. Ona göre, geleneksel inançların 'yanlış bilinci' modern dünyada yerini tatmin edici düzeyde rasyonel toplumsal anlam anlatıları yaratamayan 'parçalanmış bilince' bırakır (Tomlinson, 246). İletişimin çarpıtılmasının, devletin ve üretici güçlerin varolan gücünü meşrulaştırmak için kullanıldığını ve bunu önlemenin tek yolunun da demokratik siyasal eleştiri olduğunu vurgular.

İletişim araştırmaları alanına medya merkezli çalışmaların egemen olduğu, bu araştırmaların kitle iletişim araçlarının üstlendiği temsil etme işleviyle ilgili olarak siyasal gündem ve siyasal güç dengesini yansıtmaya, siyasal davranışı etkileme biçimlerini incelediği düşünülürse, Habermas'ın üzerinde durduğu noktalar önemlidir. Çünkü, iletişim ve siyaset arasındaki ilişkinin anlaşılması, iletişim kurumları ve süreçlerinin, siyasal yapı ve süreçlerin temel ve ayrılmaz bir parçası olarak görülmesiyle olanaklıdır (Yavuz, 2000:30).

Buna karşılık, iletişimsel uzlaşma, Habermas'ın tasarladığı ideal konuşma durumunun zorunlu sonucudur ve bir soyutlamadır. Habermas, her konuşma durumunda zorunlu olarak uzlaşmaya varılacağını düşünmez. Uzlaşma durumu daha çok bir amaç, bir yönelimdir. Ancak, sonuçlara neden uzlaşım yoluyla ulaşmak gerektiği ve hakikatin neden uzlaşım yoluyla ortaya çıkmak zorunda olduğu sorusu sorulmalıdır.

Öte yandan Habermas, iletişimi yalnızca dilsel bir çerçevede ele alır. Böylece dilsel olmayan iletişim öğelerinin önemini göz ardı eder. İletişim bütün öğeleri ile düşünüldüğünde, tarafların birbirini anlamaya çalıştığı rasyonel bir davranış modeli kullanışsız hale gelir. İletişimsel eylem kuramı, tarihsellikten kopuk, yetersiz ve biçimsel çözümlenmeye dayanan bir iletişim tartışması sergilediği için eleştirilir (Yavuz, 2000). Habermas'a göre, kapitalist üretim tarzı aşılabilir bir veridir ve dolayısıyla iletişimsel eylemin işbirlikçi ahlak yapısından kaynaklanan özneler arasılık iş iştenden geçtikten sonra temel olarak uzlaşmaz bir tabanı olan bir toplumsal düzene oturulmak zorundadır. Ona göre, üretim noktasında toplumsallık, işbirliği ve özneler arasılık tarzları geliştirmek mümkün olmasa bile, medya ve iletişim sistemleri sayesinde başka bir yerde başarılı biçimde tekrar oluşturulabileceklerini beklemek son derece akla uygundur. Habermas, kapitalist üretim tarzını koruyarak, ama bu üretim tarzının neden olacağı çatışmaları yatıştıracak kamusal iletişim araçlarını geliştirmeye çalışmıştır (Wayne, 2009:293,295).

İletişimi demokrasinin kalıcı olması için temel alan bir başka düşünür Galtung (1999:21), toplumsal değişim için demokrasinin özünün alınacak kararlar öncesi 'şeffaf iletişim' olduğunu vurgular ve sermaye, devlet ve sivil toplum örgütlerinin en tepe noktasındaki kişilerin, örneğin, Rotary Klubü gibi etkin örgütlerde bir araya geldiklerini, karar aldıklarını

ama topluma kapalı olduklarını; aslında, insan ırkını dışlamak kadar açlığın önlenmesinde de güç sahibi olduklarını ifade eder.

İletişimsel eylemi, değişik açıdan ele alıp gelecekte toplumların demokratikleşmesi veya daha özgür ve mutlu insanlardan oluşan toplulukların oluşması için gerekli gören iletişimci aydınların sayısı giderek artmaktadır. Ramona Rush (1999), feminist bakış açısından hem kadınlar hem de erkekler için insanlığı eşitliğe ve barışa götürecektir küresel bir eko-iletişim (eco-communication) sistemi kurgular. Bu bağlamda çevre bilinci temeline oturmuş, çoğulcu, kapsayıcı, cinsiyeti ve insan ruhunu özümseyen, araştırmaya dayalı, iyileştirici ve özgürleştirici bir iletişim sisteminin çatısını kurar.

Diğer taraftan, gelişen teknoloji ve iletişim sınırlarının ortadan kalkmasıyla gündeme gelen yeni iletişim haklarını tartışan iletişim uzmanlarının sayısı giderek artmaktadır. Bunlardan Kleinwaechter (1999), bilinen insan haklarının tarihi süreç içinde gelişimini (siyasal ve sivil bireysel insan hakları; sosyal, ekonomik ve kültürel haklar; iletişim hakları) özetleyerek, uluslararası iletişim şebekelerinin ve siber-uzay (cyberspace) sorunlarının baş göstermesiyle ortaya çıkan yeni bir 'hak'kı tartışır. İnsanlığın önünde şu anda en önemli iletişim sorunu olarak çözümlenmesi gereken, 'siber -uzay iletişim hakkı' konusunun durduğunu vurgular.

SİYASAL EKONOMİK, KÜLTÜREL YAKLAŞIM ve DEĞİŞİMCİ KURAMLAR

James Curan, eleştirel yaklaşımların üç temel alanda incelenebileceğini belirtir (aktaran Dursun, 2001:20). Bunlar, siyasal ekonomik, yapısal ve kültürel yaklaşımlardır. Yapısal yaklaşım Saussure'in dilbiliminden, Levi-Strauss'un yapısal antropolojisine, Barthes'ın göstergebilimine ve Laclau'nun psikanalizine kadar çok geniş bir bölümü kapsadığından dilbilimsel ve göstergebilimsel yaklaşımlar bölümünde konu edilmiştir. Bu bölümde eleştirel siyasal-ekonomik ve kültürelci yaklaşımlar üzerinde durulacaktır.

6.1. Siyasal Ekonomik Yaklaşım

1960'lardan sonra, siyasal yelpazede solun önem kazanmasıyla, iletişim araştırmalarında da siyasal ekonomi yaklaşımı ağırlık kazanmıştır. Siyasal ekonomi, en geniş anlamıyla, sistemin nasıl çalıştığını ve bu çalışmanın belirleyici sonuçlarını inceler. Bu tür yaklaşımlar, "belli tarihsel üretim biçimine eğilir ve farklı üretim örgütlenmelerinin farklı dağıtım/bölüşüm kalıbı üreteceği üzerinde dururlar" (Alemdar ve Erdoğan, 1998:248). Siyasal ekonomik yaklaşımda kapitalist ekonomik düzene ve siyasal sisteme eleştiriler yöneltilir ve tüm eleştirel yaklaşımlarda olduğu gibi kökeninin Marksizme uzandığı çoğunlukla kabul edilir.

19. yüzyılın ikinci yarısında, endüstri kuruluşlarında önemli değişiklikler oldu. Şirketler, tek sahiplikten ortaklıklara, sahip denetiminden yöneticilerin denetimine doğru gelişti. Yöneticiler, en önde gelen denetimler olarak şirket sahiplerinin yerini aldılar.

Murdock, Golding, Elliot ve Curran gibi araştırmacılar, İngiltere'deki ekonomik oluşumları ve süreçleri, sahiplik ve denetim konularına eğilerek incelediler. Murdock ve Golding, kapitalist ekonomilerde kitle iletişimi denetiminin iki düzeyde, kaynaklar ve işlemler düzeyinde olduğunu belirttiler. Kaynak denetimi, genel politika ve stratejinin formüle edilmesini, genişleme kararlarını, yatırım parçalarının nasıl ve ne zaman satılacağı veya işçilerin işlerine son verme kararlarını, temel finans politikasının geliştirilmesini ve kârların dağıtımını üzerindeki denetimi içerir. İşlem denetimi ise sağlanan kaynakların etkili kullanılması hakkındaki kararları ve belirlenmiş politikaların uygulanmasını kapsar (254-255).

Murdock'a göre (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990:192), şirketlerde ekonomik sahiplik sadece en çok payı olan grubun büyüklüğüne değil, aynı zamanda, öteki oy veren pay sahiplerinin dağılımına ve birlikte davranma güçlerine bağlıdır. Dolayısıyla denetimin çözümlenmesi pay sahipleri arasında değişen güç dengesini de göz önüne alan dinamik bir perspektifi gerektirir.

Siyasal ekonomik yaklaşımda, küresel kapitalist piyasa ekonomisinin oluşturduğu dünya sistemi içinde Batı'nın insanı ve doğal kaynakları egemenliği altına alması sonucunda üçüncü dünya ülkelerinin ekonomik politik gelişmelerinin engellenmesi; çok uluslu şirketlerin ekonomik ve siyasi üstünlükleri; medya kurumlarının sahiplik ve denetim mekanizmaları; dünya ticaret sisteminin bir uzantısı olan medya emperyalizmi konu edilir. Bir üst yapı kurumu olan siyasetin

kapitalist yapılanma içinde güç odaklarına ve özellikle en önemli güç merkezi haline gelen medyaya eklenmesi ve bunun yarattığı etki ve yönelimler, siyasal-ekonomik eleştirel yaklaşımın en yoğun eleştiri alanıdır.

Kültür emperyalizmi konusunda en çok üretilen yaklaşım, siyasal ekonomik yorumlar ve kurum incelemeleridir. Bu incelemelerde somut örnekler sunulabilirken kültürel etki yorumları, göreceli bir belirsizlik, öznellik ve tepeden inmeçilik gibi eleştirilerle karşılaşmaktadır. Siyasal ekonomik medya incelemelerinin en önemli temsilcisi Herbert Schiller, medyanın dünya kapitalizmi içindeki yerini işaret ederek, modern dünya sisteminin ideolojik bilişimsel altyapısı olan çok uluslu şirketleri (çuş) merkeze alarak, çuş'lar aracılığıyla modern dünya sisteminin nasıl reklamının yapıldığını, korunup yayıldığını anlatır. Nordenstreng ve Schiller'in 1979'da yayınladığı *National Sovereignty and International Communication* (Ulusal Egemenlik ve Uluslararası İletişim) eseri de dünya sistemi ve kurumsal ve politik incelemeler içerir (Tomlinson, 1999:65).

Diğer önemli bir siyasal-ekonomik medya eleştirmeni Armand Mattelart'ın da uluslararası ticari sistemle ilgili olarak benzer görüşleri vardır. Armand Mattelart ve Ariel Dorfman, ABD emperyalizminin siyasi, ekonomik ve kültürel olarak medya metinlerine nasıl yansıdığını gösteren *How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in The Disney Comic* (Vak Vak Amca Nasıl Okunmalı: Disney Çizgi Romanlarında Emperyalist İdeoloji) adlı incelemelerinde Disney dünyasının masum görüntüsünün altındaki emperyalist ideolojiyi tartışırlar. Onlara göre, bu okumada, Amerikan yaşam biçiminin üstünlüğü, tahakküm altındaki insanların geriliği, tüketicilik, paranın üstünlüğü, basmakalıp çocuklaşmış üçüncü dünya, kapitalizmin doğallığı ve antidevrimci propaganda vurgulanır. Bu çalışma her ne kadar kültürelci çizgide görülüyorsa

da temelde eleştirilen nokta, Amerika'nın ticari ve teknolojik üstünlüğü ile bütün dünyaya dağıttığı emperyalist ideoloji taşıyan medya ürünleridir.

