

## **TEMEL KAVRAMLAR VE TARİHSEL BİR ÇERÇEVE**

İletişimle ilgili çalışmalar çok eskilere dayanmasına rağmen kitle iletişimi ile ilgili çalışmalar 19 ve 20. yüzyıllarda başlamıştır.

### **Bilim**

Bilim, insanların amaçlarını, meraklarını besleyen bir olgu olarak insanlığın daha konforlu hayat koşullarına kavuşmasında, doğada hazır olmayanları ve olguları bulmasında, yeni şeyler öğrenmesinde önemli bir etken olmuştur. Evrenin yapısını ve davranışlarını gözlem ve deney aracılığıyla sistematik bir şekilde inceleyen ve yasalar biçiminde açıklamaya çalışan düzenli bilgiler bütününe bilim denir. Bilimin uğraşı ve bilimle uğraşan insandır. İnsan, bilimin hem öznesi hem de nesnesidir. Bilimleri matematik bilimler ve pozitif bilimler şeklinde ikiye ayırmak mümkündür:

**Matematik bilimler:** Gözlenebilir ve nesnel bilimlerdir. Matematik ve mantıktan oluşan bilim türleridir.

**Pozitif bilimler:** Pozitif bilimlerde genellemeler tek tek durumların gözlemi sonucunda oluşturulur. Tümevarım yöntemiyle yani özelden genele ulaşma sürecinde yeni bilgiler üretilmeye çalışılır. Pozitif bilimler kendi içinde 2 grupta incelenebilir:

**Doğa bilimleri (fizik bilimler):** Astronomi, fizik, kimya, biyoloji gibi canlı veya cansız maddeleri ve maddesel değişimleri inceler.

**Sosyal bilimler (insan bilimleri):** Çağdaş tarih, hukuk, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, iktisat, iletişim gibi bilimler insanı, toplumu, doğasını ve ilişkilerini inceler. Kuram Kuram, Yunancada "görmek, bir şeye bakmak" anlamında kullanılan "theoria" kelimesinden türetilmiştir. Deney ve gözlemlerle doğrulanmış, deney verilerinden yola çıkılarak genellenmiş ve bilim çevresinde kabul gören genel açıklamalar olarak tanımlanabilir. Kuramların amacı dünyanın nasıl işlediği hakkında düşünme biçimleri ve yöntemler sunmak aslında dünyayı açıklayabilmektir. Kuram, "neden" sorusuna cevap ararken kavramlar arası ilişkilerin test edilmesine de imkân verir. Olguları açıklamak, anlamak ve yorumlamak, bu olguların neden ve nasıl ortaya çıktığına dair önermelerde bulunmak kuramın amaçlarından. Büyük toplumsal dönüşümleri; ekonomik, politik, kültürel ve ideolojik yapıları ve bu yapılar arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışan Marksizm gibi kuramlar büyük kuramlardır. "Kullanımlar ve Doyumlar" gibi daha küçük kuramlar ise belirli iletişim araçlarının kullanımları ve etkileri gibi daha dar bir alanla sınırlıdır. Model Doğrudan gözlemlenemeyen olguları daha anlaşılır hale getirmek için kullanılan analitik çerçevelerdir. Karmaşık ve kavranması zor olan örüntüler modeller sayesinde daha anlaşılır olmaktadır. Modeller kendi başına açıklayıcı aygıtlar değildir, bir kuramı ortaya koymaya ve onu açıklamaya yardımcı olur. Model, bir olayın yada bir çalışma alanının yapılandırılmasını ve ilişki, süreç ve uygulamaların anlaşılabilir grafik ifadeler aracılığıyla tartışılmasını sağlar. Kuram ve model kavramları aynı anlama gelmemesine rağmen sıklıkla birbiri yerine kullanılmaktadır. Bir kurama dayanılarak modeller öne sürülüp test edilebilir. Her model, bir kurama yada bir görgül araştırmaya dayanmalıdır. Kuram açıklayıcı, model ise tanımlayıcıdır.

### **İLETİŞİMİN DİSİPLİN OLARAK KABUL EDİLİŞİ**

İletişimin kendi kuramlarıyla ayakta duran bir bilim dalı olup olmadığı tartışmaları uzun yıllar yapılmıştır. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu temsilcilerinden Stuart Hall, iletişimi süreçlerden, kurumlardan, toplumsal, ekonomik ve siyasi yapılardan ayrı tutarak tanımlamanın yanlış olduğunu belirtmiştir. İletişim; psikoloji, sosyal psikoloji, sosyoloji, dilbilim, ekonomi, siyaset, felsefe, tarih, gibi birçok disiplinden beslenir. Farklı araştırma ve sorgulama biçimlerinde ekonomiden, sosyolojiden, antropolojiden ya da tarihten esinlenir. Bu nedenle iletişim bilimi disiplinler arası bir yapıdadır.

### **Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi**

Kitlelere yönelik olan iletişim tarzına kitle iletişimi, bu olguyu gerçekleştiren araçlara kitle iletişim araçları (KİA) denir. Kitle iletişim araçlarını kullanarak kitle iletişim ürünü üreten şirket veya kurumlara da kitle iletişimi örgütleri denir. Gazete, dergi, kitap, radyo, televizyon, sinema ve son dönemin en önemli araçlarından internete bağlı olarak ortaya çıkan yeni medya, KİA'nı oluşturmaktadır. Kitle iletişiminin okuyucusu, izleyicisi, alıcısı, tüketicisi kitleyi oluşturur. Kitle iletişiminin gelişim sürecinde aşağıdaki faktörler etkili olmuştur: Kitle iletişimini sağlayan araç-gereç üretimi ve gelişimi, araçların mülkiyet hakları ve yasal düzenlemeler, araçları kullanan örgütler, içerik üretimi, mesleki uygulamalarla ilgili gelişmeler. 2000 li yıllardan itibaren internet tabanlı yayıncılığa geçişler, sosyal medya uygulamalarındaki çeşitlilik ve çok amaçlı kullanımlar, geleneksel

yayıncılığın internet ortamıyla birlikte interaktivite özelliği kazanması gibi birçok etken, kitle iletişim araçlarının kullanımında değişikliklere yol açmıştır.

## **TARİHSEL BİR ÇERÇEVE: DÖNEMLEŞTİRME VE SINIFLANDIRMA**

### **Ana Akım İletişim Kuramları ve Eleştirel Kuramlar Ayrımı**

İletişim araştırmaları alanına genel hatlarıyla bakıldığında ana akım kuramlar ve eleştirel kuramlar olmak üzere iki temel yaklaşım olduğu görülmektedir.

**Ana akım;** ana damar, liberal, geleneksel, çoğulcu gibi pek çok isimle anılmaktadır. İletişim araştırmalarının kökeni tutucu kuramlara dayanır. Tutucu kuramlar pozitivist ve ampirist (deneysel) toplumbilim anlayışına dayanır. Pozitivizm, bilimin dolaysız olarak deneyimlenebilen gözlemlenebilir varlıklarla uğraşabileceğini öne süren bir öğretilerdir. Toplumbilimde pozitivist yaklaşımlar, matematik bilimlerin yöntemlerinin toplumsal bilimlere de uygulanabileceği kabulüne dayanır. Bu anlayışta deneyciliğin amacı ise, nesnel bilgi ve veri toplamak, bu verileri sınıflandırmak, varsayımlar kurmak ve test etmek, bu süreçten önyargıyı ve peşin hükmü kaldırmak, verilerin ve hipotezlerin güvenilirliğini deneyle kanıtlamak ya da reddetmek, toplanan bilgilere dayanarak bilimsel tümevarımı gerçekleştirmektir.

### **Ana Akım İletişim Kuramları**

#### **Erken dönem Amerikan iletişim araştırmaları**

I: Chicago Okulu Chicago Okulu, 20. yüzyılın ilk yarısında yoğun faaliyet göstermiştir. Birinci ve ikinci dünya savaşları arasındaki dönemde ABD’de Chicago şehrini ele alan çalışmalar yapılmıştır. Çünkü Chicago, 19. yüzyılın sonuna doğru hızlı sanayileşmesine bağlı olarak göç almış, büyük bir hızla büyümüş, farklı etnik, din, ırk, kültür ve gelenekten insanları barındıran bir şehir olmuştur. Okulun felsefi kökeni pragmatizmdir. Pragmatizm, inşa edilmekte olan bir dünyanın, kurulmakta olan bir devletin, ortak zemin arayan bir toplumun ürünüdür. Antropoloji, siyaset bilimi, felsefe, sosyoloji gibi farklı akademik disiplinlere ve alanlara açık olmuştur.

#### **Erken dönem Amerikan iletişim araştırmaları**

II: Güçlü etkiler paradigması İletişim alanındaki ilk çalışmalar 1920’lerde ve 1930’larda ABD’de yapılmaya başlanmıştır. Çalışmaların geneli siyaset bilim, radyo, propaganda, kamuoyu olmuştur. Kitle iletişim araçlarının etkileri merkezi problem olarak görülmüş, KİA’ların kitleler üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekilmiştir. Eğitim, propaganda, telekomünikasyon, reklam, kamu ve insan ilişkileri alanlarında verimliliğin nasıl artırılacağı ve etkilerinin nasıl tespit edileceği bu dönemin çalışma alanları olmuştur. Merkezileşmiş ve organize olan kitle iletişim araçları karşısında araçları tüketen kitleler, zayıf, dağıntık, odaklanamayan, galeyana hazır, etkiye açık ve edilgen olarak kabul edilmiştir. 1929 ve 1932 yılları arasında Payne Fund adlı vakfın desteğiyle sinema filmlerinin çocuklar üzerindeki etkilerini üzerine araştırmalar yapılmıştır. 1938 yılında Orson Wells’in “Marslıların İstilasası” adlı oyunundan sonra dinleyicilerin yollara dökülmesi iletişim araştırmalarında önemlidir. 1940 yılında yapılan ABD Başkanlık seçimleri sırasında ABD’de Ohio bölgesinde, Amerikalı araştırmacı Paul Lazarsfeld tarafından ilk kez kullanılan panel tekniği ile radyodan yapılan propaganda konuşmalarının seçmen davranışı üzerindeki etkileri saptanmaya çalışılmıştır. Kitle iletişim araçlarını, izleyici/okuyucu/dinleyicilerin ne sıklıkta, ne kadar süre ve nerelerde izlediği, dinlediği, okuduğu ve kitlelerin aldıkları mesajlar sonucu tutum ve davranışlarındaki etkilenimleri araştırılmıştır. İkinci dünya savaşı sonrası iletişim çalışmalarında etki sorunu: Sınırlı etkilerden güçlü etkilere 2. Dünya Savaşı esnasında Harold Lasswell ve arkadaşları politika ve iletişim ilişkisini açıklayan çalışmalar yapmıştır. 2.Dünya Savaşı’nda Hitler’in radyoyu propaganda amaçlı kullanımı, propaganda mesajlarının çözümlenmesi ile ilgili çalışmaların yapılmasında etken olmuştur. Ana akım iletişim kuramlarında 2.D.S. sonrasındaki çalışmaları kapsayan, güçlü etkiler paradigmasının ardından sınırlı etkilere geçiş olarak tanımlanabilecek olan bu dönemde medya etkisinin abartılması fikri yerine etkisinin yok denecek kadar az sayılması gündeme gelmiştir. Sınırlı etkiler paradigması 1940 ve 1950’li yıllarda Lazarsfeld ve Hovland sınırlı etkiler kuramını geliştiren isimler olmuştur. Sınırlı etkiler paradigmasının medya tüketicilerini pasif değil aktif kabul eder. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının kurucu isimlerinden Elihu Katz, etki araştırmalarının temel sorusu olan “medya insanlara ne yapar” sorusunu ters yüz etmiş, “insanlar medya ile ne yapar” sorusunu sormuştur. Bu yaklaşım, izlerkitleyi aktif kabul etmesi bakımından araştırmalarda bir dönüm noktasıdır. Güçlü etkilere geri dönüş 1950’li yıllardan sonraki araştırmalarda televizyon ön plana çıkmıştır. Çalışmalarda çocuk, gençlik ve kadın olmak üzere etki araştırmaları yoğun olarak yapılmıştır. Farklı sosyo-ekonomik özellikteki izler kitlenin televizyon izleme alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların tutum davranışlara etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Sınırlı etkiler döneminde KİA’nın etkilerinin göz ardı edilmesi yada ihmal edilmesi 1960’lara gelindiğinde medyanın etkilerini güçlü etkiler paradigmasına göre daha kapsamlı tespit etmeye çalışan yeni kuramlar ortaya çıkmıştır. Gündem Belirleme: Kuram “medyanın insanlara ne düşüneceklerini değil, ne hakkında düşünmeleri gerektiğini” belirtmektedir.