Eleştirel siyasal ekonomik yaklaşımın diğer temsilcilerinden Murdock ve Golding'in çalışmaları, siyasal ekonomik yaklaşımla kültürel yaklaşımı birleştirme çabalarını içerir (Dursun, 2001: 43). Onlara göre, çağdaş kültürün çözümlenmesi medya endüstrilerinin çözümlenmesinden geçer. Ancak yazarlar, pazarın eşitsizliğinin kamu müdahalesi ile çözülebileceğine işaret ederek, karamsar havayı biraz yumuşatmış görünmektedirler.

Kapsamlı siyasal ekonomik yaklaşımda medya ile ilgili olarak, üretim, tüketim ve metin olmak üzere üçlü kapsayıcı bir değerlendirme yapılırken, kültürelci çalışmalarda çoğunlukla sadece metin üzerinde odaklanılır. Oysa, metin okuma, meta olarak izleyicinin nasıl yaratıldığı konusuyla yakından ilişkilidir. İzleyicinin yaratılma koşullarını inceleyen siyasal-ekonomik yaklaşım temsilcileri bu bakımdan kendi aralarında da farklılık gösterirler.

Son dönemlerde kültür çalışmalarını tekrar maddeci hale getirme çabalarından biri, kültürün incelenmesinin kültürel çalışmalara "altyapı" sağlamak için siyasal ekonomi (esas olarak ekonomik ve kurumsal analiz) geleneklerinden yararlanması gerektiği iddiasıdır. Örneğin, Garnham, kültür çalışmalarının nasıl maddi etmenleri büyük ölçüde bir kenara iterek simgesel metinler dünyasına odaklandığına dikkat çekerek (Wayne, 2009:158). Dolayısıyla, bilinç dünyasının veya medya açısından simgesel malların maddi dünya ile nasıl ilişkilendirileceği sorusu, kültürel çalışmalara yöneltilen eleştirilerin karşılanmasında yanıtlanması gereken önemli sorulardan biri durumundadır.

6.2. Kültürel Yaklaşım

Eleştirel okulun kültürel çalışmaları (liberal okulun kültürelci çalışmaları gibi) etkin özne anlayışını içerir. Ancak bu etkin özne metne meydan okuyan değil, boyun eğişini etkin olarak yaşayan öznedir (Grossberg'den aktaran Dursun:41). Kültürel çalışmaların temelinde, toplumsal koşulların ortaya çıkardığı sorunlar ve bu sorunların irdelenmesi yatar. Gerek siyasal ekonomik, gerekse kültürel yaklaşımların kökeni Frankfurt Okulu'na kadar uzanır.

6.2.1. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi

Frankfurt Okulu kavramı, 1923'te Frankfurt'ta kurulan Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü entelektüellerinin görüşlerini ifade etmek için kullanılır. Okul, 1933'te Hitler'in egemenliği tamamıyla ele geçirmesinden sonra New York'a taşındı. Ancak, 1950'lerin başında Frankfurt'ta yeniden kuruldu. Okulun en önemli üyeleri Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Leo Lowenthal ve Franz Neumann'dır.

Frankfurt Okulu'nun ortaya çıkışında, Batı Avrupa'daki işçi sınıfı hareketlerinin I. Dünya Savaşını izleyen yıllardaki ağır yenilgisi, Rus Devriminin Stalinizme dönüşmesi, Faşizm ve Nazizmin yükselişi etkili olmuştur. Frankfurt Okulu düşünürleri, kültür ve modernizmle ilgili sorunlar üzerine yoğunlaşmışlar, Marksist toplum teorisini varoluşçuluk ve psikanalizle tamamlamaya çalışmışlardır.

Adorno ve Horkheimer, 1940'lı yılların ortalarında "kültür endüstrisi" kavramını yaratırlar. Kültür varlıklarının endüstriyel üretimini, kültürün meta gibi toptan üretildiği bir hareket olarak incelerler. Onlara göre, kültürel ürünler; filmler, radyo programları, magazinler, arabaların ya da kentleşme projelerinin seri olarak yapımındaki örgütlenme ve

planlama şemasına ait teknik mantığın aynısını yansıtırlar. Çağdaş uygarlık her şeye bir benzerlik havası verir. Kültür endüstrisi, çok sayıda isteği karşılamak üzere her yerde standart mallar sunar. Bu durum, teknolojinin evrimiyle ilgili bir yasanın kendiliğinden sonucu değildir, onun güncel ekonominin içindeki işlevinin sonucudur. “Günümüzde teknolojik mantık, egemenlik mantığının ta kendisidir. Tekniğin toplum üzerinde güç kazandığı alan, ona ekonomik olarak egemen olanların alanıdır” (Mattelart, 1998:62). Kültürel eylemin değere dönüştürülmesi, onun eleştirel gücünü ortadan kaldırır ve ondaki özgün bir yaşantının izlerini siler.

Adorno ve Horkheimer’a göre (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1998:280), “Kültür endüstrisinde memnuniyet hiçbir şey hakkında düşünmeme, çekilen acıyı çekildiği yerde unutmaya ve ‘evet’ deme anlamındadır. Bu bir kaçıştır, harap olmuş gerçekten ve en son kalan direnme düşüncesinden kaçıştır”. Kitle iletişim araçları baskıcıdır: “Kapitalizme yönelik eleştiriler boğulur, mutluluk itaatle ve bireyin varolan toplumsal ve siyasal düzene tamamen eklemlenmesiyle sağlanır” (Swingwood, 1996:32).

Frankfurt Okulu’na göre, kitle iletişim araçları, kültürel yaşamı piyasada elde edilebilir asgari ortak noktaya indirgeyerek tek biçim ve sıradan bir kitle kültürü yaratmıştır. Dinamik, yenilikçi veya yaratıcı olan her şey kitlesel pazara uygun görülmeyle yerini düpedüz üstünlüğünün bitmek bilmeyen yinelenişine bırakmıştır (Mutlu, 1998:232).

Bu okula göre, insanlar dilin yorumlayıcı/hermeneutic dairesi içinde bağımlı kültürün tutsağıdır. Kitle iletişim araçlarının kullandığı dil kavramsal düşünceyi engeller. “Kültür endüstrisi” olarak adlandırılan kitle iletişim araçları ve kitle eğlencesi, endüstrileşmiş bireylerin bilincini artık direnmeyi bile düşünemez hale getirmiştir. Kültür endüstrisi düşüncesi

Adorno ve Horkheimer tarafından *Kültür Endüstrisi: Kitle Aldanımı Olarak Aydınlanma* denemesinde açıklanmıştır. “Burada ‘tekellerin egemenliği altındaki bütün kitle kültürünün özdeş olduğu’ savunulmuş, aynı zamanda ‘kültür ve eğlencenin karışımının’ bir sonucu olarak bu kültürün ‘ifsat olduğu’ belirtilmiştir” (Bottomore, 1994:55-56). Adorno ve Horkheimer’a göre, kültür endüstrisi ve reklamcılık birbirine karışmıştır. Kültür endüstrisi ve reklamcılığın zaferi, tüketicileri, bu endüstrinin ürünlerini almaya ve kullanmaya zorlamaktadır.

Frankfurt Okulu, ekonomizmi ve kaba materyalizmi eleştirdiği için Ortodoks Marksistler tarafından ‘revizyonist’ olarak nitelendirilir. Aslında Frankfurt Okulu, tutucu ‘kitle toplumu’ kavramından etkilenmiştir. ‘Yeni Sol’un babası’ olarak bilinen Herbert Marcuse, *Tek Boyutlu İnsan*’da, medyayı kötümser biçimde karşı konulmaz bir güç olarak sunar. Marcuse’ye (1997) göre, kitle iletişim araçları dünya hakkında düşünemediğimiz terimleri belirler. Frankfurt Okulu, genelde, kitle iletişim araçları konusunda kötümserdir. Okulun çalışmaları, kitle iletişim araçlarına ve kültür endüstrisine hem burjuva bireyciliğini hem de işçi sınıfının devrimci potansiyelini yıkan ideolojik baskınlık rolü verir.

Frankfurt Okulu, ekonomizmi zayıflatmaya yardım eden ideoloji üzerinde odaklanır, bu bakımdan indirgemecilikle, seçkincilikle ve Hegelci idealizmle eleştirilir. Frankfurt Okulu’nun öğretisi, siyasal bir güç olarak işçi sınıfının ortadan kayboluşu ya da çöküşü kavramı nedeniyle ‘proletaryasız Marksizm’ olarak betimlenir. Okul, sınıf hakkındaki yargılarını, sınıfların tarihsel gelişimi veya sınıf yapısı hakkında herhangi bir çözümlemeyle desteklemediği ve yalnızca sağduyusal bilgiye dayandığı için eleştirilmiştir (Bottomore, 1994:98-90).

6.2.2. Bilinç Endüstrisi

Bilinç endüstrisi, Frankfurt Okulu'nun önerdiği 'kültür endüstrisi' fikrinin bir benzeridir. Bilinç endüstrisi, "düşünmenin endüstrileşmesini özendiren, sonul ürünü anlam olan büyük ölçekli kuruluşlar, örgütler, pratikler, en genel biçimiyle çağdaş iletişim araçlarıdır" (Mutlu, 1998:64). İletişim araçları; eğitim, din, vb. kurumlarla birlikte bireylerin yerleşik bilinç yapılarını ve anlamlarını yeniden üretirler.

Kanadalı ekonomist Dallas Smythe'e göre (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1998:265-268), kitle iletişim araçları tekelci kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçlar, izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklamcılara satarlar. Smythe, kitle iletişim endüstrisini, reklam, araştırma endüstrileriyle birlikte "bilinç endüstrisi" olarak adlandırır. Smythe, kitle iletişim araçlarının içeriğini, yani haber, eğlence, müzik, spor, film, tartışma gibi her türlü programı, "bedava öğle yemeği" olarak niteler. Kapitalist ilişkilerde birinin yemeğe götürülmesi, herhangi bir esas amaç için bir vesileden başka bir şey değildir. Yemek yenirken alışveriş, iş tartışması yapılır. Kitle iletişiminin içeriği de bedava öğle yemeği olarak, balığı oltaya çekmek için sunulan yemdir. Smythe, dikkatleri, medyanın ideolojik aygıt olmasından, kapitalizmdeki ekonomik görevine çeker.

6.2.3. İngiliz Kültürel Okulu

İngiliz kültürel çalışmaları, savaş sonrası İngilteresinde, kültür, endüstri, demokrasi ve sınıf arasındaki ilişkileri, medya içerikleri, popüler kültür ürünleri ve edebi metinleri inceleyerek ortaya koyan bir okul olarak tanımlanabilir. Marksist kuramı temel almasına karşın güncel sorunların kavramlaştırılmasında ve kuramsallaştırılmasında alternatif bir kaynak olarak değerlendirilmektedir.

İngiliz kültürel okulunun en önemli temsilcisi Stuart Hall, tamamen ekonomik indirgemeci Marksist yaklaşımı terk ederek egemenliğin sadece egemen sınıf mücadelesinden değil, karmaşık ilişkilerin ortaya çıkardığı bir ideolojiden kaynaklandığını ifade eder. Özetle, başat ideolojiler rıza ve uzlaşımı yapılandırarak ve yeniden biçimlendirerek iş görürler (Dursun, 37).