**Çerçeveleme Kuramı:** Medyanın, özellikle haberlerin insanlara belli konular hakkında ne şekilde düşünmeleri gerektiğini söylediğini iddia etmektedir.

**Bağımlılık Kuramı:** İzlerkitle- medya-toplum arasındaki karşılıklı ilişkinin anlaşılabilmesi için

değişkenlerin tek tek ve sistematik biçimde incelemek gerektiği iddiasındadır.

**Ekme Kuramı ve Kültürel Göstergeler:** Medya insanların, inanç, tutum ve davranışları üzerinde sadece kısa vadeli değil, uzun vadeli toplumsal gerçekliği algılama biçimlerini şekillendirmektedir. Eleştirel İletişim Kuramları Frankfurt Okulu, Eleştirel Teori, Kültür Endüstrisi 1923 yılında çoğu Frankfurt Üniversitesi'nde çalışan muhalifler, Sosyal Araştırmalar Enstitüsü adını verdikleri kültür ve iletişim sorunlarını merkeze alan bir düşünce okulu kurmuşlardır. 19.yüzyılın egemen paradigması olan pozitivismi aşmaya ve alternatif bir bilimsel yaklaşım sunmaya çalışmıştır. Tarihsel dönemler ve ele aldıkları konular bakımından bu okulun çalışmaları dört grupta incelenebilir. 1923-1933 Carl Grünberg Dönemi 1934-1950 Kuzey Amerika'da Sürgün Dönemi 1950'ler- Frankfurt'a Geri Dönüş 1970'ler- Frankfurt Okulu'nun Son Yıllar İngiliz kültürel çalışmalar 20.yüzyılın ikinci yarısında, 2.Dünya Savaşı sonrası, 1964'te Birmingham Üniversitesi'nde İngiltere'de doğmuştur. Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Palmer Thompson, Stuart Hall bu ekolün önde gelen isimlerindedir. Bu ekolde kültürel alan, toplumsal iktidar ilişkilerinin kurulduğu ve yeniden üretildiği alanlardan biridir. Anlamlandırma, dil ve ideoloji merkezi konumdadır. Marksçı ideoloji kuramından derin bir etkilenme olmasına karşın, ideolojinin karmaşık ve kararsız doğasına dikkat çekilir. İletişimin ekonomi politiği İletişimin ekonomi politiği ele alınan medya yapılarını tarihsel serüveni içinde, yaşanan değişim ve dönüşümleri ele alarak anlamaya çalışır. Değişime neden olanlar ve değişimin aktörlerinin sorgulanması ekonomi politiğin temel konusudur. Kültür alanında şirket egemenliğinin kaydettiği büyüme, kültürel alandaki üretimlerde şirket ve holdingleşmeler, kültürel yaşamdaki çeşitlilik ve demokrasiyle ilişkileri, sahiplik ve mülkiyet yapıları ayrıntılı olarak incelenmeye çalışılır. Bunlar dışında iletişimin, medya içeriğinin ve izlerkitlenin metalaşması ekonomi politiğin önemle irdelediği konulardandır. Teknoloji ve toplumsal dönüşüm İletişim araçlarının toplumsal ilişkilerin biçimlenmesinde kurucu bir rol oynadığı kabul edilir. Innis, medyayı toplumsal dokunun önemli belirleyicisi olarak görür. Marshall McLuhan, "araç, mesajdır" önermesiyle uzun yıllar tartışılan ve tartışılmakta olan kuramcılardan biri olmuştur. McLuhan, teknolojik araçları insan bedeninin bir uzantısı olarak görmüş, medyanın insanları etkilediğini, değiştirdiğini, dokunulmadık alan bırakmadığını ifade eder. Televizyona getirdiği eleştirilerle tanınan Neil Postman, iletişim teknolojilerinin toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşümündeki rolüne vurgu yapar. Fotoğraf ve telgrafla başlayıp televizyonla doruk noktasına ulaşan dönemi "gösteri çağı" olarak adlandırır. Manuel Castells ise bilgi ve iletişim teknolojileri ile gelişim gösteren, ağlarla birbirine bağlı, enformasyon akışına dayalı olan evreyi "enformasyon çağı" olarak nitelendirmektedir. İletişimin değişen yapısına vurgu yaparak, internetle birlikte etkileşime dayalı oluşan iletişim biçimini öz iletişim (mass self-communication) olarak adlandırmaktadır.

### **KİTLE**

Kitle kavramının çıkışına bakıldığında, tarih içinde ve kuramsal yaklaşımlara göre değişen anlamları vardır. Kitle denildiğinde günümüzde sayısı belli olmayan insan çokluğu anlatılmak istenir. Kitle iletişimindeki kitle sayısı bilinmeyen izleyici, okuyucu, seyredici ve kullanıcıdır. Ekonomik anlamda kitle, bilinmeyen sayıdaki tüketicidir. Kültür bazında kitle, kültürü tüketenler ve dolayısıyla tüketimden geçerek üretim için gereksinimi üretenlerdir. Sanayi devrimiyle okuma yazma oranının düşük insan gücünün kırsaldan kente taşınması ile ortaya çıkan “kitle”, ilk olarak niteliksiz ve eğitimsiz olduğu için olumsuz anlam yüklenerek tanımlanmıştır. Temelinde Batı'nın seçkin bireyi için bu ucuz iş gücü cahil, itaatsiz ve vasıfsız kalabalıklar anlamına gelmekteydi. Ancak buna karşılık ilerleyen dönemlerde sosyalist düşüncenin yükselmesiyle birlikte “kitle” sözcüğü işçi sınıfını tanımlamak için kullanılırken ayrıca bu sınıfın toplumsal dönüşümün lokomotifini olarak görülmesinden dolayı, bir güç ve dayanışma anlamı yüklenmiştir.

### **KİTLE TOPLUMU**

Endüstri devrimiyle ortaya çıkan kitle, iş bölümü, uzmanlaşma, meta üretimi, nüfus popülasyonunun kentlerde giderek artması, iletişim araçlarının gelişmesi ve işçi sınıfının haklarının genişletilmesiyle siyasal, ideolojik, ekonomik, bürokratik ve toplumsal sınıfların belirmesine neden olan bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Sanayi devrimiyle koşut olarak başlayan bilimsel ve teknolojik alandaki değişimler, kentsel yerleşme biçimlerinin ve buna bağlı olarak yeni yaşam şekillerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Kitle toplumu üyeleri sadece üreten ve tüketen konumuna indirgenmiş, kendi ürettikleri ürüne yabancı olan kişilerdir. Sadece üretici ve tüketici konumunda olan birey, satın alma eylemi ile hayattan zevk almaktadır. Bu ise ait olunan toplum üyeleri arasındaki ilişkilerin yüzeysel olmasına neden olur.

### **KİTLE KÜLTÜRÜ**

Kitle toplumu ve onun kültürel alandaki karşılığı olarak beliren kitle kültürü, temelde birbirinden ayırt edilemeyen ve birbirini tamamlayan iki kavramdır. Kitle kültürü, kitle toplumunu oluştururken, kitle toplumunda gerçekleşen eylemler veya anlamlar da kitle kültürünü oluşmasını sağlamaktadır. Yani ortaya çıkan kültür, kitlenin kültürünü oluştururken, birbirinden ayrı kişilerin aynı amaç etrafında habersiz şekilde bir araya gelmeleriyle oluşan kalabalık da kitle toplumunu ortaya çıkarır. Kitle toplumunda bireyler farklıymış gibi görünürler, ancak kitle kültürü bireyler arasındaki farkı gözetmeksizin, farkları yok ederek tek bir kültür üzerinden insanları “aynı”laştırır. Bu aynılaştırma ise yine her insanın tüketici konumunda tükettiği nesnelere kendini farklıymış, özelmış, rahatmış gibi hissetmesiyle gerçekleşir. “Sürüye dâhil olma” insanı toplum içerisinde güvende tutarken, bireyin sorgulayıcı aklının önüne geçer.

### **POPÜLER KÜLTÜR**

Popüler kültür, başlangıçta Latince popularis'ten türeyerek, halka ait anlamına gelen hukuki ve siyasal bir terimdir. Ama aynı zamanda aşağı ya da değersiz anlamı da vardır. Sonradan yaygın şekilde tercih edilen ya da çok “beğenilen”i ifade etmek için hesaplı bir çabayı gösterme anlamını da içermektedir. Ancak 19. Yüzyılda tanımında bayağı ve beğeni anlamlarıyla birlikte halk üzerinde güç kırmak isteyenler açısından değil, halk açısından olumlu anlam ihtiva eden bir kavram olarak perspektif değişikliği olmuştur. Popüler kültür en geniş tanımıyla gündelik hayatın kültürüdür ve önemi buradan kaynaklanır. Gündelik hayat yöneten-yönetilen sınıflarını bir araya getirir ve bu sınıflar arasında gündelik hayat içerisinde kültürel ve simgesel pratiklerle iletişim ve etkileşime girerler. Popüler kültür, gündelik ideolojinin yaygınlaşmasına ortam hazırlar. Popüler kültür, bir yandan ideolojik görüşleri yaygın hale getirirken öte yandan bir karşı duruş geliştirebilir.

### **Popüler Kültürün Özellikleri**

- Biçim olarak orta karmaşıklıktadır.
- Aktarımı ya da iletimi, ortam ve teknoloji olarak dolaylıdır.
- Bilinen bir kaynağı ya da yaratıcısı(üreticisi) vardır.
- Kültürel değerleri ve gelenekleri, yeni formüller biçiminde yansıtır.
- Ürün tüketiciye dönüktür.
- Oldukça ucuz fakat parayla elde edilir.

### **HALK KÜLTÜRÜ**

Halk kültürü, kaynağının halka dayandığı, sözlü ve kültürel öğeler barındıran kendi doğal çevresi

içerisinde müdahale söz konusu olmaksızın halkın yaşam biçimlerine ve pratiklerine dayanan kültürdür. Halk kültürü, halka özgü olan, kendi toplumsal alanı içinde ve çevresiyle kurduğu ilişki sonucunda ürettiği, ait olduğu çevrenin ortak tecrübelerinden oluşan kültürdür. Ekonomik kazançtan uzak olduğu için onu yeniden üreten ve paraya dönüştüren profesyoneller yoktur. Her zaman belli yaşamışlıkları içeren halk kültürü, geçmişe dayanan temeller üzerinde yükselir. Halk kültürüne ait pratikler gerçek hayatla tamamen iç içedir. Halk kültürü sadece toplumsal yaşamda birliği, dayanışma işlevlerini yerine getirmekle kalmaz, aynı zamanda yabancılaşmanın önüne geçerek sahip olunan kültürün korunmasını ve devamlılığını sağlar. Halk kültürü, her uygarlığın yaratıcısı olan insanların kimlik ve kişiliğinin temel belirleyicisidir.

### **YÜKSEK KÜLTÜR**

Yüksek kültür, ciddi yazarlar ve sanatçılar tarafından üretilen, iyi eğitilmiş, meslek sahibi veya akademisyenler tarafından azımsanmayacak derecede yaratıcılık taşıyan, estetik ölçülere göre ortaya konulan ve bütün topluma uygun kültürü sağlamayı temele alan kültürdür. Yüksek kültür ürünleri, o kültüre ait olanlar tarafından ve gündelik yaşam pratikleri içinde bir ifade biçimi olarak kullanılır. Yüksek kültür ve kitle kültürü arasındaki tartışmalar on dokuzuncu yüzyılda gelişen burjuva demokrasisi, özgürlük anlayışı ve üretim ilişkilerine bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Yüksek kültür sahibi olarak ifade edilen kesim, kitleleri demokrasi için tehlikeli bulur ve aşağı kültür ürünleri tercih eden zevksiz topluluklar olarak ifade ederler.