Başlangıçta kültürel araştırmalar, medya metinlerinin yapısını çözümlmek ve bunların tahakküm sistemlerini sürdürmedeki rolünü ortaya koymakla ilgilenmiş, ancak geliştikçe iletişim araçlarının başat ideolojiyi aktarma kayışı gibi işlev gördüğü tasarımı kesinlikle reddetmiştir. Farklı bakma ve konuşma biçimleri önererek çarpışan söylemlerin görünürlük ve meşruluk için mücadele ettikleri bir alan ya da uzam olarak bir iletişim sistemi modeli geliştirmiştir (Golding ve Murdock, 1997:68).

Kültürel çalışmalar, medyanın ideolojik rolü çerçevesinde anlam taşıyıcıları olarak medya metinlerinin ideolojik yapılanmasını incelemiştir. 'Pasif izleyici' yerine 'daha aktif izleyici' ve 'okuma' anlayışını koyarak medya iletilerinin nasıl kodlandığını, kodlamayla iletiyi çözen izleyici arasındaki ilişkileri ve başat ideolojinin oluşumunda ve pekiştirilmesinde medyanın oynadığı rolü incelemiştir (Hardt'tan aktaran Tekinalp, 2002:25).

6.3. Küreselleşme ve Enformasyon Ağları

1970'li yıllar haber üretimini yöneten endüstriyel mekanizmalar, kitle kültürü, uluslararası akış ve iletişim dengersizlikleri açısından tarihsel bir dönüm noktasıdır (Mattelart, 2001:87). Dolayısıyla, iletişim araştırmaları, 1970'lerden itibaren iletişimin önemli bir yanına, uluslararası boyutuna değinmeye başladılar.

1960'lardan itibaren eski sömürge devletleri, uluslararası arenada bağımsızlıklarına kavuşarak, daha önceki sömürgeci ülkelerin kurdukları sömürgeci iletişim düzenine karşı savaş açtılar. Anaakım iletişim kuramları, eski sömürge devletleriyle sömürgeci devletler arasındaki uluslararası ilişkileri, olumlu bir tanımlamayla kalkınma, modernleşme kuramlarıyla değerlendirdi. Marksist ve Marksist yönelimli yaklaşımlar ise, bu süreci yeni sömürgecilik, kültürel emperyalizm gibi kavramlarla anlamlandırdılar. Bu araştırmalar, sömürgecilikten yeni-sömürgeciliğe geçiş ve bu geçişteki siyasal ve ekonomik yapı transferi ile teknoloji ve ürün transferinin bilinç üzerindeki etkilerine eğildiler. Ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasal eşitsizlikler; dengesiz iletişim olgusu, kültürel bağımlılık, medya emperyalizmi konularındaki araştırma ve çalışmaları gündeme getirdi.

Kitle kültürü kavramına ortak edilen kitle toplumu kavramı, uzun süre medya ile ilgili bilimsel tartışmaların başlıca dayanağı olmuştur. 1960'lı yılların sonundan itibaren ise enformasyon ve iletişim teknolojilerinin işlediği toplumu belirlemek için yeni adlar kullanılır. Küreselleşme de bunlardan biridir. Çok yönlü bir kavram olan küreselleşme, insanların ilgi alanına göre iktisadi, siyasal ve kültürel yönleriyle gündeme gelir. Küreselleşme kavramı 1980'lere doğru Harvard, Stanford, Columbia gibi prestijli Amerikan işletme okullarında kullanılmaya başladı ve yine bu çevrelerden çıkmış bazı iktisatçılar tarafından popülerleştirildi. Hemen aynı yıllarda uluslararası iktisadi kuruluşların yayınlarında ve raporlarında da yer almaya başladı. Ancak bu kavrama temel oluşturan somut olguların belirtileri, daha 1960'lı yıllarda ortaya çıkmaya başlamıştı (Timur, 2000:8).

Dünyanın betimlenmesinde küreselleşmenin kullanımı elektronik teknoloji nedeniyle olmuştur. 1969'da yayınlanan iki yapıt, Marshall McLuhan'ın *War and Peace in the*

Global Village'i ve Zbigniew Brzezinski'nin *Between Two Ages: America's Role in Technetronic Era*'sı bu kavramı yüceltirler (Mattelart, 2001: 99-100). Mc Luhan, televizyondan yayınlanan ilk savaşı, Vietnam savaşını çözümleyerek elektronik görüntünün etkisini vurgular. McLuhan'a göre, her Amerikan evinin doğrudan tanık olduğu ilk televizyon savaşı olan Vietnam Savaşı ile birlikte, televizyon karşısındakiler edilgen izleyici olmaktan çıkarak katılımcıya dönüşürler. Böylece siviller/askerler ayrılığı ortadan kalkar. Elektronik medya barış zamanında ise endüstrileşmemiş tüm bölgeleri ilerlemeye yönlendirir. Teknik zorunluluk toplumsal değişmeyi yönetir. Böylece, küresel köy, tüm gezegenin imgeleminde yaşamaya başlar.

Küresel köy kavramı, daha sonraları dünya çapındaki her büyük felakette, küresel her televizyon yayınında vurgulanacaktır. Körfez Savaşı da küresel köyün kanıtı olarak görülür. Bütün dünya küresel köyün bir bölgesindeki olayı ışık hızına yakın bir çabuklukla izlemektedir. Olay, herkesin gözü önünde tüm çıplaklığıyla sergilenir görünmektedir. Gerçekte ise haberler askeri uzmanlar tarafından gözetim altında tutulmuştur. İkinci Körfez Savaşı sırasında ise, küresel köyün yansıtılması iliştilenmiş (embedded) muhabirler aracılığı ile daha da sansüre uğramış ve savaş Amerikan ordusunun birçok süzgecinden geçen güdümlü muhabirlerin görüntülerinden dünyaya yansıtılmıştır.

Siyasetbilimci Brzezinski ise (aktaran Mattelart, 2001:100 ve Özkök, 1985:88-89) küresel köy yerine küreselleşmiş kent deyimini kullanır. Çünkü birey anonim bir çevrede yaşar ve köy kavramının cemaat ve içlidışlılığı içeren yan anlamı yeni uluslararası çevreye uygun düşmez. Brzezinski'nin "Teknetronik" diye adlandırdığı bu toplumdaki elektronik beyin, televizyon cihazı ve telekomünikasyonların buluşmasının ürünü ağlar örgüsü, dünyayı "birbirine bağımlı,

sinirli, taşkın ve gergin ilişkiler düğümüne” dönüştürmekte ve böylece küreselleşen dünyada birey için yalıtılmışlık ve yalnızlık tehlikesini arttırmaktadır. Brzezinski, dünyadaki iletişim aygıtlarının yüzde 65’ine sahip olduğu için teknetronik devrimin merkezi durumuna geldiğini savunduğu Amerika’nın tarihin ilk küresel toplumu olduğunu ifade eder. Üniversitelerin karmaşık yapılarından doğan bu Amerikayı bilimsel kaynaklar beslemektedir ve bu Amerika’nın çehresini başta uzay sanayi olmak üzere bütün öteki üst düzey sanayileri çizmektedir. Mesleki çeşitlenme ve tüketim mallarının aşırı çoğalması, insanların yaşam biçimleriyle alışkanlıklarının değişmesine yol açmaktadır.

Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi* adlı çalışmasında, ağ tabanlı girişimlerin küresel ve bilgiye dayalı bir ekonomiye uygun örgütlenme biçimi olduğunu ileri sürer. Örgütlerin bir ağın parçası olmadan varlıklarını sürdürebilmeleri giderek olanaksız hale gelmektedir. Ağların işler hale gelmesine izin veren ise bilgi teknolojileridir. İnternet bireyler için yeni iş ve serbest çalışma bileşimlerini, bireysel ifade, işbirliği ve sosyalliği olanaklı kılmakta; siyasi eylemcilereyse, birleşme, eşgüdüm ve iletilerini dünya çapında yayma fırsatı vermektedir. MacLuhan’ın “araç mesajdır” düşüncesini kullanarak Castells “ağ mesajdır” fikrini savunmaktadır (Giddens, 2008:644, 719).

Küreselleşme sözcüğü, dünya ekonomisinin örgütlenmesine ilişkin işletmecî bir anlayıştan doğmuştur. Bu sözcüğün benimsenmesi, iletişim ağlarının serbestleşmesi (deregülasyon) ve özelleştirilmesi süreciyle aynı zamana rastlar. “Bu süreç yetmişli yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde, bankacılık etkinliklerinden düzenlemenin kaldırılmasıyla başlamış, ancak 1984’te telekomünikasyonda hemen hemen tek özel tekel olan ATT (American Telegraph and Telephone) şirketinin yıkılışından itibaren gerçekten yayılmış; o zamandan beri en değişik ekonomik etkinlik kesimleriyle ilişkili olarak

gezegensel bir boyut kazanmayı sürdürmüştür” (Mattelart, 2001:133). Düzenlemenin kaldırılması; toplumun ağırlık merkezinin pazara kaydırılması, özel işletmeye ve çıkara ilişkin değerlerin giderek egemen konuma gelmesi anlamına gelir.

Mattelart (2001:115), küreselleşmenin “araç kavramlardan olan bir tuzak sözcük” olduğunu belirterek, bu işlevsel dilin “yeni dünya düzeninin düzensizliklerini gizleyen hazır bir ideoloji” oluşturduğunu savunur.

John Urry (1995:99) ise küreselleşme sürecini “örgütlü kapitalizmin sonu” olarak niteler: “Tek tek toplumların tutarlılıklarını, bütünlüklerini ve birliklerini zayıflatan ekonomik, toplumsal ve politik ilişkilerin küreselleşmesi olgusu ortaya çıkmıştır. Bu türden gelişmeler yıllık ciroları tek başına çok sayıda ulus-devletin ulusal gelirini katlayan çokuluslu şirketlerin büyümesini; coğrafi bakımdan uzak birimlerin örgütsel olarak birleşmelerini mümkün kılan elektronik yolla iletilen enformasyon teknolojisindeki çarpıcı gelişmeyi; tek tek ulus-devletlerin özerkliğine sınırlar koyan uluslararası devlet örgütlenmelerinin kırılğan büyümesini; ortak bir kültürel deneyimde dünya nüfusunun yüzde 20-30’unu aynı anda bağlantıya geçirebilen kitle iletişim araçlarının gelişimini; ulusal sınırları tanımayan teknolojik felaketlerin olabilirliğini ve bizzat insan varoluşunun iki süpergüç liderinin görece kestirilemeyen kararlarına bağlı oluşu doğrultusundaki korkunç oluşumu içine almaktadır”.

“Küreselleşme, liberal sağ kanat düşünürlerinin ortaya attığı bir başka ideolojik söylem ‘modernleşme’ ile ilişkilendirilmiş ve modernizmin ülkeler arasındaki farkı azaltacağı, toplumları geliştireceği, dünyaya barış, kardeşlik ve anlayış getireceği varsayılmıştır” (Tekinalp, 2003:378). Öte yandan, modernizm ve kültürel emperyalizm konusunda radikal eleştiriler getiren Majid Tehranian’a göre (1999:58) modernizm, dünyayı ekonomik, siyasi ve kültürel olarak ayırtmıştır.

Daha önce küçük etnik çatışmaların olduğu gelişmiş ülkelerin görmezden geldiği dar bölgesel çatışmalar, daha sonra merkez ülkelerin merkezi şehirlerine taşınmıştır. Dünyanın ayrışmasının göstergesi sadece çatışma değil; modernizmin ülkeler için varsaydığı ekonomik kalkınmanın tek yönlü gerçekleşmesidir. Bunun sonucu olarak büyük tekelci, eşitliksiz bir dünya pazarı oluşmuş, bu süreçte kalkınan, gücüne güç katan taraf da 'modernleşme' kuramının yaratıcısı Batı olmuştur. Bu tek yönlü kalkınma gelişmiş ülkelere varsıllık getirirken, dünyanın yüzde 80'ine de yoksulluk ve açlık getirmiştir.