### **SANAYİ SONRASI TOPLUM**

Sanayi sonrası toplum, sanayi devrimi sonrasında, iletişim teknolojilerinin hızlı şekilde gelişmesi sonucu “enformasyon”un topluma hâkim olduğu toplumsal bir dönüşümü ifade eder. Bu dönüşüm sanayi öncesi ve sanayi toplumunda insanların geçim kaynağı olan tarım ve fabrikaların yerini sanayi sonrası toplumda hizmet sektörüne bırakmıştır. Sanayi sonrası toplum tanımını yapan düşünürler toplumu, sanayi öncesi toplum, sanayi toplumu ve sanayi sonrası toplum olmak üzere üç başlıkta ele alır. Sanayi öncesi toplum, doğaya insanın henüz fiziksel gücünden başka bir şeyle karşı koyamadığı, geçimin madencilik, orman işçiliğine dayandığı bir toplumu ifade eder. Coğrafi şartlar yaşam koşullarını belirler. Sanayi toplumu ise fabrika ve doğanın gücüne karşı makinelerin geliştirildiği, tekniğin ve aklın üstün olduğu bir varoluşu ifade eder. Uzmanlaşma, iş bölümü, hiyerarşi ve bürokrasi yanı sıra düzenlenmiş bir toplum yaşamından söz etmek olanaklıdır. Sanayi sonrası toplumda ise hizmet sektörü gelişmiştir ve bireyler arası ilişki ön plandadır. Doğanın hâkimiyeti bir önceki dönemde kontrol altına alınmış ve fikir birliği, uzlaşma, ortak karar alma süreçleri toplumda öne çıkmıştır. Temelde birey değil, toplum ön plandadır. Sanayi sonrası toplum, bilginin bir güç haline geldiği ve hizmet sektörünün geliştiği bir toplumsal yapıyı ifade eder.

### **MODERN KAPİTALİZM KÜLTÜRÜ**

Kapitalizm, ekonomik bir sistemin adı olup, özel ve bireysel girişimlerle piyasanın oluşturulduğu ve devlet müdahalesinin sınırlı olduğu bir yapıdır. Aynı zamanda kar elde etmek için mal üretimi ve bu malları satmak için hizmete dayalı iş gücünden elde ettiği birikimi sağlayan bir işleyiş tarzına sahiptir. Oldukça özgür olan bu sistemde bireylerin özel mülkiyet sahibi olma hakları ve bu haklarını diledikleri şekilde tasarruf etmeleri söz konusudur. Endüstri devrimiyle değişime uğrayan toplumda, bir yandan kentleşme, iş bölümü, uzmanlaşma, cinsiyet ve cinsiyete dayalı iş bölümü, yeni toplumsal sınıfların ortaya çıkışı, ulaşım ve iletişim teknolojilerinin hızlı şekilde gelişimi ve teknolojik yeniliklerin hemen kabul görmesi, öte yandan dini görüşlerin zayıflaması ve kurumların etkisini yitirmeye başlaması modern kapitalist toplumların özelliklerini niteler.

### **KİTLE TOPLUMU VE KİTLE KÜLTÜRÜNÜN ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİM ÜZERİNE FARKLI MODERNİST KURAMCILARIN GÖRÜŞLERİ**

Alexis De Tocqueville Amerika’da demokrasinin işleyişini inceleyen Tocqueville, toplumun değişen yapısını ele almıştır. Demokratik Devrim kavramıyla açıklamaya çalıştığı toplumun bu süreçte toprak aristokratları ve yoksul köylüler arasındaki sınıf farkının yavaş yavaş kalkmaya başladığını ve bu devrimin ilerleyişinde eşitlik ilkesine vurgu yapmıştır. Tocqueville’ye göre eşitlik ilkesinin gelişmesi özgürlük ilkesini dahi geri planda bırakmıştır. Karl Marx Marx, felsefi düşüncesini kapitalist sınıfın egemen değerlerini eleştiren bir yapıya dayanarak ortaya koyar. Bunun nedeni ise feodal ve aristokrasinin değişmesine öncülük eden burjuva sınıfının özgürlük, eşitlik, kardeşlik gibi değerlerle ortaya çıkması ancak daha sonra kendi değerlerini topluma yerleştirip tüm insan ilişkilerinin meta kültürüne dayandırarak tüketim odaklı bir yapıya evrilmesidir. Marx, toplumu modern kapitalist sistem üzerinden değerlendirerek neredeyse bütün düşüncelerini “yabancılaşma” kavramı üzerine tesis eder. Friedrich Nietzsche Nietzsche, kitle toplumu için kültürü tehdit edici bir unsur olarak bakar. Çoğunluğun temsili olarak gördüğü kitlenin kültürünü aşağı kültür olarak nitelendirir ve geniş yığın olarak gördüğü bu kitlenin yüksek kültür düzeyine ulaşmasının imkânsız olduğu görüşünü savunur. Nietzsche, kitle toplumunun oluşumunu gelişen işçi sınıfına bağlar ve kitleleşmenin yitip giden değerlerin ve kültürün çökmesinin nedeni olarak görür Oswald Spengler Spengler, Aydınlanma Dönemi’nin getirmesi beklenen olumlu değişimlerin aksi yönde gerçekleşmesiyle içinde bulunulan kültürün iddia edildiği gibi özgürleşme getirmediğini öne sürer. Çünkü sanayileşme sonrasında geleneksel

toplum yapısının çözülmesi sonucu bireyciliğin ve kitle toplumunun ortaya çıkması söz konusudur. Kültürün ilk ortaya çıkışında akılcı yöntem egemen durumdayken uygarlık aşamasına geçildiğinde ortaya çıkan demokrasi kitleleri peşinden sürükleyen ve parası olanın egemenliğine doğru değişime uğrar. Demokrasi ile sorumluluk bilinci aşılama çalışılırken öte yandan basın kitleyi daha az düşünmeye sevk eden bir yapıda varlığını gösterir. Demokraside “gerçek” olgusu basının dönüştürüp, değiştirmesine maruz kalarak istenilen biçimde şekillenir. Ortega Gasset Gasset, modern kapitalist toplumun ortaya çıkışıyla birlikte toplumsal yaşayış tarzıyla ilgili olarak eleştirilerini dile getirerek tek biçimleştirilmiş yaşamların ve geleneksel değerlerin yitirilmesine vurgu yapar. Demokrasi ile vaat edilen tersine insanların ilgisiz ve sorumsuz şekilde hayata bakışlarını değiştirdiği noktada görüşlerini dile getirmiştir.

### **KİTLE TOPLUMU VE KİTLE KÜLTÜRÜ YAKLAŞIMINDAN MEDYAYA/KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINA BAKIŞ**

İletişimin çoğunlukla kitle iletişim araçları ile sağlandığı kitle toplumunda düşünceler, inançlar, kültürel değerler ve tutumlar, nesnelere tüketimi, günlük yaşam alışkanlıkları büyük oranda bu araçlardan yayılan mesajlara göre şekillenir. Kitle toplumun şekillenmesinde önemli role sahip olan ve özellikle 19. Yüzyılda iletişim alanında icat edilen telefon, telgraf vb. gibi kitle iletişim araçları, uzak mesafelere bilgi akışını sağlamasından dolayı bu ağı genişletmiştir. “Hız” faktörünün önemli olduğu iletişim çağında çok kısa zaman diliminde veya anında haber/bilgi akışının sağlanması iletişim araçlarının, kitleler tarafından takip edilmesini cazip hâle getiren önemli bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim araçlarından yayılan mesajlar veya üretilen gerçekler, seyircinin hayal gücünü körelttiği gerekçesiyle eleştirilir. Sinema, televizyon ekranlarından sürekli akan görüntü bombardımanı gerçeğin eleştirisiz olarak kabul edilmesini sağladığı için kitle kültürü ve kitle toplumu sürekli yeniden üretime maruz kalmaktadır. Yapay üretim olarak kitle iletişim araçlarından yansıyan ürünler basmakalıp slogan ve mesajlarla hedef kitleyi tüketmeye yöneltir. Gerçek yaşamdan uzaklaşmak isteyen insanlara böylelikle tüketim kültürü aşılanır ve tüketen insan aynı zamanda satın aldığı ürünlerle toplumda statü kazanır.

**İLETİŞİM ARAŞTIRMALARINDA GÜÇLÜ ETKİLER DÖNEMİ**

Etki odaklı iletişim araştırmaları liberal kuram geleneği içerisinde yürütüldüğü için bu tür araştırmalar anadamar veya ana akım (mainstream) iletişim araştırmaları olarak literatürde bilinegelmiştir. Anadamar iletişim araştırmalarının ilk döneminin yani güçlü etkilerin konu edinildiği bu ünite, iletişim araştırmalarının ortaya çıkışı ve propaganda amaçlı çalışmalar ile bu araştırma ve çalışmalar kapsamında geliştirilen ilk kuram ve modeller üzerinde durulmaktadır. Bu çerçevede, uyarıcı-tepki/sihirli mermi/hipodermik iğne/şırınga modeli ve Lasswell, Shannon ve Weaver, Schramm, Osgood, Dance ile özdeşleşen modeller ele alınmaktadır. İlk iletişim araştırmaları her ne kadar 20. yüzyılın hemen başlarında disiplinlerarası bir yaklaşımla ortaya çıkmış olsa da, kimi kaynaklar 19. yüzyılda yapılan bazı çalışmaları iletişim araştırmalarının en erken dönem örnekleri olarak kabul etmektedirler. “Alexis de Tocqueville’in 1835 yılında kamuoyunun oluşumunda gazetenin rolünü ele aldığı çözümlemeleri, Karl Knies’in telgrafın enformasyon ekonomisi üzerindeki etkilerini ele alan 1857 tarihli kitabı, Delos F. Wilcox’un 1900 yılında ABD’de yayınlanan gazetelerdeki sayfa-yer tahsisi üzerine yaptığı içerik çözümlemesi bu çalışmalardan bazılarıdır”. Erken dönem örnekleri takip eden ve 1900’lerin hemen başında karşılaşılan iletişimle ilgili ilk araştırmalar ağırlıklı ABD’de ortaya çıkmış ve gelişmiştir. İlk araştırmalar, erken dönem örnekler gibi henüz daha iletişim bilimi gelişmediği için çeşitli bilim dallarının iletişim konulu çalışmalarına dayanmıştır. Ağırlıklı siyaset biliminin ilgisinin öne çıktığı ilk dönem araştırmalarda dönemin önemli kitle iletişim araçları olan radyo ve gazete aracılığıyla yürütülen propaganda çalışmaları ile kamuoyunun oluşumu konuları yoğunluk kazanmıştır. Siyaset biliminin ilgisini sosyoloji, psikoloji ve sosyal psikoloji bilimlerinin ilgisi takip ederken, bu alanlardaki araştırmacılar radyo ve gazetenin kitleleri ikna etme ve onlara davranış kazandırma etkilerini dikkate almışlardır. Davranışçı sosyal bilim geleneğinden gelen teorisyenler, kitle iletişim araçlarının etki düzeyini belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmalar bağlamında çeşitli kuram ve modeller geliştirmişlerdir. Etki araştırmalarının ve bu araştırmalara bağlı olarak geliştirilen kuram ve modellerin ilgi alanları şunlar olmuştur: -Kitle iletişimin etkilerini açıklamak, -İnsanların kitle iletişim araçlarını kullanımlarını açıklamak, -Kitle iletişim araçlarından öğrenme süreçlerini açıklamak, -Kitle iletişim araçlarının insanların değer ve görüşlerini şekillendirmedeki rolünü açıklamak. Denis McQuail etki araştırmalarını dört döneme ayırmaktadır: -Birinci dönem – güçlü etkiler, -İkinci dönem – sınırlı etkiler, -Üçüncü dönem – yeniden güçlü etkiler, -Dördüncü dönem – etkinin müzakere edilmesi. Güçlü etkiler dönemi, 1920’lerin başından II. Dünya Savaşı’nın öncesine yani 1940’a kadar ki bir süreci kapsar. Bu dönemde kitle toplumu ve/veya kitle kültüründen hareketle yürütülen araştırmalarda, kitle iletişim araçlarının düşünce, kanaat ve davranışları tek yönlü ve kontrollü bir iletişim süreci olan propaganda yoluyla biçimlendirdiği kabul görmüştür.