6.4. Dengesiz İletişim ve Yeni Dünya Düzeni

Ülkeler arasındaki gelişme farkı, dengesiz iletişim olgusunu ortaya çıkarmaktadır. "Teknik yönden gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere ve gelişmekte olan ülkelere yönelen, nicelik ve nitelik açısından tek yönlü olarak gerçekleşen iletişime dengesiz iletişim adı verilmektedir" (Tokgöz, 1987:25). Uluslararası bilgi alışverişi gelişmiş ülkelerce yapılmakta, az gelişmiş ülkelere gelişmiş ülkelere bilgi alışverişi ya çok az olmakta ya da hiç olmamaktadır. Bu dengesizlik, hem kitle iletişim araçlarının mülkiyeti ve dağılımı bakımından hem de haberlerin dağılımı bakımından ortaya çıkmaktadır.

İletişimde dengesizliğin temeli, sömürgecilikten, sömürgeci devlet yönetimlerinin kurduğu sömürge iletişim düzeninden kaynaklanmaktadır. 19. Yüzyılda sömürge sahibi Avrupa ülkeleri, sömürgeci iletişim düzenini kurarak, gerek iletişimin alt yapısını gerekse haberlerin dağılımını kendi yönetimlerini sağlamlaştırmak bakımından düzenlemişlerdir. I. ve II. Dünya Savaşı'ndan sonra sömürge devletleri bağımsızlıklarını kazanmaya başlamış, ancak iletişim sistemleri yeni kurulan siyasal sistemlere ayak uyduramamıştır. Yeni kurulan devletlerde, iletişimin alt yapısını oluşturan araçların üretimi ve tüketimi bakımından eski sömürgeci ülkeye bağımlılık yanında ellerin-

de kaynak olmadığı için içerik yönünden bağımlılık dengesiz bir enformasyon akışına neden olmuştur (26).

1960'lara gelindiğinde, yeni kurulan devletlerdeki seçkinler, daha önceki sömürgeci ülkelerin kurdukları sömürgeci iletişim düzenine karşı savaş açtılar. 'Hakça ve adil işlem görme isteği'ni uluslararası platforma getiren 1970'lerin başında Sovyet Bloku oldu. Bu girişimler sonucu uluslararası gündeme 'yeni ekonomik düzen' ve 'yeni uluslararası iletişim düzeni' kavramları girdi.

Yeni ekonomik düzen kavramı, Batı ve Doğu Bloğunun yeni kurulan devletlerin dış ilişkilerini denetlediklerini ileri sürüyor, uluslararası ilişkilerin sömürgecilikten kurtarılmasını, eşitliğe ve adil ilişkilere dayanan bir düzenin kurulmasını anlatıyordu. Yeni ekonomik düzen kavramının uluslararası iletişim düzenine yansımalarıyla yeni uluslararası iletişim düzeni kavramı ortaya çıktı. Bu kavram, serbest pazar aktörlerinin ticari ifade özgürlüğünü, ifade özgürlüğünün kendisi ile koşulsuz olarak bir tutan ve 'malların serbest dolaşımına dokunulmaz' ilkesine göre düzenlenmiş 'serbest iletişim akımı'na (free flow of information) karşı çıkıyordu. Çünkü Batılıların serbest iletişim akımı anlayışı ile gelişmekte olan ülkelerin iletişim kolaylıkları ve bunların düzenlenmesi anlayışı bağdaşmıyordu. Gelişmiş ülkelerin çıkarları, gelişmekte olan ülkelerin çıkarları ile çatışmakta, iletişim açısından özellikle ekonomik ve teknolojik üstünlük, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki haber akımını biçimlendirmektedir.

Gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere geçtiği haberler üzerinde kavramsal süzgeçlerin etkinliği görülmekte, gelişmekte olan ülkelerin medya kuruluşları, Batı kaynaklı haber sağlayan kuruluşların çizdiği bir dünya haritasıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum, gelişmekte olan ülkelerin çıkarlarına ters düşmektedir. Gelişmekte olan ülkeler,

iletişimin serbest dolaşımı ilkesiyle, gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ülkelere doğru yönelen serbest iletişim akımının tek yönlü olmaktan kurtarılarak, iki yönlü olmasının güvenceye kavuşturulmasını istemektedir (Tokgöz, 1987:28-29; Özcan, 1983:103-112).

Yeni uluslararası iletişim düzenini gerçekleştirmek için uluslararası düzeyde çeşitli girişimler ve toplantılar yapılmıştır. UNESCO, yeni iletişim düzeninin dile geldiği başlıca yerdir. 1969'da, Fransız Jean Maheu'nün başkanlığındaki UNESCO, Montreal'de bir uzmanlar toplantısı düzenledi. Toplantının ana konusu tek yönlü iletişim idi. Başlatılan tartışma, 1977'de iletişim sorunlarının incelenmesi için uluslararası bir komisyonun kurulmasıyla sonuçlandı. 1980'de Uluslararası Af Örgütü'nün kurucusu İrlandalı Sean Mac Bride'in başkanlığı döneminde, bu komisyonun nihai raporu yayınlandı. Rapor, ajansların bildirilerinin, radyo ve televizyon programlarının, filmlerin ve başka kültürel ürünlerin ve donanım dağılımının dengesizliğini kağıda döküyordu. Bu rapor, uluslararası camiyayı temsil eden bir örgütün himayesinde yayınlanmış olan ve ileti akışının dengesizliğini kabul eden, ortaya koyan ve bunu düzeltmek için seferber edilecek stratejileri sorgulayan ilk resmi belgedir (MacBride, 1993).

1985'te ABD, iletişim sorunlarının bir siyasallaşmaya doğru yöneldiğini ileri sürerek UNESCO'dan çekildi. Onu Singapur ve İngiltere izledi. Seksenli yıllarda ağların ve alışverişlerin düzenlenmesi konusu, GATT (Gümrük tarifeleri ile ilgili genel anlaşma) gibi daha teknik amaçlı kuruluşlara kaydı.

Yeni düzen tartışmaları, stratejik açıdan etkin bir uyanışa neden olmuştur. Bu tartışmalar, "lobicilikte çok etkin olan ortak çıkarları savunma ağlarına, toplumsal olmayan, küresel olarak nitelenen bir meydan okuma için yeni bir kurumsal örgütlenme düşüncesi esinlemiştir" (Mattelart, 2001:90). Aynı durum, hükümet dışı örgütler için de geçerlidir.

Tek yönlü iletişim ve yeni dünya düzeni tartışmaları, bugün yerini internet teknolojisinin neden olduğu siber-uzay ve siber-demokrasi kavramlarının tartışılmasına bırakmıştır. İnsanların sanal uzayın geleceği için insani bir yönetimi biçimlendirmeyi kendilerinin üstlenmesinin önemi Halkın İletişim Beyannamesi ile ortaya konmuştur. Halkın İletişim Beyannamesi, dünyanın iletişim yapılarının ve enformasyon akışlarının demokratik ve sürdürülebilir bir örgütlenmesini amaçlamaktadır. Beyanname, Üçüncü Dünya Şebekesi (Penang, Malezya), İletişim ve İnsan Hakları Merkezi (Amsterdam, Hollanda), Kültürel Çevre Hareketi (ABD), Dünya Topluluk Radyo Yayıncıları Derneği (AMARC) ve Dünya Hıristiyan İletişimi Derneğinin girişimleriyle oluşturulmuştur. Sivil aktivizm için bir referans noktası oluşturan beyanname, insan hakları standartlarının sanal uzaya uygulanması için ilgililerin aktif sorumluluk alması gerektiğini vurgulamaktadır (Hamelink, 1999).

Ogden'in (1999:129) dediği gibi, 21. yüzyıla adım atarken, ne teknolojinin sonuçlarına ilgisiz ne de yeni teknolojilerin uygulanmasıyla körüklenen "güç politikaları" karşısında cahil kalabiliriz. Bu nedenle bugünün ve dijital geleceğin asıl sorunu, bireyleri, grupları, örgütleri sanal topluluklar içinde birbirine bağlayan şebekeleşmiş teknolojilerdir. Bu konu üzerinde çok geç olmadan düşünülmesi ve kararlar üretilmelidir.

6.5. Medya ve Propaganda Kuramı

Medyanın kasıtlı propaganda aracı olarak kullanıldığı, içte egemenliği ve dışta emperyalizmi desteklediği görüşünün önde gelen savunucusu Amerikan dilbilimci Noam Chomsky'dir. Chomsky'ye (1999) göre, medyanın ana görevlerinin en önemlisi propagandadır. Sınıf çıkarları çatışması ve zenginliğin belli ellerde toplandığı dünyada, medyanın üstlendiği rolü gerçekleştirmesi sistemli propagandayı gerektirir.

Propaganda modeline göre (Chomsky, 1999:23), “medya, haberlerin ve çözümlenmelerin çatısını yerleşik ayrıcalıkları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda her türlü tartışmayı sınırlayarak, birbiriyle sıkı sıkıya kaynaşmış olan devletin ve şirketlerin çıkarlarına hizmet etmektedir”. Bu modelde haberler, firmaların kâr amacı, reklamcılarının etkisi, gazetecilerin enformasyon kaynağı olarak hükümete, iş çevrelerine ve uzmanlara dayanması gibi çeşitli süzgeçlerden geçerek biçimlenmekte ve uygun olanlar yayınlanmaktadır.

Propaganda kuramını medyanın dilbilimsel ve içeriksel çözümlemesini yaparak örneklerle ortaya koyan Chomsky, entelektüel kültürün medya ve ona bağlı öğeler aracılığı ile yarattığı düşünce denetimi ve demokratik toplumlarda kendilerini bu denetimden korumak ve daha ılımlı bir demokrasinin temelini atmak üzere geliştirilmesi gereken öz savunma üzerinde durur. Türkçeye *Medya Gerçeği* olarak çevrilen kitabında (*Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*) Chomsky (1999), Amerika'nın ilişki içinde olduğu uysal ülkelerle kafa tutan ülkelerin veya grupların medyaya nasıl yansıdığını inceler ve medyanın Amerikan yanlısı açık propaganda işlevini bilimsel olarak kanıtlar. Medyanın “rıza oluşturma”, “cezalandırma”, “çarpıtma”, “otosansür”, “marjinalleştirme”, “temel sorunlardan uzaklaştırma”, “kasıtlı göz yumma”, “unutulmaya terk etme” gibi yöntemlerle Amerika'yı gücün temsilcisi simgesel bir yıldızla nasıl dönüştürdüğünü bilimsel olarak ortaya koyar. Kitapta, Amerikan halkının medya demokrasisi kandırmacası altında nasıl aldatıldığı, mevcut durumun nasıl daha iyi gösterildiği ve halkın sistemin parlak başarılarını yansıtan partiyi nasıl seçtikleri anlatılır. Halkın medya aracılığıyla tutarlı, bilgili, dürüst bir başkan adayının değil, ABD'nin gücünü temsil eden bir yıldızın arkasından nasıl koştuğu anlatılır.

Chomsky'ye göre, ABD ve onun destekçisi ülkelerde üst ve orta sınıflar fikir pazarına egemen olmuş ve tüm toplumun siyasal ve sosyal gerçeğini biçimlendirmektedirler. Piyasanın gizli yumruğu da devletin güçlü yumruğu kadar etkili bir denetim aracıdır. Medya bu piyasanın yarattığı bir kurumdur ve kendi sınıf çıkarlarını savunan bir propaganda aracıdır.

6.6. Medya ve Kültür Emperyalizmi Kuramları

Boyd-Barrett, 1970'lerde medya emperyalizmi tezini ortaya atmıştır. Boyd-Barrett'e göre (Alemdar ve Erdoğan, 1998:316), medya emperyalizmi, herhangi bir ülkedeki medya sahipliği, yapısı, dağıtım veya içeriğinin tek başına veya birlikte, diğer ülke veya ülkelerin medya çıkarlarının önemli miktarda dış baskısına maruz kalması sürecidir. Boyd-Barrett'e göre, medya emperyalizminin dört biçimi vardır:

1. İletişim medyasının şekli: Alıcının kullandığı teknoloji
2. Endüstriyel yapı setleri
3. Medya firmalarındaki ideal pratikle ilgili neyin nasıl yapılacağını içeren değerler
4. Belli kitle iletişim araçları içeriklerinin (ürünlerin) ithali

Medya emperyalizmi ve kültür emperyalizmi birbirine sıkıca eklenmiş iki tezdır. Her ikisi de birbirinin nedeni ve sonucudur. Bu nedenle birlikte incelenmesi gerekir. Her ikisinde de sistem eleştirisi (siyasal ekonomi) ve kurumsal analiz vardır; ancak kültürel incelemelerin belirsizliği, yüzeyselliği, esneklikten uzak ve maddeci oluşu eleştiri almaktadır.

Kültürel emperyalizm, 1960'lı yıllardan itibaren ortaya çıkan ve medya tekellerinin gelişip yayılmasıyla günümüzde de önemini sürdüren bir konudur.

Kültürel emperyalizmi özellikle medya boyutuyla ele alan Herbert Schiller, kapitalist sistemin yayılması, korun-

ması ve daha iyiye gitmesi için çalışan bir aracı olarak medya teknolojisi ve iletişim üzerinde durur. Schiller, kültür emperyalizmi kavramını şöyle tanımlar: “Bir toplumun modern dünya sistemi içine çekilmesi amacıyla onun hakim toplumsal katmanının, dünya sisteminin tahakküm merkezinde geçerli değer ve yapılaraya uygun hale getirilmek, hatta bunlara güç katmak üzere kendi toplumsal kurumlarını şekillendirmesi için cezbedildiği, baskı altına alındığı, zorlandığı, bazen rüşvetle elde edildiği bir süreçler toplamıdır” (aktaran Tomlinson, 1999:154-155).

Schiller’e (1991) göre, iletişimde kültürel emperyalizm, genel emperyalist sistemin bir alt setidir. Kültürel ve ekonomik alanlar birbirinden ayırt edilemeyecek şekilde beraberdir. Gelişmiş şirket ekonomisinde iletişim-kültürel parça endüstriyel finans sektörlerinin ekonomik amaçlarını (örneğin, tüketici toplumunun yaratılması ve geliştirilmesi gibi) destekler. Kültürel üretim, otomobil üretiminden aşağı kalmayacak kadar, kendi siyasal ekonomisine sahiptir. Schiller’e göre, sonuçta kültürel ürün olarak nitelenen her şey aynı zamanda ideolojiktir ve sistemin çıkarına hizmet eder.

“Schiller’e, olaya sadece maddeci bir anlayışla yaklaştığı, eleştirilerini hiçbir ampirik analize dayandırmadığı, görüşleri çok genel ve esneklikten uzak olduğu için eleştiri getirilir” (Tekinalp, 2003:376).

Tomlinson, Schiller’i, kapitalizmi kültürle aynı varsaymakla, işlevselciliğe kaymakla eleştirir ve yaklaşımını “çok sığ, genel ve fazlasıyla kötümser” olarak niteler. Schiller, insanların kapitalizmin kültürünü nasıl yaşadıkları sorusuyla ilgilenmez. Ayrıca Tomlinson (1999:13), kültürel emperyalizmi, “özerkliğini savunduğu kültürleri kendi (hakim) Batı kültürünün terimleriyle temsil eden eleştirel bir söylem” olarak tanımlar. Ona göre, kültürel emperyalizm tezi hiçbir yerde orijinal biçimiyle mevcut değildir, onun sadece versiyonları

vardır. Tomlinson, kapitalizmi hedef alan kültürel emperyalizm söyleminin, modernliğin rahatsızlıklarını ele alan söylemle birleştirilmesi gerektiğini savunur.

Kültürel emperyalizme karşı geliştirilen tezlerde ayrıca, kültürün hangi anlamının emperyalist saldırılara uğradığı sorusu sorulur ve bu alanın çelişkili ve karmaşık olduğundan hareketle ortaya atılan emperyalist tezlerin tam olarak gerçeği yansıtmadığı, araştırmacının ideoloji ve önyargılarını içerdiği savunulur.

6.7. Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları

İdeolojinin çeşitli tanımları yapılmıştır. Klasik tanıma göre ideoloji, insanın düşünce ve davranışlarını etkileyen çeşitli kaynaklardan beslenen ve eylem yönelimli bir inanç sistemidir. Klasik yaklaşımın siyasal bilimi açısından ideoloji tanımı ise “yönetilenlerin arasında yaygın, yönlü, fakat sınırlı, belirsiz fikir kümeleri”dir (Mardin, 1990:15). İdeoloji Marksist yaklaşımda tümüyle alt yapıya (ekonomik) bağlı bir değerlendirme ve yorumlama biçimidir ve dünyayı nasıl görmek gerektiğini bildirerek egemen oluşuma yardım eder.

Lois Althusser’e (2003) göre ise ideoloji, toplumsal yaşantıyı farklı biçimde fakat her zaman ve her aşamada otomatik olarak etkileyen bir oluşumdur ve toplumsal pratik ile ideoloji iç içedir. İdeoloji tüm sisteme yayılmış, toplumsal varoluşun her aşamasında yer etmiştir. Althusser, ideolojiyi gerçekliğin çarpıtılmış, yönlendirilmiş, dayatılmış bir biçimi olarak tek bir öze indirgemenin yanlış olduğunu, aksine çarpıtılanın gerçeklik değil, insanın varoluş koşulları içinde karmaşık birçok pratiğin bileşiminden oluşmuş yaşamın biçimi olduğunu savunur. İdeolojinin tarihi yoktur; her pratik belirli dönemlerde farklı yapılarla eşleşir ve farklı biçimler alır. Özne, ideolojinin kurucusudur. Çocuğun özne olarak çağrılması doğumuyla aileden başlar, aile yapısıyla belirlenir; daha sonra toplum onu

kendinden beklenen role hazırlar. Bu böyle yaşamla birlikte sürüp gider.

Althusser'in ana tezleri: a. İdeolojinin tarihi yoktur; b. İdeoloji bireylerin gerçek varoluş koşullarıyla aralarındaki hayali ilişkiyi temsil eder; c. İdeoloji bireyleri özne olarak çağırır, biçiminde özetlenebilir (Kazancı, 2002:57).

Yapısalcı düşünür Lois Althusser'in iletişim araştırmaları alanına kazandırdığı en önemli kavram, devletin ideolojik aygıtları kavramıdır. Althusser (2003), devletin (baskı) aygıtı ile devletin ideolojik aygıtlarını ayırır ve toplumsal denetim biçimi olarak, devletin ideolojik aygıtları (DİA) olarak adlandırdığı "ayrı ve özgülleştirilmiş" birçok kurumdan söz eder; iletişim araçlarını da devletin ideolojik aygıtları arasında sayar.

Devlet yönetileni önce ikna, sonra da fiziki baskı ile belirli bir alan içinde tutar. Bu konuda devlete yardımcı araç ve uygulamalar vardır. Devletin ideolojik araçları aile, toplumsal çevre, gelenek ve görenekler, din kuralları ve kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar, insanın yaşam pratiği içinde önemli bir yer tutarak ideolojik olarak yoğrulup şekillenmesine yardımcı olurlar; bireyi istenilen biçimde düşünmeye yönlendirirler.

Althusser'e göre, devletin baskı aygıtları baskı (fiziki baskı dahil) kullanmaya öncelik verirken DİA'lar (Devletin ideolojik aygıtları) ideoloji kullanarak işlemeye öncelik verirler. "Hiçbir sınıf DİA'lar içinde ve üstünde hegemonyasını uygulamadan devlet iktidarını sürekli olarak elinde tutamaz" (172). DİA'lar yalnızca sınıf mücadelelerinin kazancı değil, fakat sınıf mücadelelerinin alanı da olabilirler. "Ezilen sınıfların direnişi DİA'larda ister varolan çelişkileri kullanarak, ister mücadele ile savaş mevzileri kazanarak sesini duyurma aracı ve fırsatını bulabilir" (172).

Althusser (2003), devlet (baskı) aygıtının "kalkanı" ardından üretim ilişkilerinin yeniden üretimini de büyük ölçüde

DİA'ların sağladığını belirtir. Tüm DİA'lar üretim ilişkilerinin yeniden-üretimi, yani kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden-üretimi hedefine yönelir. Her biri bu tek hedefe kendine özgü yoldan katkıda bulunur. Örneğin, haber aygıtı, tüm yurttaşlara basın, radyo, televizyon ile her gün değişen ölçülerde milliyetçilik, şovenizm, liberalizm, ahlakçılık, v.b. aşılar. Kültürel aygıt da aynı şeyi yapar. Althusser, gelişmiş kapitalist toplumlarda egemen DİA olarak da eğitimi gösterir.

Althusser, ideoloji alanında devrim sayılabilecek düşünceleriyle aynı zamanda eleştiri de almıştır. Althusser'in, ideolojiyi toplumun tüm katmanlarını örten bir kavram olarak betimlemesi, çeşitli toplumsal oluşumlara mücadele alanı bırakmadığı şeklinde eleştirilmiştir. Kazancı ise (2002:72), bu eleştiriye kabul etmediğini Türkiye'den özelleştirme örneği ile açıklar ve egemen ideolojinin her yeri kapsadığını ve gerçekten mücadele alanı bırakmadığını ifade eder.

Sonuç olarak; Althusser bütün bu oluşumları, ekonomik alt yapıya indirgemek yerine belirli dönemlerde, belirli yapılar içinde oluşan yaşam pratiği içinde biçimlenen ideoloji kavramı ile açıklar. 1960'ların sonlarından 1970'lerin ortalarına kadar Althusserci Marksizm kültür, film ve medya çalışmalarında çok popüler bir yaklaşım olmuştur. Ancak, üstyapı-altyapı modeliyle ortaya konulan ikilemleri çözmede başarılı olamadığı için hızla gerilemiştir. Postmarksizm ve söylem kuramlarının temellerini atan Althusserci Marksizmdir (Wayne, 2009:175).

6.8. Bourdieu ve Hegemonya Kuramı

Hegemonya, bir toplumda egemen olan grupların erkini doğal ve meşru göstermek, bir kültürde baskın ideolojiyi destekleyenlerin bu ideolojiyi baskı altına aldığı kümelerin onayını kazanarak yeniden üretmesi anlamında kullanılır. Yunanca "önderlik" anlamına gelen hegemonya kavramı,

Antonio Gramsci, Stuart Hall ve H. Newcomb gibi düşünürler tarafından tartışılmış (Mutlu, 1998:154-155), ancak Bourdieu tarafından açıklanarak kuramsallaştırılmıştır.