**GÜÇLÜ ETKİLER BAĞLAMINDA PROPAGANDA AMAÇLI ÇALIŞMALAR**

20. Yüzyıl denildiğinde akla gelen ilk çağrışımlardan biri Dünya Savaşları ve savaş dolayısıyla da ikna tekniği olarak propaganda olmaktadır. Propaganda denildiğinde ise radyo ve sinemaya özel bir parantez açılması gerekmektedir. Çünkü, propaganda tekniklerinin en gelişkin ve yoğun biçimde kullanımı I. ve II. Dünya Savaşı yıllarına denk gelmiştir. Bu yıllarda gerek radyoda gerekse sinemada yaratılan ‘düşman’ miti üzerinden insanların gönüllü olarak orduya katılımı sağlanmış ve aynı zamanda müttefik ülkeler nezdinde düşman olana karşı kin ve nefret duyguları ekilmiştir. Böylece, düz çizgisel bir iletişim süreci olarak güçlü etkilere sahip olduğu gözlemlenen propaganda araştırmacıların ilgisini çekmiş ve sonraki yıllarda bilhassa sosyal bilimlerin propagandaya yönelik akademik ilgisi giderek artmıştır. Anlaşılacağı üzere anadamar iletişim araştırmaları ve kuramları ile savaş dönemleri ve sonrası propaganda incelemeleri arasında güçlü bir bağ söz konusudur. Zaten, James Carey de kitle iletişim araştırmalarının I. Dünya Savaşı sürecinde savaş ve barış zamanı propagandasının incelenmesi ile ortaya çıktığını söylemektedir. Harold Lasswell, 1927 yılında yayımlanan Dünya Savaşındaki Propaganda Teknikleri (Propaganda Technique in the World War) adlı kitabında ampirik bir yöntemle I. Dünya Savaşı boyunca yürütülen kimi ülkelere ait propaganda süreçlerini çözümlemeye çalışmıştır. Lasswell’in savaş süresince kullanılan propaganda örneklerinden çıkarmış olduğu sonuçları şöyle özetlemek mümkündür: -Modern bir savaş olarak I. Dünya Savaşı artık topyekûn bir savaşa dönüşmüştür. -Savaş sadece askerleri değil kamuoyunu daha doğru bir ifadeyle sivil halkı doğrudan ilgilendiren bir savaş haline gelmiştir. -Savaş propagandası demokratik hükümetler için ciddi bir tehdit oluşturmuştur. -Savaş sırasında yapılan propagandanın güçlü etkileri olmuştur. -Propaganda üç amacı

gerçekleştirmişti; düşmana karşı nefret, dostlara ve tarafsızlara karşı dostluk ve işbirliği, düşmanın moralini bozma. Modern iletişim araştırmaları Lippmann'ın 1922 yılında yayımladığı Kamuoyu (Public Opinion) adlı kitabı ile başlamıştır. Kitabın adı Kamuoyu olmasına rağmen konusu kitle iletişim araçlarıdır. Kapsamlı ve etkileyici bir çalışma olan bu kitapta Lippmann, bireyin kendi düşünce ve kavrayışları ile kitle iletişim araçlarının sunduğu düşünce ve kavrayışlar arasındaki ilişkiyi tartışmıştır. Yüzyılın ikinci yarısına doğru yani II. Dünya Savaşı öncesinde -radyo ve sinemanın da yaygınlaşmasıyla birlikte- yoğunlaşan propaganda teknikleri dolayısıyla akademik ilgi kurumsallık kazanır ve "Propaganda Analiz Enstitüleri" kurulur.

### **GÜÇLÜ ETKİLER BAĞLAMINDA İLK MODELLER**

Güçlü etkiler bağlamında öncelikle uyarıcı-tepki/sihirli mermi/hipodermik iğne/sırınga modelinin geliştirildiği ilk dönem iletişim araştırmalarında, sonrasında Lasswell'in genel iletişim modeli, Shannon ve Weaver'ın matematiksel iletişim modeli, Osgood ve Schramm'ın dairesel iletişim modeli ve Dance'ın sarmal iletişim modeli ile karşılaşmıştır. Uyarıcı-Tepki/Sihirli Mermi/Hipodermik İğne/Sırınga Modeli Sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan kitle toplumunda yıkıcı bir güç olarak görülen kitlenin kontrol altına alınması noktasında, özellikle de 20. yüzyılda hızla gelişen ve çeşitlenen kitle iletişim araçlarının önemli bir etkisinin olabileceği, kitlelerin yönlendirilmesi ve yönlendirilmesi bağlamında bu araçların etki gücünün yüksek olduğu kabul görmüştür. Böylece, kitleleri yönlendirme noktasında kitle iletişim araçlarının gücü dikkate alınarak geliştirilen ilk model uyarıcı-tepki/sihirli mermi/hipodermik iğne olmuştur. Düz çizgisel iletişim modellerinin temelini oluşturan uyarıcı-tepki modeline göre, birey -gerek yüz yüze gerekse kitle iletişim süreçlerinde- kendisine gelen her bir uyarıcıya mutlak anlamda bir tepki vermektedir. İletişimin doğrusal bir süreç olarak işlediği bu modelde, birbirinden yalıtılan kaynak, ileti ve alıcı arasında basit bir nedensellik ilişkisi kurulur. Böylece, kaynak tarafından gönderilen ileti mutlak anlamda alıcıda istenilen etkiyi yaratır. Kuramsal çerçevesi Lasswell'e ait olduğu iddia edilen ve propaganda tekniğiyle yakından ilişkili olan bu model, siyasal iletişim, propaganda ve psikolojik harp süreçlerinde yoğunlukla kullanılır. Lasswell'in Genel İletişim Modeli Propaganda ve siyasal iletişime olan ilgisiyle bilinen Lasswell'in, 1948 yılında yazdığı bir makalede "kim, kime, hangi kanal ve nasıl bir etki ile ne söylüyor?" şeklinde formüle ettiği soru cümlesi iletişim süreçlerine bakışını belirlemiştir. Modele dönüştürüldüğünde "genel iletişim modeli" olarak anılmakta ve beş aşamadan oluşmaktadır: kaynak, ileti, araç, alıcı, etki. Genel iletişim modelinde, ilk dönem iletişim araştırmalarının ve modellerinin tipik bir özelliği bariz bir biçimde görülmektedir. Buna göre, kaynağın alıcıyı etkilemek amacıyla olduğu daha baştan kabul edilir ve dolayısıyla iletişimin tamamıyla iknaya yönelik bir süreç olduğu varsayılır. Lasswell, ortaya koyduğu bu modelde etki konusunu temel unsur olarak ele alır. Etki, izleyicide iletişim sürecindeki öğeler tarafından oluşturulan, gözlenebilir ve ölçülebilir değişim olarak tanımlanır. Modele göre iletişim, "birlikte yapılan" karşılıklı bir faaliyet değil, düz çizgisel bir işleyiş içerisinde "birinin bir başkasına yaptığı" bir şey olarak görülür. Shannon ve Weaver'ın Matematiksel İletişim Modeli Özel bir telefon şirketinde araştırmacı olarak çalışan Shannon ve Weaver tarafından 1949 yılında geliştirilen bu model, düz çizgisel modeller içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü bu modelde, kaynak ve alıcı arasında sorunsuz işlediği varsayılan ileti alışveriş sürecine ilk defa gürültü ögesi dâhil edilmektedir. Bu modele göre, iletişim sürecinde yerine getirilmesi gereken beş işlev bulunmaktadır. Öncelikli işlev olarak enformasyon kaynağı iletilecek gönderi veya gönderiler zincirini üretir. İkinci işlev olarak bu gönderi teknik bir aygıt olan verici tarafından bir sinyale dönüştürülür ve bu sinyal alıcıya yönelen kanala uygun hale getirilir. Ardından yine bir teknik aygıt olan alıcı vericinin işlevinin tersine sinyali gönderi olarak tekrardan oluşturur. Alınan sinyalden oluşturduğu gönderiyi alıcının hedefe ulaştırması son işlev olarak gerçekleşir. Teorisyenlere göre bu süreçte kaynağın iletildiği gönderi ile hedefin aldığı gönderi arasında bir farkın oluşmasına neden olan işlev ise gürültü faktörüdür. Shannon ve Weaver, etkili bir iletişimin gerçekleşmesinin önündeki engel olarak gördükleri gürültü unsurunu açıklarken bilgi-yitimi (entropy) ve artık-bilgi (redundancy) arasında kurulması gereken dengeye dikkat çekerler. İletinin anlamsal boyutu yerine miktarı üzerine odaklanan, diğer bir ifadeyle, ne söylendiğiyle değil de ne kadar söylendiğiyle ilgilenen matematiksel iletişim modeli, -daha önceki diğer modeller gibi- düz çizgisel ve geribildirim unsurundan yoksun olduğu için eleştirilmiştir. Osgood ve Schramm'ın Dairesel İletişim Modeli Dairesel iletişim modeli, Osgood tarafından geliştirilmiş ve Schramm tarafından 1954 yılında tamamlanmıştır. Şu ana kadar ele aldığımız modeller tek yönlü yani düz çizgisel olmalarına rağmen, Osgood-Schramm modeli iki yönlü olup tamamıyla dairesel ya da diğer bir ifadeyle döngüseldir. Dolayısıyla bu model iletişim süreçlerine yönelik geleneksel bakış açısının değiştiğini ve özellikle kişilerarası iletişim süreci bağlamında yeni bir anlayışın ortaya çıktığını işaret etmektedir. Çünkü dairesel iletişim modelinde ilgi, aracı işlev gören kanal yerine ilk defa iletişim sürecindeki aktörlerin davranışları üzerinde yoğunlaşmıştır. Kısaca süreç, kaynak ve alıcının rollerinin sürekli olarak değiştiği karşılıklı bir mesaj alışverişine dönüşmüştür. Dance'ın Sarmal İletişim Modeli Dance tarafından ortaya konulan sarmal iletişim modeli, Osgood ve Schramm'ın dairesel iletişim modelinin geliştirilmiş bir versiyonu olarak görülmektedir. Dairesel iletişim modelinin çıkmazları olduğunu iddia eden Dance'a göre, iletişimin başladığı noktaya tam bir daire oluşturarak geri döneceği beklentisi

son derece yanlıştır. Dolayısıyla, sarmal iletişim modeli dairesel iletişim modelinin yetersiz kaldığı bu durumu açıklamaktadır. Bu modelde, iletişim sürecinin ileriye yönelik hareket ettiğine ve bu nedenle iletilenin daha sonraki iletişimin yapısını ve içeriğini etkileyeceğine dikkat çekilmektedir. Modelin diğer modellere göre en önemli özelliği ise, iletişimde bulunan bireyleri pasif değil tam aksine aktif, yaratıcı ve enformasyon depo edebilir görmesidir.

### **ANADAMAR İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI II: SINIRLI ETKİLER**

Kitle iletişim sürecinde etkiler, iletişim araştırmalarında üzerinde çalışılan ve tartışılan önemli konulardan biridir. Medyanın toplumdaki önemine ve etkisine yönelik pek çok etki araştırması yapılmıştır. 1930'ların sonlarına kadar kitle iletişim araçlarının etkileri; toplum içinde insanların daha çok inanç ve düşüncelerini şekillendirme, yaşam alışkanlıklarını, aktif olmalarını, davranışlarını değiştirmelerini ve politik sistemi etkileme açısından karşı konulmasına karşın güçlü etkilere sahip olduğu şeklindedir. 1940'ların başından, 1960'ların başlarına dek uzanan sınırlı etkiler dönemi olarak adlandırılan bu ikinci dönemde ise daha çok deneysel yöntemlerin uygulandığı görülmektedir. 1960'lardan sonraki dönemlerde ise yeniden medyanın etkisinin fazlalığı yönündeki görüşlere geri dönülerek güçlü etkiler ağırlık kazanmıştır.

#### **ANADAMAR VE SINIRLI ETKİLER KURAMI ÜZERİNE GENEL BİR ÇERÇEVE**

Anadamar iletişim kuramları; tutucu kuramlar olarak da adlandırılan var olan sistemin onarılması, yapılandırılması ve devam ettirilmesi genel felsefesine dayanan düşünceler içeren kuramlar olarak tanımlanabilir. Olguculuk olarak tanımlanan pozitivismi ve ampirizmi yani deneyciliği, temel alan araştırma alanı olarak kullanan bu kuramlar içinde yer alan sınırlı etkiler kuramı (limited effects), 1930'lu yılların sonlarında başlayıp, 1960'lara kadar süren, aracı etkenler ya da araya giren değişkenlerin birleşmesiyle oluşan etkileri içeren kuramsal bir yaklaşımdır. 1940'lı ve 1950'li yıllar boyunca sınırlı etki kuramını geliştiren ve buna yönelik uygulamalar yapan isimlerin başında Paul Felix Lazarsfeld (1901-1976) ve Carl Hovland (1912-1961) gelmiştir. Her iki kuramcı da medyanın etkisinin ancak bilimsel ve ampirik yani deneysel yöntemlerle anlaşılabilceğini iddia edip ve bunu başarabilmek için nesnel ampirik araştırma tasarımları uygulamışlardır. (Burak Özçetin) Ayrıca sınırlı etkilere yönelik çalışmalar yapan Lazarsfeld'in öğrencisi Joseph T. Klapper'in (1917-1984) in kitle iletişim üzerindeki çalışmaları da konu açısından önem arz etmektedir.

#### **LAZARSFELD VE İKİ AŞAMALI AKIŞ KURAMI**

Sınırlı etkiler kuramı içinde davranışsal bilimlerde etkili olan kuramlardan ilki ve en çok bilineni "iki aşamalı akış kuramı" dır. Bu ilk inceleme, Paul Felix Lazarsfeld ve arkadaşları Bernard Berelson ve Hazel Gaudet tarafından Halkın Seçimi (The People's Choice) adlı çalışmayla gerçekleştirilmiştir.

İkincisi 1955'te yayınlanan Lazarsfeld ve Elihu Katz'ın ortak yapıtı olan

**Kişisel Etki:** Halkın Kitle İletişimin Akışında Oynadığı Rol (Personel Infulence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication) adlı çalışmadır. Üçüncüsü ise Coleman, Katz ve Menzel'in 1957 yılında yayınladıkları Yeniliğin Doktorlar Arasında Yayılması (The Diffusion of an Innovation Among Physicians) sınırlı etkilere örnek araştırmalardır. Halkın Seçimi Araştırması Sınırlı etkiler içerisinde iki aşamalı akış kuramı olarak daha çok bilinen Halkın Seçimi araştırmasını konu açısından daha yakından tanımak gerekir. 1944'te yayınlanan bu çalışmada 1940'lardaki ABD'deki başkanlık seçimleri ele alınmıştır. Ohio'da Erie County'li 600 seçmen üzerinde medyanın etkisini ölçülmeye çalışılmıştır. Seçmenlerin oy verme tercihlerini etkilemek için, kitle iletişim araçlarının nasıl bir gücünün olduğunu ortaya koymayı hedef alan bu ilk araştırmanın sonucunda Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet, bireysel ilişkilerin kişilerin oy verme kararlarını etkilemede, kitle iletişim araçlarına göre daha etkili olduğu sonucuna varmışlardır ve bu araştırma sonucunda "İki Aşamalı Akış Kuramı" geliştirilmiştir. Fakat Halkın Seçimi'nde bu bulgular aslında yeterince sınıp incelenememiştir.

Bunun en önemli sebebi araştırmanın kanaat önderleri değişkenini hesaba katarak tasarlanmamış olduğu söylenebilir. **Kişisel Etki:** Halkın Kitle İletişimin Akışında Oynadığı Rol Sınırlı etkilere yönelik olarak yapılan ikinci çalışma, 1955'te yayınlanan Lazarsfeld ve Elihu Katz'ın ortak yapıtı olan **Kişisel Etki:** Halkın Kitle İletişimin Akışında Oynadığı Rol (Personel Infulence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication) adlı çalışmadır. Ancak bu çalışma on yıl önce yapılmış anketleri değerlendirmiştir. Bu çalışmada moda ve eğlence tüketicilerinin davranışları ve özellikle de film seçimi konusundaki fikirlerini incelemek söz konusu olmuştur. Illinois'nin 60.000 nüfuslu bir kentinde olan Decatur'da 800 kadın üzerinde yapılan bu çalışmada kişisel karar verme süreci incelenmiştir. Önceki incelemede olduğu gibi "birincil grubun" önemini yeniden bulunan bu araştırmada bu durum, iletişim akışını "kanaat önderlerinin" rolünün kesin biçimde ortaya çıktığı iki aşamalı bir süreç gibi kavramalarını sağlar. Yeniliğin Doktorlar Arasında Yayılması Katz ve Lazarsfeld; Decatur'da pazarlama, moda, sinemaya gitme ve kamusal meseleler konusunu ele alan çalışmalar yapmışlardır. Yine Coleman, Katz ve Menzel'in 1957 yılında yayınladıkları Yeniliğin

Doktorlar Arasında Yayılması (The Diffusion of an Innovation Among Physicians) adlı çalışmalarıyla yeni ilaçların doktorlar arasında yayılması üzerine bir araştırma yaptılar. Çalışma yeni bir ilacın doktorlar tarafından nasıl ve ne kadar hızla benimsendiği üzerine kurulmuştur. Dört ayrı eyaletten 216 doktorla anket yapılan çalışmada doktorların beyanları ile eczanelerde toplanan reçeteler karşılaştırılmıştır. Araştırmanın temel bulgusu, yerel tıp toplulukları ile ve diğer meslektaşlarla sürekli temas halinde olan doktorların yenilikleri daha hızlı benimsedikleridir. Doktorlara yeni ilaçtan nasıl haberdar oldukları sorulduğunda %57'si ilaç şirketi temsilcisinden, %18'i eczanelerden, %7'si mesleki dergilerden, %7'si ise diğer doktorlardan haber aldıklarını ifade etmişlerdir. Bir doktor ilacı yazmadan evvel saygı duyduğu ve görüşlerine yer verdiği bir meslektaşına danışmaktaydı. Doktorların neredeyse %90'ı şirketlerin ya da dergilerin verdiği bilgilerden daha farklı bir kaynağa ihtiyaç duymaktaydı. Kanaat Önderi ve Eşik Bekçisi Arasındaki Fark Lazarsfeld'in kullandığı iki aşamalı akış modelinde ilk aşamadaki bilgi, iletişim araçlarından kitle iletişime daha sık ve sürekli katılan, görece daha bilgili bireylere ulaşmaktadır. İkinci aşamada ise daha çok kişiler arası iletişim kanalları devreye girmekte ve bilgi bu kişilerden, iletişim araçlarını daha az ve daha dolaylı kullanan, ayrıca bu bilgiler için başkalarına bağımlı olan bireylere aktarılmaktadır. Modelde ilk aşamadaki bilginin gittiği kişi olan kanaat önderi, bu dönemde en önemli ve başat rol oynayan grup üyesi olarak görülmektedir. Eşik bekçisi ya da bazen kullanıldığı biçimiyle kapı tutucu terimi ise bir mesajın kitle iletişim araçlarından bireysel dinleyici ya da izleyiciye geçerken bu mesaja bazı konularda müdahale edenleri anlatan bir kavramdır. Katz ve Berelson, eşik bekçisi ve kanaat önderlerinin birbirlerinden farklı kavramlar olduğunu belirtirler. Eşik bekçileri, kitle iletişimde gönderici araçtan önce, kanaat önderleri ise alıcı araçtan sonra yer alan bireylerdir. Fakat her ikisinin de etkinin sağlanmasında hem seçici, hem de yorumcu rolü bulunmaktadır. Aralarındaki fark ise, iletişim sürecinde buldukları yerde, yani sahip oldukları farklı güçlerde ortaya çıkmaktadır.

### **HOVLAND VE İKNANIN YAPISI**

ABD'li psikolog Carl Iver Hovland, Yale Üniversitesi'nde psikoloji profesörü olarak çalışmış, Arthur A. Lumsdaine ve Fred D. Sheffield ile birlikte haberleşme psikolojisi ve ikna üzerine çalışmalar yapmıştır. Hovland ve arkadaşları Amerikan ordusu içinde yer alan Savaş Enformasyon Dairesinin talebi ile kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yaptıkları bir çalışmanın sonucu olarak o güne kadar genel kabul gören birçok iddianın sorgulanmasına yol açmıştır. 1945'de II. Dünya Savaşının sonlarına doğru ordudaki erlerin savaşın bittiği ve barışın geldiği yönündeki iyimserliğin yol açtığı gevşemenin nasıl aşılabileceğini düşünen Amerikan ordusu, Hovland'dan konuyla ilgili en etkili ve ikna edici iletişim biçiminin ne olduğuna yönelik bir çalışma yapmasını istemiştir. Buna yönelik olarak Hovland, askerlerin denek olduğu ve araştırıldıklarından haberlerinin olmayacağı bir deney tasarlar. Deneyin amacı; tartışmalı bir konu hakkında sadece tek yanlı bir sunum yapan bir iletişim mi; yoksa konunun farklı taraflarını ele alan bir iletişim mi daha çok etkilidir? Bu soruyu cevaplayabilmek için "Tek yanlı" ve "Her iki yanlı" olmak üzere iki farklı radyo programı hazırlanır ve deneklerin 214 kişilik bir kısmına tek yanlı, yine aynı sayıda 214 kişilik bir kısmına ise her iki yanlı program dinletilir. 197 kişiden oluşan kontrol grubuna ise bu yayınlar dinletirilmez. Radyo programlarından tek yanlı olanı sadece bir görüşe yer verir. Bu görüş, 15 dakika boyunca ayrıntılı olarak aktarılan savaşın beklenenden uzun süreceği görüşüdür. Diğer radyo programı ise bu programa dört dakikalık bir ekleme yapılarak oluşturulan 19 dakikalık bir programdır. Bu program, diğer programı tamamen içermektedir. Buna ek olarak dört dakikada savaşın beklendiği kadar uzun sürmeyeceği görüşü eklenir. Burada önemli olan nokta ikinci programın karşıt görüşe yer vermesi bakımından tek yanlı değil, iki yanlı bir sunum gerçekleştirmiş olmasıdır. Çalışmanın en çarpıcı sonucu ise her iki programın da bir bütün olarak grup üzerindeki toplam etkileri, grubun başlangıç kanaatine bağlı olmasıdır. Kaynak Güvenilirliği Hovland ve Weiss, kaynak güvenilirliğinin iletişimin etkinliği üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Aynı materyalleri 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.

### **KLAPPER VE KİTLE İLETİŞİMİNİN ETKİLERİ**

Joseph T. Klapper, 1960'ta kaleme aldığı Kitle İletişiminin Etkileri adlı çalışmasında kitle iletişiminin etkilerinin sınırlı olduğunu; kitle iletişim araçlarının tek başına izleyici üzerinde etkiler yaratamayacağını; bundan daha ziyade diğer unsurlar arasında bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Genellikle de kitle iletişim araçlarının mevcut durumları pekiştirme ve dönüşümden ziyade, değiştirme işlevini gördüğünü iddia etmiştir. Klapper, kitle iletişim araçlarının daha önceden zannedildiği kadar güçlü ya da etkili olmadığını şu şekilde açıklar: "İknaya yönelik kitle iletişiminin tutum yaratmak, mevcut durumları güçlendirmek veya değiştirmek ve tutum değişikliğine yol açmak gibi amaçlarının olduğunu gözlemledik. Araştırmalar sağlam bir şekilde göstermektedir ki, bu türden kitle iletişim tutumları değiştirmekten ziyade mevcut tutumları pekiştirmeye ve dönüştürmekten ziyade değiştirmeye yaramaktadır."

### **SINIRLI ETKİLERE YÖNELİK ELEŞTİRİLER**

Todd Gitlin 1978 yılında yayınladığı Medya Sosyolojisi: Egemen Paradigma adlı eserinde Lazarsfeld

ve arkadaşlarının iki aşamalı akış kuramını ciddi olarak eleştirir. Bilimsel açıklamalardan daha çok özel sektör ve devletin üst kademelerinde çalışan yöneticiler için izleyici tepkileri ve tüketici davranışları hakkında tahmine dayalı kuramlar üretmeyi hedefliyordu. Diğer bir eleştiri sınırlı etki paradigması medyanın ve propaganda faaliyetinin kişilerin tutum ve davranışlarında değişikliğe yol açıp açmadığına odaklanmıştır. Burada önemli olan şey herhangi bir tutum ve davranış değişikliğinin olmaması, medyanın etkisiz olduğu anlamına mı gelir? Diğer bir eleştiri ise iki aşamalı akış kuramı eksik ve yanlış bir güç ve iktidar anlayışından hareket etmektedir. Örneğin Lazarsfeld medya içeriğinin kurumsal kökenleri, medyanın yapısal özellikleri ve medyanın sahiplik yapısıyla ilgilenmemiştir. Bu gelenek için iktidar ve güç serbestçe dolaşan ve eşitlik durumundaki bir piyasa malıymış gibi ele alınır. Hovland'ın araştırmasında orduya yeni kaydolanlara özel olarak hazırlanmış oryantasyon filmlerinin ikna edicilik gücü araştırılmıştır. Yeni enformasyonun hangi ölçüde tutumları değiştirdiği incelenmiştir. Savaşın sonra, bu araştırma grubunun mensupları yeni değişkenleri kullanmak ve önceden kullanılanları daha da geliştirmek suretiyle bu araştırmaları sürdürdüler. Ama basitleştirilmiş laboratuvar durumunda elde edilen etkililiğin, gerçek yaşamda karşılaşılan daha karmaşık durumlar için her zaman geçerli olmadığı görülmüştür.