Gramsci'ye göre devlet, egemen sınıfların düzeyine uygun bir ahlakçadır. Bu hegemonya okul (eğitim) ve mahkemeler (baskı) gibi ideolojik etki araçları ile kurulur. Devlet popüler kültürü merkeze yerleştirmiş; kültür ve ahlakı ekonominin gelişme düzeyine göre ayarlamaktadır. Gramsci'nin bu görüşlerinden hareket eden Hall (1999), devletin giderek kültür alanında güç kazandığını, hukuk ve gelenekler aracılığı ve popüler uzlaşma ile otorite ve güç hiyerarşisini koruduğunu, tarafsızlığını yitirdiğini ve beğeniyi merkezileştirdiğini iddia eder.

Entelektüel-devlet-medya ilişkilerini açıklayan Nicholas Garnham (1995), entelektüellere getirdiği eleştiride, kapitalist dünyada düşmanın kapital değil, refah devleti bürokrasisi; ekonomik sömürü değil, bağımlılık ve kültür ile ilgili mesleklerin hegemonyası olduğunu belirterek, entelektüellerin hegemonik yapılanmadaki rollerine değinir. Sağ ve yeni sağ akımların etkisiyle kültür endüstrisinin tutsağı haline gelen entelektüeller, eleştirel bakıştan uzaklaştılar; doğru ve güzellik temelinde medya icraatlarının eleştirel muhakemesi zeminini hazırlayan değil, eleştiriye karşı olan bir tutuma yöneldiler. Medya entelektüellerinin medyatik hegemonyanın adeta suç ortağı olması, pazar mantığı içinde üretilen hegemonik söylemin kurgulayıcıları ve sunucuları durumuna gelmesi eleştiri almaktadır.

Bourdieu, medyatik hegemonyayı neo-liberal ideolojinin dolaysız bir ürünü olan medya söyleminin "bireylerin bilişsel yapıları üzerinde belirleyici" bir rolü olarak tanımlamaktadır (aktaran Köse, 2003:37). Özellikle görsel medyanın küresel düzeyde yaygınlaştırdığı görsel ideolojinin temel dayanağı neo-liberal düşüncede aranmalıdır. Medya içerikleri; bilişsel

yapıları denetlemekte, daha sonra yıkmakta ve küresel düzeyde bir “suç ortaklığı toplumu” yaratılmaktadır. Bourdieu, bu bağlamda medyayla “suç ortaklığı” yapan patronlara, din adamlarına ve gazetecilere güvenilemeyeceğini ifade eder. Suç ortaklığı, televizyon alanının söz denetim sürecini ve televizyon dışından birtakım entelektüel ve profesyonelin bu sürece katılımını kapsamaktadır. Medya profesyonellerinin birbirlerinin açığını gözlemeleri, bu suç ortaklığının görünmez bir ufak parçasıdır.

Medyatik hegemonyanın önemli bir göstergesi de medyanın görünmez sansüründe aranmalıdır. İfadelerin ayarlanması veya sessizlik (temsil etmeme) medya yapısının ve işleyişinin medya içeriği üzerinde koyduğu sansürden başka bir şey değildir. Medyanın kültürel kapsayıcılığı, kültür alanının neo-liberal ideoloji tarafından sınırlarının çizilmiş olması ve denetimin medyanın suç ortakları tarafından yapılmış olması her alanda kolektif bir mücadeleyi gerekli kılmaktadır. Bourdieu’ya göre (aktaran Köse, 43), suç ortakları her fırsatta açığa çıkarılmalı ve medya söyleminin özünde çıkarlara bağımlı bir retorik olduğu gerçeğini ortaya koymaya çalışmalıdır.

Wayne’in (2009:221) belirttiği gibi, hegemonya toplumsal düzen ve o toplumsal düzenin gidebileceği belli yönler için rıza kazanmayı gerektirir. Rıza kazanmak bir dereceye kadar kültürel bir savaş olduğundan seçim siyaseti, medya, yardım kuruluşları, tüketici grupları, okullar, üniversiteler ve dini gruplar gibi bir dizi toplumsal kurum bu savaşa sahne olur. Hegemonya, sadece tepeden inme bir değer ve dünceler dayatılması süreci değildir. Hegemonik bir konumu sürdürme hakim sınıfın değişen koşullara uyması, gerektiğinde kendi dışından gelen düşünce ve değerleri bünyesine katması ve onları kendi çıkarları ve kapitalist düzenin yapısal gereksinimlerine göre yönlendirmesinden oluşan devamlı bir süreçtir.

SONSÖZ

Bu kitap iletişim alanına girmek isteyen, ancak her yorum, yaklaşım, paradigma, kuram veya varsayımla kafası biraz daha karışan iletişim araştırmacıları ve uygulayıcıları için alanı biraz derli toplu hale getirme çabasının bir ürünüdür. Alanın önemi ve karmaşıklığı, iletişim biliminin görünürdeki disiplinler arası özelliğinden kaynaklandığı gibi; doğrudan insanı yaratan, daha doğrusu, algısını, grup, topluluk, toplum ve dünya kurma biçimlerini, aldığı kararları, iletişim araçlarını oluşturma ve kullanma yöntemlerini etkileyen doğasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, iletişim bilimi bizim varsayımımıza göre, disiplinler arası olmaktan çıkıp toplum bilimindeki bütün disiplinleri kapsayan makro, disiplinler üstü bir toplumbilimi uğraşdır.

Bir ekonomistin, hukukçunun, antropologun, felsefecinin, tarihçinin, siyasal bilimcinin, dilbilimcinin iletişim alanına girebilmesi, öncelikle iletişim bilimine özgü yaklaşım, paradigma, kuram ve araştırma modellerini iyi bilmesini gerektirir. Bunlar öğrenilmeden iletişim araştırmacısı veya yorumcusu olunamayacağı gibi alana yapılan katkılar da tartışmalı hale gelir. İletişim alanının karmaşıklığı; kuramsal çalışmalar kadar, sanat, estetik, yaratıcılık ve hayal gücü gerektiren uygulama alanlarının zenginliğinden de kaynaklanır. Kuramsal temel, bütün bu zenginliklerin alt yapısını oluşturur. Kuramsal temeli olmayan bir iletişim sanatçısının ürünleri derinlikten ve mesajdan yoksundur.

İletişim araştırmalarının diyalektik bakış açısından tez ve antitezler şeklinde geliştiğini söylemek abartılı olmaz. Faydacı Amerikan Okulu'nun kapitalist ideolojiyi genel felsefesi yapıp olguları bütünden soyutlayarak faydacı sonuçlarla sistemi meşrulaştırma girişimlerinin karşısına, özde Marksist ideolojiyi benimseyen, sistem analizi ve eleştirisi yapan eleştiri-

rel okul çıkmıştır. 20. yüzyılın son çeyreğinde doruk noktasına ulaşan anaakım faydacı araştırmalar, daha sonraları eleştirel okulun etkisiyle, sistem analizine dalmasa da, eleştiriye ve kuşkuya kapılarını açmıştır. Avrupa eleştirelciliği de pozitif faydacı okul araştırmalarının etkisiyle zenginleşmiş, yorumlarına kuramsal temel oluşturmuştur.

Özet olarak, çok genel sınırlar içinde incelediğimizde tutucu (faydacı, pozitif) ve değişimci (eleştirel) araştırmalar kendi içlerinde özde aynı, ayrıntıda farklı paradigmalarda geniş bir yelpaze oluşturmakta ve alana zenginlik katmaktadır. Bu kitap bu zenginliği sınırlandırarak okuyucuya yansıtma girişimidir ve her türlü eleştiriye açıktır.

DİZİN

— A —

- ABX 113, 115
Adorno 171, 172, 173
Aksiyomatik bilimler 28
Aktif izleyici 119, 175
Algı 75, 76, 103, 112, 159
Algılama 76, 77, 111, 113, 126,
Allport 74, 77, 78, 81
Althusser 51, 149, 152, 187,
188, 189, 196, 199
Anaakım 2, 4, 9, 20, 39, 40, 42,
50, 67, 69, 176, 193
Anadamar 2
Anayol 2, 68
Ang 128
Anlam çokluğu 126

— B —

- Bağımlılık modeli 100, 102
Bakışım Kuramı 113
Ball-Rokeach 100
Barthes 126, 144, 146, 152,
153, 167
Baudrillard 155, 158, 159, 160
Belirtke 147
Bell 51, 52, 69, 70
Berelson 94, 97
Berkowitz 132

- Bilgi açığı 138, 139, 140
Bilgi farkı 138
Bilgi gediği 138
Bilgi uçurumu 138
Bilinç endüstrisi 174
Bourdieu 33, 189, 190, 191, 199
Boyd-Barrett 185
Brzezinski 177, 178

— C —

- Carl Hovland 90, 91
Chicago okulu 17, 48
Chomsky 183, 184, 185, 196
Comte 7, 8, 9, 10, 11, 12, 41, 42
Curran 126, 168, 196

— D —

- Davranış 16, 17, 18, 21, 43, 44,
47, 49, 50, 69, 72, 73, 76,
79, 81, 115, 119, 131, 137,
145, 165
Davranışçılık 41, 46, 47
De Carteau 126
DeFleur 100, 102
Deneycilik 39, 40, 41
Denge 42, 44, 111, 112, 113,
115, 119, 120, 138
Dengesiz iletişim 176, 180

Deregülasyon 178
 Derrida 153
 Devletin ideolojik aygıtları
 187, 188, 196
 Dilbilim 3, 124, 143, 144, 145,
 152
 Diyalektik 2, 9, 53, 54, 55, 56,
 57, 192
 Diyalektik maddecilik 55, 57
 Durkheim 7, 9, 10, 15, 42

— E —

Edilgen izleyici 50, 124, 177
 Ellul 88
 Emperyalizm 63, 64, 65, 128,
 176, 179, 185, 186, 187
 Eşik bekçisi 95, 96, 97, 116,
 132
 Etki araştırmaları 68, 77, 98
 Etkin izleyici 123, 126, 127,
 129
 Etnografya 31

— F —

Farkındalık yaratma 131
 Fazlalık 72
 Festinger 76, 111, 118, 119,
 138
 Fiske 34, 35, 70, 84, 127, 146,
 148, 159, 197
 Foucault 152, 154
 Frankfurt Okulu 24, 28, 33,
 156, 171, 172, 173, 174,
 196

— G —

Garnham 170, 190, 197
 Gerbner 105, 107, 108, 120,
 125, 198
 Giddens 6, 8, 10, 34, 178, 198
 Golding 168, 170, 175, 196, 198
 Göstergibilim 50, 124, 143,
 144, 145, 146, 147, 148,
 151
 Graber 85
 Gramsci 149, 190
 Grup 16, 51, 78, 82, 83, 84, 89,
 90, 91, 93, 94, 96, 98, 99,
 100, 113, 192
 Gutenberg Galaksisi 134, 200
 Gülü 75, 76
 Gülüleme 75, 87,
 Gündem 129, 130, 131, 132,
 133, 164
 Gündem oluşturma 129, 130
 Gündem saptama 129, 131,
 132
 Gürültü 71
 Gürültü 70, 71

— H —

Habermas 160, 161, 162, 163,
 164, 165, 198
 Hall 5, 19, 20, 25, 125, 149,
 175, 190, 198, 203
 Halloran 98
 Hardt 51, 149, 175, 198
 Hegel 9, 11
 Hegemonya 34, 189, 190, 191
 Heider 111, 112, 113