**ANADAMAR İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI III: GÜÇLÜ ETKİLERE GERİ DÖNÜŞ**

Medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkilerine yoğunlaşan ana akım iletişim araştırmalarının odak noktası, bu etkinin derecesi olmuştur. Medyanın toplum üzerindeki etkilerine ilişkin olarak yapılan araştırmalar üç farklı dönemde incelenir. Bu dönemler içinde güçlü etkilere geri dönüş dönemi birçok kuramla iletişim araçlarının etkilerini anlamaya ve anlamlandırmaya çalışmıştır. Yapılan birçok araştırma bazen birbirini destekleyen kuramsal açıklamalar yaparken bazen de önceki kuramı eleştirmiş, eksik gördüğü yanlarını tamamlamaya gitmiştir. Farklı zamanlarda ve süreçlerde ortaya çıkan bu kuramların tümü medyayı ve onun güçlü etkisini incelemiştir. Ortaya atılan hipotezlerin uzun ya da kısa vadede izlerkitleye olan etkisi ve geçerlilik düzeyi farklı olurken, her kuram kitle iletişim araçlarının bir başka etkisinin altını çizmiştir. Bu anlamda bütün kuramların ortak noktası, kitle iletişim araçlarının bireyler ve toplum üzerinde çok güçlü etkileri olduğudur. Güçlü Etkilere Geri Dönüş Dönemi Medyanın toplum üzerindeki etkilerine ilişkin olarak yapılan araştırmalar güçlü etkiler, sınırlı etkiler ve güçlü etkilere geri dönüş paradigması olarak üç dönemde incelenir. 1960'lı yıllardan itibaren kitle iletişim araçlarının doğrudan ve kısa vadeli etkileri olduğu görüşü yerini dolaylı ve uzun vadeli etkiler anlayışına bırakmaya başlamasıyla, araştırmaların odak noktasını tutum kavramı oluşturdu. Güçlü etkiler döneminin bilimsel dayanaklar üzerine yoğunlaştığı görülmekle beraber, sadece doğrudan ve kısa vadeli etkiler yerini düşünce ve değer yargılarında zaman içerisinde bir takım değişimlere neden olan dolaylı ve uzun vadeli etkilere bırakmıştır. Bu dönemde artık yadsınamaz bir şekilde büyüyen, yaygınlaşan ve çeşitlenen kitle iletişim araçlarının etkilerini yok saymak imkânsız hale gelmiştir. Kültürel Göstergeler ve Ekme- Yetiştirme Kuramı George Gerbner ve arkadaşları tarafından 1960 yılında geliştirildi. Televizyonun eğilimleri, tercihleri ekmeğe etkin olduğu varsayımından hareket ederek, iletişimsel eylemin genelleşmiş imajların istikrarlı yapılarını besleyen mesaj sistemlerinin üretimi ve algılanması olarak tanımladılar. Gerbner, televizyonda yaratılan şiddetin miktarını içerik analizi yöntemi kullanarak saptamaya çalışırken, televizyonun izleyicilerin gündelik yaşamlarındaki düşüncelerini nasıl ve ne kadar etkilediğini araştırdı. Televizyon izlemek doğrudan şiddet davranışına sebep olmaksızın dünyadaki şiddet hakkında insan zihnini biçimlendirebilir. Gerbner medyanın bir kültürde var olan egemen değer ve tutumları ektiğini öne sürer. Ekme kuramının asıl sorunsalı televizyonu izleme süresinin artmasının gerçekliğin televizyon versiyonuna inanma oranının artırıp artırmadığının cevabını bulabilmektir. Gerbner bu aşamada kişilerin televizyondan aldıkları iletiler doğrultusunda hemen bir tutum değişikliğine gitmelerini beklemeyiz. Ekilen iletilerin zaman içerisinde insanların tutum, tavır ve davranışları üzerinde etkili olmaya başlamasını filizlenme benzetmesiyle açıklar. Ekme kuramı televizyonu, gerçekliği yansıtan bir araçtan ziyade kendine has bambaşka bir kültürel bağlantı aracı olarak görülür. Gündem Belirleme Kuramı İnsanlar medyanın ilgilendiklerini bilmek ve öncelik verdiklerini kabul etmek eğilimi gösterirler. Gündem belirleme kuramı, kitle iletişim araçlarının toplumun gündemini belirlemedeki etkisi üzerinde durur. Bu etkilerin en önemlilerinden biriside siyasi iktidarların toplumun ilgisini kendi yaptıklarından uzaklaştırmak için oluşturmaya çalıştıkları suni gündemlerdir. Bu gibi durumlarda hızlı ve ilgi çekici bir konunun kitlelere ivedilikle aktarılması gerekir. Ancak özellikle seçim dönemlerinde ilginin hep aynı noktada tutulması amacıyla zamana yayılmış ve süreklilik arz eden bir etkiden faydalanmak arzusuna girişirler. Her televizyon, gazete ve derginin gündemi kendi seçtikleri, önem ve öncelikleri doğrultusundaki enformasyondan oluşur ki buna “araç gündemi” denir. Bernard Cohen gündem belirleme kuramını “Medya insanlara ne düşüneceklerini değil, ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söyler” önermesiyle açıklar. Kuramı Lang ve Lang şu şekilde formüle eder; Medya dikkatleri belirli konulara yöneltir. Siyasi figürlerin imajlarını inşa eder. İnsanların ne hakkında düşünmesi, bilgilenmesi ve hislenmesi gerektiğini öneren konuları öne sürer. (Lang.-Lang, 1981,337). İnsanlar bilgi almak için medyaya başvursalar da bu araçların önceliği kişilerin önceliğinden farklıdır. Kitle iletişim araçları kendi öncelikli konularını, kendi avantajları doğrultusunda sunmayı tercih ederler. Toplumdaki güç odakları toplumun ne düşünmesini istiyorsa medya gündemini de ona göre şekillendirirler. Halkın istekleri, beklentileri göz önüne alınmadan halkın neyi konuşması, gündemine alması isteniyorsa onun gündem olması sağlanır. Ya da toplum yapay gündemlerle meşgul edilir. Modelde etkinin hemen ortaya çıkması ya da zamana yayılmasının bir önemi yoktur. Çünkü kitle iletişim araçları her durumda toplumda etki oluşturmaktadır. Gündem belirleme modelinden doğan iki farklı çalışma alanını “ikinci aşama gündem belirleme” ve “öne çıkartma” oluşturmaktadır. İkinci

aşama gündem belirlemede medyanın ne düşünmemiz gerektiğini belirlemesinin yanında nasıl düşünmemiz gerektiğini de belirlediği görülür. Öne çıkartmada ise, medyanın politik meseleleri değerlendirirken belli ölçütleri ve kriterleri bilinçli olarak öne çıkarttığı görülür Rogers ve Dearing'in, gündem koyma ve saptama süreçleriyse;

- Kitle iletişim araçları gündemi,
- Kamu gündemi,
- Siyasa gündemi,

Rogers ve Dearing'in modeli, farklı etki ve geribesleme şekillerini temsil etmesinin yanı sıra önemli olaylarda kitle iletişim araçlarının, kamunun ve siyasa oluşturuçuların aynı çerçeve içinde hepsinin kişisel ilişkiler ağı tarafından birleştirilerek kişisel deneyimlerinde buna eklendiğini gösteren bir modeldir. Eşik Bekçiliği Kuramı White tarafından geliştirilen kuramda, haber üretim sürecinin ilk aşamasında karar alan, medya mesajlarını belirleyen, neyin haber olup olmayacağına karar veren kişilere, kurum ve süreçlere "Eşik Bekçileri" denilmektedir. Bu kişiler haber kanalının eşliğinde yer alarak eşığı aşıp, kanal aracılığıyla izleyiciye ulaşacak olan haberlerden seçim yaparlar. Eşik bekçileri verilecek haberin sırasını, süresini, sıklığını belirlemenin yanı sıra çalıştıkları kurumun ve dolayısıyla toplumun gündemini belirlemeye katkı sağlayan haber editörleridir. Modelin temel öncülü bazı şeylerin seçilip bazılarının elenmesidir. Haber süreci öznel ve eşik bekçilerinin kişisel değer yargılarına dayanmakla beraber kurumsal işleyişin dayattığı mekanik rutine dayanır. Bu yorumdan yola çıkarak yayın yönetmeninin süreçten tek başına sorumlu olmadığı söylenebilir. Kurumun politikaları ve sorumlu olduğu diğer kişilerle ortak bir karar üretir. Medya kuruluşları aynı zamanda bir ticari oluşum ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren yapılar veya bunların bir parçası oldukları için birde medyanın reklama ve reklam verenlere bağımlılığı vardır.

### **Suskunluk Sarmalı Kuramı**

Neumann tarafından, psikolojik temelde bir felsefe ile kitle iletişimi etkisini konu alan, kamuoyunu anlamaya yönelik olarak geliştirilen bir kuramdır. Kuram politik alanda oy verme davranışı ile kamuoyu algısı arasındaki ilişkiyi araştırıp onunla ilgili kuramsal bir çerçeve oluşturmaya çalışır. Psikoloji temelli olan kuram bireyin psikolojik yapısı ile davranışlarını korku ekseninde ele alır. İnsanların yalnız kalmaktan, toplumdaki dışlanmaktan korkmaları ve kamuoyu baskısı neticesinde davranışlarını şekillendirdikleri varsayımından yola çıkar. İnsanların düşünceleri toplumun egemen düşüncesinden farklı olduğu zaman toplum tarafından dışlanma korkusu duyarlar. Toplumun egemen görüşünü medya tarafından ele alınan konular yansıtır. Bireysel olarak buna karşı çıkmak, aksi görüş bildirmek ve görüşünü savunmak için insanlar yeterli gücü kendilerinde bulamazlar. Medyada sunulan bir iletiyi beğenmeyen ya da aynı görüşte olmayan bir izleyici bunu dile getirmekten kaçınır. Söyleme cesareti olanlar ise toplumca dışlanmaktadır. Bunu yaşamamak için insanlar sessiz kalarak kendilerini güvende hissetmek isterler. Kuramın en önemli noktasını dışlanma korkusu oluşturur. Kamuoyu ile aynı düşünmeyen birey bu dışlanma korkusu nedeniyle kamuoyuyla aynı düşünceyi paylaşmış gibi davranmaya ve fikirlerini o yönde açıklamaya karar verir. Neumann "dışlanma korkusu" nun görüşler üzerindeki etkisini vurgulayıp, kuramı da bu temellerin üzerine kurmuştur. Birçok birey için genel olarak halkın görüşü kendi görüşünden daha etkilidir. İnsanlar algıları neticesinde kendi görüşlerini halkın görüşü doğrultusunda açıklarlar. Eğer bu paralellikte bir azalma söz konusu olursa bir suskunluk durumu içine girip görüşlerini belirtmeme yönünde motive olabilirler. Kuramın dayanağı çoğunlukta kilerin görüşleri gibi görünse de bu noktada öne çıkan vurgu, bireyin algısıdır. Birey baskın olmayan bir görüşü baskınmış gibi algılayıp öyle değerlendirebilir. Çağdaş toplumlarda medya kamuoyu oluşturmada son derece etkin bir rol oynar. Eğer güçlü medya toplumda; Çoğunluğun görüşünü desteklerse: bunlar azınlığa karşı daha güçlü bir duruma geçer. Azınlığın görüşünü desteklerse: çoğunluk toplumdaki sessiz çoğunluğu oluşturur. Azınlık medyadan karşı tepki görürse: sessiz kalır. Azınlık medyadan destek görürse: durum tam tersine çevrilir. Medya verdiği haberler bakımından sınırlandırılmış seçimler sunar, buda yalnız kalmak istemeyen izleyicileri bir suskunluğa götürür. İzlerkitle öncelikle fikirlerinin çoğunluğun fikrine uyup uymadığına bakar, bir uyumsuzluk durumunda önce bu genel kanının kendi lehinde değişip değişmeyeceğine bakar değişmezse suskunluğu tercih eder. Sonuçta tartışmalı durumlarda toplumun desteğini yanına alanların görüşleri egemen görüş haline gelir. Bilgi Gediği Hipotezi Tichenor, Donohue ve Olien'den oluşan bir ekibin geliştirdiği medya ve medya kullanımının merkezi bir rol oynadığı üzerine kurulu kuramdır. Medya halka sürekli olarak birçok konuda bilgi sağlar. Özellikle kapitalist toplumlarda bilgide eğitim ve maddi olanaklar gibi eşit olarak paylaşılmaz. Ancak bir ülkedeki insanların tümü ülkeyi ilgilendiren pek çok konuda karar verme ve bu kararlar doğrultusunda bazı politikaların oluşmasında etkili olabilirler. Kitle iletişim araçları bu ve benzeri birçok konuda bilgi sağlayan en önemli kaynaktır. Bu hipoteze göre medyanın verdiği enformasyonu daha iyi eğitim almış, sosyoekonomik anlamda daha iyi bir statüde olan insanlar daha düşük eğitim almış sosyoekonomik düzeyi düşük insanlardan daha çabuk ve daha doğru alma eğilimindedirler. Zamanla farklı gruplar arasındaki farkın çok bilgili ve az bilgili olanlar arasında büyüme eğiliminde olduğu görülmüştür. Medya herkese aynı bilgiyi veriyormuş gibi görünse de sosyoekonomik olarak alt ve üst olarak tanımlanabilen katmanlar arasında bilgi farkı kapanmak yerine