Hipodermik iğne 119
 Hoggart 148, 149
 Horkheimer 171, 172, 173
 Horowitz 52

— I —

Innis 133, 134

— İ —

İdeoloji 3, 34, 38, 39, 50, 51, 52,
 53, 58, 61, 68, 144, 149,
 154, 155, 159, 160, 169,
 170, 173, 179, 187, 188,
 189, 191
 İdeolojilerin sonu 41, 50
 İkon 143, 146, 147
 İletim kuramı 119
 İletişim hazzı 159
 İletişimsel eylem 162, 163, 165
 İletişimsel Eylem 160, 198,
 203

İlişki amaçlı iletişim 72
 İngiliz Kültürel Okulu 174

— K —

Kanaat 79, 95, 96, 97, 137
 Kanaat önderi 96
 Katz 94, 97, 122
 Kod açıklama 124, 125
 Kodlama 70, 87, 124, 125, 145,
 157
 Kohen 130
 Kullanışlar ve bağımlılık 102

Kullanışlar ve doyumlar 68,
 102, 120, 121, 122, 123,
 125

Kültür 6, 12, 15, 25, 34, 41, 44,
 47, 48, 49, 51, 54, 55, 74,
 77, 99, 108, 124, 125, 126,
 127, 133, 136, 144, 148,
 149, 151, 155, 158, 169,
 170, 171, 172, 173, 174,
 185, 186, 189, 190, 191

Kültürel çalışmalar 5, 19, 148,
 150, 175

Kültürel emperyalizm, 185,
 186

Kültürel göstergeler 105, 106,
 108, 109

Kültür emperyalizmi 169, 185

Kültür endüstrisi, 172

Küresel köy 135, 177

Küreselleşme 38, 175, 176,
 178, 179, 202, 203

Küreselleşmiş kent 177

— L —

Lacan 152, 153

Laclau 154, 155, 167

Lasswell 45, 46, 67, 68, 69, 74

Latency 43

Lazarsfeld 94, 95

Lerner 89, 200

Levi-Strauss 144, 151, 152,
 153, 167

Lewin 96

Lippmann 130

Liotard 156

— M —

- Mainstream 2
 Marcuse 171, 173, 200
 Marks 2, 7, 9, 10, 11, 12, 13,
 17, 24, 35, 36, 55, 56, 58,
 59, 60, 61, 62, 63, 155, 200
 Matematiksel İletişim Kuramı
 69, 72
 Mattelart 45, 144, 146, 150,
 169, 172, 175, 177, 179,
 182, 200
 McCombs 130, 131, 197, 200
 McQuail 67, 69, 70, 72, 87, 102,
 112, 114, 200, 201
 Medya emperyalizmi 128, 168,
 176, 185
 Merton 11, 44, 45
 Metin 31, 32, 125, 128, 150,
 154, 157, 170
 Motiv 75
 Motivasyon 75
 Murdock 168, 170, 175, 196,
 198

— N —

- Newcomb 111, 113, 114, 115,
 190
 Noelle-Neumann 137, 201

— O —

- Okuma 32, 50, 76, 124, 126,
 127, 144, 154, 170, 175,
 182

— P —

- Parsons 11, 43, 44
 Pasif izleyici 68, 175
 Peirce 145, 147
 Postmodernizm 154, 155, 156,
 157, 158
 Pozitif yaklaşım 26, 34, 35,
 38, 41
 Propaganda 3, 5, 21, 67, 69, 71,
 74, 75, 87, 88, 89, 90, 94,
 96, 120, 169, 183, 184, 185

— R —

- Riley 99
 Rogers 104, 105, 131
 Rol kuramı 41, 49

— S —

- Sahte bilinç 28
 Saussure 143, 144, 145, 146,
 147, 152, 167
 Schiller 136, 169, 185, 186, 202
 Schramm 49, 85, 86, 87, 121,
 124, 202
 Semiosis 147
 Serbest iletişim akımı 181
 Shannon 67, 69, 70, 71, 72, 74
 Shaw 130, 131, 200
 Sınırlı etkiler 130, 131
 Sihirli mermi 119, 120
 Simge 143, 147
 Simgesel etkileşimcilik 47, 48,
 49
 Siyasal ekonomi 3, 150, 167,
 170, 185

Smythe 174
 Sosyolojik model 99
 Strauss 48, 144, 147, 151, 152,
 153, 167, 197
 Suskunluk sarmalı 137, 138

— Ş —

Şema 83, 84
 Şema kuramı 83, 84
 Şıngıng modeli 119

— T —

Tarihsel maddecilik 55, 57
 Teknetronik 177, 178
 Teknolojik belirleyicilik 133,
 135, 136
 Tek yönlü iletişim 182, 183
 Ters işlev 45
 Tomlinson 128, 164, 169, 186,
 187, 203
 Toplumsal denetim 89, 90, 108,
 188
 Tutucu kuramlar 39, 40
 Tutum 5, 6, 19, 21, 75, 76, 77,
 78, 79, 80, 81, 82, 83, 90,
 101, 103, 104, 111, 112,
 113, 119, 129, 131, 148

— U —

Urry 155, 179, 203
 Uyum 43, 78, 93, 111, 119, 131
 Uyumsuzluk azaltımı süreci
 119
 Uyumsuzluk Toplamı 118
 Uytucu etki 93

— W —

Weaver 67, 69, 70, 71, 72, 74
 Weber 10, 11, 13, 17
 Westley ve Maclean 114
 Windahl 67, 69, 70, 72, 87, 102,
 112, 114, 117, 123, 200

— Y —

Yabancılaşma 59
 Yapıbozum 153, 154
 Yapısalcılık 31, 144, 147, 150,
 151, 152, 153, 154
 Yapısal işlevselcilik 41, 42, 46
 Yenilik 29, 105, 139
 Yeniliklerin yayılımı 103, 104,
 105
 Yetiştirme 106, 107, 155
 Yoksunluk 72, 160
 Yorumsal yaklaşım 26, 30

KAYNAKÇA

- Alemdar, Korkmaz ve İ. Erdoğan (1990). *İletişim ve Toplum*, Ankara:Bilgi
- Alemdar, Korkmaz ve İ. Erdoğan (1998). *Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları*, Ankara: MY
- Althusser, Lois (2003). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İstanbul: İthaki
- Aron, Raymond (1994). *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*. Korkmaz Alemdar (çev), Ankara:Bilgi
- Bredemeier, H.C. (2002), "Alışveriş Kuramı", *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi* içinde, Tom Bottomore ve Robert Nisbet, Ankara:Ayraç
- Bottomore, Tom (1994). *Frankfurt Okulu*, Ankara:Vadi
- Bottomore, Tom (t.y). *Toplumbilimi*. Ünsal Oskay (Çev.), 3.baskı. İstanbul: Der
- Cantor, P. A., & Hufnagel, P. (2006). The Empire of the Future: Imperialism and Modernism in H. G. Wells. *Studies in the Novel*, 38(1), 36+.
- Cevizci, Ahmet (2000). *Felsefe Sözlüğü*, 4. Basım, İstanbul: Paradigma
- Chandler, Daniel. *Marxist Media Theory*, <http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/index.html>
- Chomsky, Noam (1999). *Medya Gerçeği*, çev: Abdullah Yılmaz, İkinci Baskı, İstanbul:Tüm Zamanlar
- Cobley, Paul (1994) "Throwing Out the Baby: Populism and Active Audience Theory" *Media Culture and Society*. 16(4):667-687.

- Cudhea, David (1974). "Albert Bandura: A Very Modern Model", *Human Behaviour*, September:27
- Curran, James ve C. Sparks (1999) "Basın ve Popüler Kültür" *Popüler Kültür ve İktidar*. Nazife Güngör (der.) içinde. Ankara: Vadi: 439-467.
- Deacon, David; M. Pickening; P. Golding; G. Murdock (1999). *Researching Communications*. New York:Oxford University Pres Inc.
- Dönmezer, Sulhi (1994). *Toplumbilim*, 11. baskı, İstanbul: Beta
- Dursun, Çiler (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*, İstanbul: İmge
- Elteren, Mel Van (1999) "Amerikan Popüler Kültürünün Etkisinin Global Bir Yaklaşım İçinde Değerlendirilmesi" *Popüler Kültür ve İktidar*. Nazife Güngör (der.) içinde. Ankara: Vadi: 275-326
- Erkman, Fatma. (1987). *Göstergebilime Giriş*, İstanbul: Alan
- Eschle, C., & Maignascha, B. (2005). Conclusion. In *Critical Theories, International Relations, and "The Anti-Globalisation Movement": The Politics of Global Resistance*, Eschle, C. & Maignascha, B. (der.) (s. 212-226). New York: Routledge.
- Fisher, B.M. ve A.L. Strauss (2002). "Etkileşimcilik", *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi* içinde, Tom Bottomore ve Robert Nisbet, Ankara: Ayraç
- Fiske, John (1996). *İletişim Araştırmalarına Giriş*. Ankara: Ark
- Fiske, John (1997). "Postmodernizm ve Televizyon", *Medya Kültür Siyaset* içinde, Süleyman İrvan (der.), Ankara: Ark. 29-48
- Gandy, Oscar. (1991). "Beyond Agenda-Setting", *AGENDA SETTING Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking* içinde, David L. Protess and Maxwell McCombs (Eds.), Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, New Jersey
- Garnham, Nicholas (1995). "The Media and Narratives of the Intellectual". *Media Culture and Society*. 17/3 July. Sage: 359-385

- Galtung, Johan (1999). "State, Capital an the Civil Society: A Problem of Communication." *Towards Equity in Global Communication*. R.C. Vincent vd. (der) içinde. New Jersey: Hampton Pres: 3-23
- Gerbner, George, L. Gross, M. Morgan, N. Signolly (1994). "Growing Up with Television: The Cultivation Perspective". *Media Effects of Mass Communication*. Hillsdale, NJ.: Erlbaum: 17-41
- Giddens, Anthony (2000). *Sosyoloji*. Ankara: Ayraç
- Giddens, Anthony (2008). *Sosyoloji*, İstanbul: Kırmızı.
- Golding, Peter ve Graham Murdock (1997). "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik", *Medya Kültür Siyaset içinde*, Süleyman İrvan (der.), Ankara: Ark 49-77
- Guehenno, Jean-Marie (1998). *Demokrasinin Sonu*, Ankara: Dost
- Günbulut, Şükrü (1983). *Küçük Felsefe Tarihi*, Ankara: Maya
- Güvenç, Bozkurt (1984). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Remzi
- Habermas, Jürgen (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*, İstanbul: Kabalcı
- Hall, Stuart ve Martin Jacques (der.) (1995). *Yeni Zamanlar*, Der. Der. Stuart Hall ve Martin Jacques, İstanbul: Ayrıntı
- Hamelink, C. J. (1999). People's Communication Charter (The): "An International Covenant of Standards", *Transnational Broadcasting Studies*, Issue No. 2, Spring 1999.
- Hardt, Hanna (1994) "Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle Araştırması" *Medya İktidar İdeoloji* M. Küçük (der.) içinde. Ankara: Ark: 1-45.
- Hartley, E.L., R. E. Hartley ve C. Hart (1985) "Tutumlar ve Kanaatler", *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş* içinde, Ünsal Oskay, Ankara: AÜ. BYYO Yayınları, s.3-55
- Hebdige, Dick (1995). "Kitlelerin Ardından", *Yeni Zamanlar*, Der. Der. Stuart Hall ve Martin Jacques, İstanbul: Ayrıntı

- Hovland, Carl. ve Arthur Lumsdaine, Fred Sheffield (1985). "Tartışmalı Bir Konuda Kanaat Değiştiriminde Tek Yanlı Sunuma Karşı İki Yanlı Sunumun Etkisi", *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş* içinde, Ünsal Oskay, Ankara:AÜ. BYYO Yayınları, s.211-234
- Hovland, Carl. ve Walter Weiss (1985). "Kaynağın Güvenilirliği ve Haberleşmenin Etkinliği Üzerindeki Etkisi", *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş* içinde, Ünsal Oskay, Ankara:AÜ. BYYO Yayınları, s.235-259
- Işık, Metin (2002). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, Eğitim Kitabevi Yayınları.
- İnal, Ayşe (1996). *Haberi Okumak*, İstanbul: Temuçin
- İnceoğlu, Metin (1985). *Güdüleme Yöntemleri*, Ankara:AÜ. BYYO Yayınları
- İrvan, Süleyman (2001). "Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirmesi", *İletişim* 2001/9 Bahar, s.69-107
- Kagan, R. (2007). End of Dreams, Return of History. *Policy Review*, (144), 17+.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem (1982). *İnsan ve İnsanlar*, İstanbul: Beta
- Karasar, Niyazi (1989). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Bilim Yayınları
- Kaya, Raşit (2009). *İktidar Yumağı: Medya Sermaye Devlet*, Ankara: İmge.
- Kazancı, Metin (2002). "Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* Cilt:57, Ocak-Mart, sayı:1. 55-87
- Kleinwaechter, Wolfgang (1999). "The Cyberright to Communicate: A Human Right of the Fourth Generation?". Towards Equity in Global Communication. R.C. Vincent v.d. (der) içinde. New Jersey:Hampton Pres: 91-103.
- Köse, Hüseyin (2003). "Bourdieu'cü Beğeni Yargısı Açısından İzleyici ve Medya", *İstanbul Üniversitesi İletişim Dergisi*, Ocak 2003, sayı:15

- Larrain, Jorge (1995). *İdeoloji ve Kültürel Kimlik*, İstanbul: Sarmal
- Latham, R. (2007). Biotic Invasions: Ecological Imperialism in New Wave Science Fiction. *Yearbook of English Studies*, 37(2), 103+.
- Lerner, Daniel (1985). "Propagandada Etkinlik: Şartlar ve Değerlendirme", *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş* içinde, Ünsal Oskay, Ankara:AÜ. BYYO Yayınları, s.260-280
- Lull, James (2001). *Medya İletişim Kültür*, (Çev. N. Güngör), Ankara: Vadi
- MacBride, Sean (1993). *Birçok Ses Tek Bir Dünya*, Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu
- Marcuse (1997). *Tek Boyutlu İnsan*, (Çev. Aziz Yardımlı), Üçüncü baskı, İstanbul: İdea
- Mardin, Şerif (1990). *Din ve İdeoloji*, 4. baskı, İstanbul: İletişim.
- Marks, Karl ve Friedrich Engels (1976), *Alman İdeolojisi*, Sol Yayınları
- Mattelart, Armand ve Mattelart, Michele (1998). *İletişim Kuramları Tarihi*, İstanbul:İletişim
- Mattelart, Armand (2001). *İletişimin Dünyasallaşması*, İstanbul:İletişim
- McCombs, M. ve Shaw, D. (1991). "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Agenda Setting* içinde, David L. Protesse ve Maxwell McCombs (ed.), New Jersey, London:Lawrence Erlbaum Associates
- McLuhan, Marshall (1983). "İleti İletişim Aracının Kendisidir", *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar* içinde, Korkmaz Alemdar-Raşit Kaya(ed.), Ankara:Savaş
- McLuhan, Marshall (2001). *Gutenberg Galaksisi*, Çev: Gül Çağlalı Güven, İstanbul:Yapı Kredi
- McQuail, Denis ve Sven Windahl (1993). *İletişim Modelleri*, 1. Baskı, Ankara:İmaj
- McQuail, Denis (1983). "Kitle İletişim Araçlarının Etkileri", *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar* içinde, Korkmaz Alemdar-Raşit Kaya(ed.), Ankara:Savaş

- Milburn, Michael A. (1998). *Sosyal-Psikolojik Açıdan Kamuoyu ve Siyaset*, İstanbul: İmge
- Moore, W.E.(2002). "İşlevselcilik", *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi* içinde, Tom Bottomore ve Robert Nisbet, Ankara:Ayraç
- Moran, Berna (1983). *Edebiyat Kuramları ve Eleştiri*, İstanbul:Cem
- Mutlu, Erol (1998). *İletişim Sözlüğü*, üçüncü basım. Ankara:Ark
- Mutlu, Erol (1991-1992). "Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'de Basın Yayın Eğitimi", *AÜ. BYYO Yıllık 1991-1992*
- Mutlu, Erol (2001). "Kitle İletişim Kuramları Üzerine", *İletişim*, 2001/9 Bahar, s.207-220
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1991). "The Theory of Public Opinion: The Concept of the Spiral of Silence", *Communication Yearbook 14*
- Ogden, R. Mihael (1999). "Catching Up to Our Digital Future? Cyberdemocracy Versus Virtual Mercantilism." *Towards Equity in Global Communication*. R.C. Vincent vd. (der) içinde. New Jersey: Hampton Pres: 103-139
- Olman, Bertell (2008). *Diyalektiğin Dansı*, ikinci basım, İstanbul: Yordam Kitap.
- Oskay, Ünsal (1985). *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*, Ankara: AÜ.BYYO Yayınları
- Özcan, Zafer (1983). *Uluslararası Haberleşme ve Azgelişmiş Ülkeler*. Ankara: Dayanışma
- Özkök, Ertuğrul (1985). *İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü*, Ankara: Tan
- Parsa, Seyide ve Fatoş Parsa (2002). *Gösterebilim Çözümlemeleri*, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi
- Rush, Ramona (1999). "Theories and Research to Live By: Communications and Information in the 21st Century". *Towards Equity in Global Communication*. R.C. Vincent v.d. (der) içinde. New Jersey:Hampton Pres: 67-91.

- Schiller, Herbert (1991). "Not Yet the Post-Imperialist Era", *Critical Studies in Mass Communication* 8(1991), 13-28
- Schramm, Wilbur (1957). *Responsibility in Mass Communication*. New York: Harper and Row.
- Schramm, Wilbur (1985). "Haberleşme Nasıl İşler", *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*, Ünsal Oskay, Ankara:AÜ. BYYO Yayınları
- Sencer, Muzaffer (1989). *Toplumbilimlerinde Yöntem*, 3. baskı, İstanbul: Beta
- Severin, W.J ve J.W. Tankard (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları*, Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Schudson, Micheal (1999) "Popüler Kültürün Yeni Gerçekliği, Akademik Bilinç ve Duyarlılık" *Popüler Kültür ve İktidar*. Nazife Güngör (der.) içinde. Ankara: Vadi:168-201.
- Sokal, Alan ve Jean Bricmont (2002). *Son Moda Saçmalar: Postmodern Aydınların Bilimi Kötüye Kullanmaları*, İstanbul: İletişim
- Swingewood, Alan (1998). *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Swingewood, Alan (1996). *Kitle Kültürü Efsanesi*, Ankara: Bilim ve Sanat
- Taylor, Steve (1999) (ed.). *Sociology: Issues and Debates*, Macmillan
- Tehrani, Majid (1999). "Where is the New World Order? At the End of History or a Clash of Civilizations?". *Towards Equity in Global Communication*. R.C. Vincent v.d. (der) içinde. New Jersey: Hampton Pres: 23-65
- Tekinalp, Şermin (2002). "İletişim Araştırmalarında İdeoloji ve Küreselleşme: Eleştirel Bir Bakış", *KİLAD* sayı: 1, 9-32
- Tekinalp, Şermin (2003). *Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve televizyon*. İstanbul: Der.

- Timur, Taner (2000). *Küreselleşme ve Demokrasi Krizi*, 2. Baskı, Ankara:İmge
- Tokgöz, Oya (1987). *Temel Gazetecilik*, Ankara:AÜ. BYYO Yayınları
- Tomlinson, John (1999). *Kültürel Emperyalizm* (çev. Ç. Zeybekoğlu), İstanbul: Ayrıntı
- Tolan, Barlas ve V. Batmaz, G. İsen (1985). *Ben ve Toplum*, Ankara:Teori
- Urry, John (1995). "Örgütlü Kapitalizmin Sonu", *Yeni Zamanlar*, Der. Stuart Hall ve Martin Jacques, İstanbul:Ayrıntı
- Wayne, Mike (2009). *Marksizm ve Medya Araştırmaları*, İstanbul: Yordam Kitap.
- Werner, Anita (2002) "New Generations- New Media. Some Thoughts and Reflections" " *Nordicom Review* 23/1-2, September. *15th Nordic Conference on Media and Communication Research*. Ulla Carlsson (der.) içinde: 57-61.
- Williams, Raymond (1993). *Kültür*, Ankara: İmge
- Yiğit, Yavuz(2000). "İletişimsel Eylem Kuramı. İletişim ve Demokrasi Üzerine", *İletişim*, Kış 2000/8, s.27-51
- Yüksel, Ahmet Haluk(1994). *İkna Edici İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları

PROF. DR. ŞERMİN TEKİNALP

İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümünü bitirdikten sonra, doktorasını Gazetecilik ve Halkla İlişkiler, doçentliğini İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda, İstanbul Üniversitesi'nde tamamladı. 1983 yılında British Council bursu ile Birmingham Üniversitesi'nde ESP (English for Specific Purpose) eğitimi gördü ve iletişim araştırmaları yaptı. 1993-1997 yılları arasında UNESCO'ya bağlı IAMCR (International Association of Mass Communication Research)'in Siyasal İletişim Bölümü Başkan Yardımcılığını yaptı. İstanbul Üniversitesi SBE Avrupa Topluluğu'nun Sosyo-Kültürel Yapısı programını kurdu ve 1991-1998 yılları arasında başkanlığını yürüttü. 1998 yılında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne profesör olarak atandı. 2000-2003 yılları arasında fakültenin dekanlığını ve Radyo-Televizyon Sinema Bölümü Başkanlığını yürüten Tekinalp, 2003-2008 yılları arasında İstanbul Kültür Üniversitesi'nde çalıştı. Daha sonra çeşitli Fakültelerde Dekanlık ve Öğretim Üyesi olarak görev yapan Tekinalp, İstanbul Esenyurt Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesinin öğretim üyesi ve Dekanıdır.

Ulusal ve uluslararası birçok makale ve kitabı bulunan Tekinalp'in başlıca kitapları şunlardır: *Elektronik Kitle İletim ve Değişim, Avrupa Topluluğu'nda Ulusal Kültür ve Televizyon, Camera Obscuradan Synopticona Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon, İletişim Araştırmaları ve Kuramları, Güzel Konuşma Bir Markadır, Aynadaki Türkler.*

PROF. DR. RUHDAN UZUN

Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Bölümünü bitirdi. Yüksek Lisansını Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Bölümü'nde tamamladı. Bir süre gazetecilik yaptıktan sonra, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde *Türkiye'de Spor Basını: 1980-2000* adlı tez çalışmasıyla doktor unvanını aldı. 2001-2005 yılları arasında Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Radyo-TV Sinema Bölümü öğretim üyeliği yaptı. 2005 yılından bu yana Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü öğretim üyesidir. Prof. Dr. Ruhdan Uzun, iletişim kuramları, iletişim etiği, gazetecilik ve habercilik konularında çalışıyor.

ISBN. 978-605-333-312 8



9 786053 333128

BETA

www.betayayincilik.com