sürekli olarak artmaktadır. Bu durum bilimsel konular ve kamusal alanda ön bilgi gerektiren işlerde ve kişisel ilgi alanlarının çoğaldığı durumlarda daha fazla olmaktadır. Burada eğitim değişkeni sosyoekonomik statünün bir belirleyicisi olarak önemli bir rol oynayarak aktarılan bilginin iki sınıf arasındaki eşitsizliği artırma eğilimini ortaya çıkarttığını savunur. Bu kurama göre bilgi olayları anlama, yorumlama ve sorunları çözme gibi becerileri artırdığı için bir güç olarak görülmektedir. Bilgi araçlarına ulaşmanın herkese açık hale gelmesiyle gediğin azalacağına dair iyimser beklentiler birçok araştırmada ortaya konulmuştur. Ancak gelinen nokta açısından değerlendirildiğinde farkın kapandığını söylemek mümkün değildir. İnternetin bu açığı kapayacağı yönündeki beklentiler sadece bilgiye erişme kapsamında gediğin kapanmayacağını göstermektedir. Üstelik televizyon gibi daha yaygın, her yere girebilen ve anlaşılabilirlik düzeyi daha yüksek olan bir medyanın bile gediği artırdığı bir ortamda bu beklentinin sonuç vermeyeceği de ortadadır. Bağımlılık Kuramı DeFleur ve Rokeach'ın, medyanın kimi zaman güçlü kimi zamansa zayıf bir etkiye sahip olduğunu açıklamak amacıyla geliştirdiği kuram, dış dünyadan haberdar olmak için bireylerin medyaya daha çok bağımlı olduğunu ileri sürer. Kurama göre, sanayileşmiş toplumlarda, izleyiciler, medyaya bir bilgi kaynağı olarak bağılıdır. Kişiler gereksinimlerini karşılamak adına ne kadar çok kitle iletişim araçlarına başvururlarsa onlara olan bağımlılıkları o derece artar. İzleyicilerin araçlarla bilgi bağıllık derecesi bu iletişim araçlarının izleyicinin inanç, duygu ve davranışlarını ne zaman ve neden değiştirdiğini anlamada temel değişkendir. DeFleur ve Ball-Rokeach medyanın etkilerini algısal, duygusal ve davranışsal olarak üç grupta inceleyip, bireysel farklılıklar, toplumsal kategoriler ve toplumsal ilişkiler diye niteledikleri "kuramlarla" bir araya getirerek birleşik bir model ortaya atmışlardır. Toplumsal ilişkiler perspektifi hem psikolojik, hem de toplumsal kategorileri içine alır.

20. yüzyılın yarısından sonra iletişim ve bilgi teknolojileri alanında yaşanan muazzam derecede büyük ve hızlı değişimler, yaşanan süreçte derin dönüşümlere yol açmış, bu bağlamda en önemli dönüşüm ise küreselleşme olgusu olarak karşımıza çıkmıştır. Örneğin, dünyadaki tüm insanlar tek bir ağ ile birbirine bağlanan bir sisteme dâhil olarak zaman ve mekândan bağımsız olarak birbirleriyle irtibat kurmuş, küresel medya ve iletişim sistemini ortaya çıkarmışlardır. İletişim ve enformasyon teknolojilerinde yaşanan bu gibi gelişmelere bağlı olarak da “ağ toplumu”, “enformasyon toplumu”, “bilgi toplumu”, “küresel köy” gibi kavramlarla ortaya çıkan anlatılarda ise teknoloji, bağımsız bir değişken olarak konumlandırılmış, topluma dışarıdan müdahale eden ve onu değiştirip dönüştürebilen özelliğiyle farklı görüşlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Öyle ki, bir yandan toplumsal değişimin nedeni olarak görülen ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan “teknolojik determinist” yaklaşım, diğer yanda ise toplumsal değişimi açıklarken teknolojiyi göz ardı eden yaklaşımlar karşımıza çıkmaktadır.

#### **TEKNOLOJİK DETERMİNİZM KAVRAMI**

Teknolojik determinizm kavramı, toplumsal değişimle ilgili, karakteristik bakımdan evrimci ilerleme ya da gelişmeyi içeren, üretken tekniklerin kendine özgü bir mantıkla ya da yöreyle hareket ettiğini ve süreç içinde kurumların ve toplumsal ilişkilerin başlıca belirleyicisi işlevi gördüğünü öngören bir kuram(Marshall,1999) olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram, “Bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri, bunların kullanım biçimlerini kapsayan uygulama bilgisi, uygulamayı bilimi; İnsanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümü” şeklinde tanımlanan teknoloji ile belirlenimcilik olarak da adlandırılan determinizm kavramlarının birlikte kullanılarak karşımıza çıkmaktadır. Determinizm, anlam itibarıyla evrende meydana gelen her şeyin bir nedensellik bağlantısı içinde gerçekleştiğini, fiziksel evrendeki ve insanın tarihindeki tüm olgu ve olayların mutlak olarak nedenlerine bağlı olduğunu ve nedenleri tarafından koşullandığını savunan anlayışı barındırmaktadır. Bu anlayışa göre evrendeki her sonucun, her olayın gerçekte bir nedeni ya da nedenleri bulunmaktadır, doğa nedensel yasalara tabidir ve evrende hiçbir şey nedensiz değildir. Teknolojik determinizmin özellikle iletişim medyasına odaklandığı durumlarda, bazen de bu kavram medya determinizmi olarak adlandırılmaktadır. Teknolojik determinizmin iki versiyonu bulunmaktadır. Bunlar, teknolojik değişimin toplumsal değişime neden olduğunu ancak aynı zamanda toplumsal baskılara seçici bir şekilde yanıt verdiğini savunan “yumuşak görüş” ve teknolojik gelişmeyi, sosyal baskılardan tamamen bağımsız, özerk bir güç olarak algılayan “katı görüş” olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **Katı Determinizm**

Katı Determinizm, her olayın bir nedeni bulunduğunu, bu yüzden özgürlük ya da irade özgürlüğü diye bir şeyin olamayacağını savunmaktadır. Katı deterministlere göre, insanlar hiçbir etkide bulunamazlar. Onların denetimleri dışında kalan belirli nedenler, insan varlıklarının oldukları gibi olmalarını ve bu arada eylemlerini belirlemiştir. Onlara göre her olay, eylem ve sonucun nedeni varsa, insanların düşünceleri, duyguları, arzuları, seçimleri ve kararları gibi her şey de belirlenmiştir.

#### **Yumuşak Determinizm**

Katı Determinizmin karşıtı olarak kullanılan Yumuşak Determinizm, evrensel bir nedenselliğin geçerli olduğunu kabul etmekle birlikte, katı determinizmden farklı olarak, bu nedenselliğin bir bölümünün insandan kaynaklandığını, dolayısıyla insan için belli bir özgürlüğün mümkün olduğunu savunur. Buna göre, insanlar, akıl ve iradeleriyle bazı eylemlerine isteyerek neden olurlar, bundan dolayı insanların belli bir özgürlükleri vardır. Yumuşak deterministler, teknolojinin gelişimimizde yol gösterici güç olduğu gerçeğini kabul eder, ancak bir durumun sonuçlarına ilişkin karar alma şansımızın olduğunu da savunmaktadırlar.

#### **Teknolojik Determinizme İlişkin Farklı Yaklaşımlar**

Yumuşak Determinizm ve Katı Determinizm dışında, bazı eleştirmenler de teknolojinin tarafsız olduğu, yani kendi başına iyi veya kötü olmadığı, önemli olanın teknoloji değil, onu kullanmada seçilen yöntem temelinde belirleyici olduğunu savunmaktadırlar. Örneğin 20. yüzyılın sonlarında enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan köklü gelişmeleri ve bu gelişmeler sonucu oluşan toplum modelini tanımlamak için ağ toplumu kavramını ilk kez kullanan Manuel Castells, teknolojinin toplumu belirlemediğini, toplumun da teknolojik değişimin yönünü çizemediğini ifade etmektedir. Georgia Institute of Technology’de teknoloji tarihi profesörü olan Dr. Melvin Kranzberg de teknolojinin

özerkliğinden söz etmenin ve “makinelere insan ustaları hâline geldiğini” varsaymanın “entelektüel bir klişe” olduğunu ifade etmektedir. Ona göre teknoloji sadece bir fırsat sunmakta, onunla ne yapılması gerektiği ise bizim seçiminiz olmaktadır. Kül-tür alanında yaptığı önemli çalışmalarıyla tanınan Raymond Williams ise tüm biçimleriyle teknolojik determinizmi reddetmemiz gerekirken, aynı zamanda, belirlenmiş teknoloji fikrinin de onun yerini almamasına dikkat etmemiz gerektiği konusunda uyarı yapmaktadır. Ona göre teknolojik determinizm, savunulamaz bir fikirdir, çünkü gerçek sosyal, siyasal ve ekonomik amaç yerine ya icadın rastlantısal otonomisini ya da soyut bir insani özü koymaktadır. Belirlenmiş teknoloji fikri de benzer biçimde, insani sürecin tek taraflı, tek yönlü bir uyarlamasıdır. Teknolojik Determinizm Formu: Medya Determinizmi Araç, iletişimin yapısında önemli bir bileşendir çünkü iletişime giren kişinin mesajını alıcıya gönderebileceği vasıtayı sağlamaktadır. Araçsız iletişim mümkün değildir. Medya determinizmi, aracın (ortamın) iletişim süreci içinde mesaj iletiminde teknik veya fiziksel araçlardan daha önemli bir rol oynadığını varsayan bir yaklaşımdır. Medya determinizmi, kendine has özelliklerinden dolayı, aracın sadece iletişim sürecinde değil, aynı zamanda mesajın nasıl formüle edildiği ve anlaşıldığı üzerinde etkili bir rol oynadığını ileri sürer. Önde gelen iki medya belirleyicisi Kanadalı iletişim bilimci olan Harold Innis ve Marshall McLuhan'dır. Her iki düşünür de medeniyet tarihindeki gelişmeleri iletişim teknolojileri merkezinde analiz etmektedir. Harold Adams Innis (1894-1952) Innis, toplumsal değişimin kaynağına yönelik ilk soruya teknolojik yenilikleri cevap olarak verirken, bu bağlamda Innis teknolojik saptayıcı olarak değerlendirilmektedir. Ona göre, insan kendi teknolojisi ile birlikte vardır; aile, örgütler vb. toplumsal biçimlerdeki ve kültürdeki değişiklikler, iletişim teknolojisindeki değişimlerin bir fonksiyonudur. Bu bağlamda teknolojik araçların çoğu, insanın fiziksel yeteneklerini geliştirme çabası içindir; iletişim teknolojisi düşüncenin, bilincin, insanın ender kavramsal yeteneklerinin uzantısıdır. İletişim araçlarının maddi biçimini imparatorlukların tarihsel dönüşümü ve yıkılışına bağlayan Innis, iletişim teknolojileriyle toplum yapısı arasındaki etki bağına bireyler üstü bağlamda ele alıp incelemiştir. Innis, medyayı “zaman yanlı” ve “mekân yanlı” olarak ayırır. Zaman yanlı olan, birçok nesiller sürececek olan, ancak nispeten küçük topluluklarda kullanılan el yazısı ve sözlü medyayı içerirken, mekân yanlı olan mümkün olduğunca çok insana ulaşmak için tasarlanmış, ancak genellikle uzun sürmeyecek şekilde tasarlanmış olan modern elektronik ve yazılı ortamların çoğunu içerir. Çamur, parşömen, taş vb. dayanıklı ve taşınması güç araçlar "zaman yanlı" (time - biased) iken, kâğıt, papirüs gibi hafif ve daha az dayanıklı araçlar "uzay yanlıdır" (space -biased). Marshall McLuhan (1911-1980) Teknoloji ve sosyal değişim arasındaki ilişki hakkında en iyi bilinen isimlerden biri olan Marshall McLuhan, meşhur "araç mesajdır" sloganı ile tanınmaktadır. İletişim ortamının teorisini ve bunların insan bilinci ve kültürü üzerindeki etkilerini geliştirmiştir. McLuhan'ın öne çıkan görüşlerini kısaca şu temel varsayımlar üzerinden özetlemek mümkündür:

. Araç (Ortam) Mesajdır

. Global Köy

. Araç: Sıcak ve Soğuk - Araç insanın uzantısıdır Küreselleşme Kavramı Toplumsal bir olgu olan küreselleşme kavramına ilişkin birçok tanım geliştirilmiş, buna rağmen tek bir tanım üzerinde uzlaşa sağlanamamıştır. En basit anlamıyla küreselleşme, “küresel olarak birbirine bağlılığın genişlemesi, derinleşmesi ve hızlanması” anlamına gelse de böyle bir tanım daha fazla detaylandırma ihtiyaç duyar. Küreselleşmenin tatmin edici bir tanımında ise genişlik (gerilme), yoğunluk, hız ve etki unsurlarının her birinin yakalanması gerektiği de öne sürülen görüşler arasındadır. Küreselleşmenin eşit derecede önemli birçok şekli vardır. Bunlar: - Ekonomik küreselleşme, piyasa alışverişine eşlik eden bilgi ve algıların yanı sıra malların, hizmetlerin ve sermayenin uzun mesafeli akışını içerir. - Askeri küreselleşme, kullanılan güç vaadi veya tehdidini ve güçte olan karşılıklı uzun mesafeli bağımlılık ağlarını ifade eder. ABD ile Sovyetler Birliği arasındaki soğuk savaş sırasında "terör dengesi" buna güzel bir örnektir. - Çevresel küreselleşme, atmosferdeki veya okyanuslardaki malzemelerin veya insan sağlığını ve refahını etkileyen patojenler veya genetik materyaller gibi biyolojik maddelerin uzun mesafeli taşınması anlamına gelir. - Sosyal ve kültürel küreselleşme fikirlerin, bilgilerin, imgelerin ve insanların hareketini içerir. Dinlerin hareketi veya bilimsel bilginin yayılması gibi örnekler verilebilir. Küreselleşme (globalization) kavramı, çoğunlukla iletişimdeki gelişmelerden geçerek uluslararası alışverişlerin büyümesi safhasını anlatmak için kullanılmaktadır. Küresel Dünyanın İletişim Olgusu ve Teknodeterminizm 1980'lerin son çeyreğinden itibaren iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bu gelişmelerin inşa ettiği toplumsal, ekonomik, siyasî ve kültürel ortamlar, sanal dünyanın keşfi ve iletişimde çoklu ortamların yaygınlaşması, iletişim bilimciler ve sosyologlar başta olmak üzere sosyal bilimcilere McLuhan'ın 1960'lı yıllarda yaptığı analizleri hatırlatmıştır. Öyle ki, McLuhan'ın öngörülleri isabetli bulunmuş, savları ise sıklıkla atıf yapılan düşünceler arasında yerini almıştır. Nitekim, internet ve cep telefonlarının yaygın kullanımı, küreselleşme süreçlerini derinleştirmiş ve hızlandırmıştır. Çok sayıda insan bu teknolojilerin kullanımıyla birbirine bağlantılı hâle gelmiş, gittikçe artan sayıdaki ülke ise artık, geçmişte olanaklı olmayacak büyüklükte uluslararası iletişime erişebilir hâle gelmiştir. Bilgi teknolojisi ile tüm dünyada insanlar arasında iletişim olanaklarını artmış, uzak yerlerdeki insanlar ve olaylar hakkındaki bilgi akışı ise kolay hâle gelmiştir.

Örneğin her gün, küresel medyada haberler, görüntüler ve bilgiyi insanların evlerine getirmekte, onları doğrudan ve sürekli olarak dış dünyaya bağlamaktadır. İletişimin küreselleşmesi ile birlikte kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşam üzerindeki olumlu etkileri; toplumlar birbirine yakınlaşmış, böylece kültürel alışveriş hızlanmış, deneyimler paylaşılmıştır, haberi ve bilgiyi pek çok kaynaktan alabilme imkânı doğmuştur, bireyler pasif bir birey olmaktan çıkmış, kitle iletişim ortamına katılabilme ve interaktif olabilme imkânına kavuşmuştur, bireylerin internet üzerinden yükseköğrenim yapılabilmesi, meslek sahibi olunabilmesi mümkün hâle gelmiştir, gelişen kitle iletişim araçları sayesinde işe gitmeden, evden çalışabilme imkânı doğmuştur, internet üzerinden alışveriş yapma imkânı doğmuş, devlet ile birey arasındaki ilişki yavaş yavaş elektronik ortama taşınarak hizmet kanalları çoğalmıştır. Olumsuzluklar ise; teknolojik gelişmeyi ellerinde tutan küreselleşme sürecinin aktörleri kitle iletişim alanında da egemen güç hâline gelmişler, medya kartelleri ve tekellerinin oluşması tehlikesi doğmuştur. Küresel süreçte artan özel yayıncılığı, kamu yayıncılığının geri planda kalmasına, hatta kimi ülkelerde iyice zayıflamasına neden olmuş, küreselleşmenin kitle iletişim araçlarının en ileri teknolojiyi kullanmalarına imkân sağlaması nedeniyle enformasyon miktarı artmış yoğun enformasyon akışı, bireyin karar vermesini, kanaat oluşturmasını zorlaştırmıştır. Kitle iletişim araçlarındaki gelişme ve toplumun tüm alanlarında yaygınlaşması ile özel hayatın dokunulmazlığı ve aynı zamanda gizli bilgilerin güvenliği de tehlikeye girmiştir.

## **ELEŞTİREL İLETİŞİM KURAMLARI TEMEL KAVRAMLAR VE TARİHSEL BİR ÇERÇEVE**

İletişim kuramlarının tarihi, en genel düzeyde iki ana hat üzerinden yazılır. Bunlar, ana akım, liberal, çoğulcu ya da yönetsel olarak nitelendirilen birinci hat ve farklı alt dalları olan ve eleştirel kuramlar olarak belirtilen ikinci hattır.

### **ELEŞTİREL KURAMLARIN ANA AKIM KURAMLARDAN FARKLARI**

Eleştirel kuramlar ana akım yaklaşımdan yöntem, varsayım ve epistemolojik düzeylerde farklıdır.

#### **Yöntem Düzeyindeki Farklar**

Eleştirel ve ana akım kuramlar arasında, yöntem düzeyindeki temel farklılık nicel ve nitel yöntem ayırımına denk düşer. Ana akım araştırmalar, temel motivasyonları gereği nicel araştırma yöntemlerini kullanmıştır. Yönetsel araştırmalar olarak da sınıflandırılan ilk iletişim çalışmaları, belirli bir hedefe odaklanmış araşsal çalışmalardır. Toplumsal düzenin ve demokrasinin işlemlerine yönelik inançla başlayan bu çalışmalar dolayısıyla etkiler ve sonuçlar üzerine odaklanmıştır. Mesajın kaynağı, hedef kitlesi, mesajın içeriği, etkisi nicel araştırmalarla ölçülmeye çalışılmış; ağırlıklı olarak anketler, kamuoyu araştırmaları, propaganda çalışmaları, piyasa ve tüketim araştırmaları yapılmıştır. Sonuçta kamu ve özel sektör kurumlarının yönetsel amaçlarını gerçekleştirmek üzerine yapılan bu çalışmalar genel bir kitle iletişim kavramsallaştırması üzerine kurulmuş ve iletişim düz, doğrusal bir süreç olarak görülmüştür. Eleştirel kuramlar ise yönetsel araştırmacılar farklı olarak 'niçin' sorusunu yanıtlamayı amaçlar. İletişimi, kitle iletişimi sınırlandırmasını aşan bir biçimde daha geniş toplumsal bir süreç olarak ele alır. Böylece iletişim araştırmalarının sorunu sadece etki olmaktan çıkar. Bu da araştırma yöntemlerinde nicel araştırmanın ötesinde nitel araştırmaların yapılmasını gerektirir. Kabaca dil ve anlam üzerine odaklanan, iletişim kurumlarının ekonomik ve toplumsal sistem, yapı içindeki konumunu tartışmayı amaçlayan eleştirel yaklaşımlar söylem analizlerini ve tarihsel, bütüncül bir diyalektiği yöntem kullanır.

#### **Varsayım ve Epistemoloji Düzeyindeki Farklar**

İletişime ana akım yaklaşım ve eleştirel yaklaşımların varsayım ve epistemolojik farklılıkları bu yaklaşımların ortaya çıktığı dönemin koşulları, araştırmacıların amaçları, yaklaşımların coğrafi orijinleri gibi konularla yakından ilgilidir. ABD'li sosyal bilimciler çoğulcu perspektifi yücelten, demokrasiye güvenen ve demokrasinin işlemlerinde medyaya önemli rol biçen bir yaklaşıma sahip olmuş; bu da iletişim çalışmalarında liberal çoğulcu bir perspektifin, pragmatizmin ve görgücü sosyolojinin hâkim olmasını sağlamıştır. Sosyoloji, siyaset bilimi, ekonomi, sosyal psikoloji ve psikoloji alanlarının kuramlarından, bilgi birikimlerinden ve metodolojilerden yararlanılmıştır. İlk iletişim çalışmalarının bu şekildeki biçimlenişi, eleştirel kuramlarla arasında iletişim ve medya kavramlarının tanımlanması, iletişimin ve medyanın toplumsal, ekonomik ve kültürel alanlarla ilişkisinin çözümlenme biçimi gibi noktalarda temel farklılıklara işaret eder. Eleştirel kuramlar analizlerini ekonomik, siyasi ve toplumsal bağlamla birlikte ve var olanı değiştirme hedefi ile yaparken ana akım kuram, görgül araştırmalarla, davranışçı, pozitivist nicel yöntem bilimlere dayanarak analizlerini yapar. Var olanı değiştirmeye değil onu meşrulaştırmaya odaklanır. Eleştirel ve ana akım yaklaşımların bir diğer farklılığı ise siyaset ve iletişim arasındaki ilişkiyi nasıl kavramsallaştırdıklarında ortaya çıkar. Eleştirel yaklaşımlar medyayı bir iletişim süreci olarak kavradığı için toplumsal formasyon içinde etkili bir sembolik üretim alanı olarak görür ve bu da medya çalışmalarının siyaset bilimi, iktisat ve sosyoloji gibi alanlarla daha yakın bir işbirliğine girmesine neden olur. Bu noktada da asıl sorun iletişimsel ve siyasal olanın nasıl kavramsallaştırıldığı sorunudur.

### **ELEŞTİREL KURAMLARIN KÖKENLERİ, KAYNAKLARI VE TEMEL KAVRAMLAR**

Berelson, 1959'da kaleme aldığı ünlü 'alanı terk ediş' yazısında iletişim çalışmalarının 1950'lerin sonundan itibaren bunalıma girdiğini ifade etmiştir. Diğer taraftan iletişim alanındaki kuramsal ve amprik çalışmalar 1970'lerden itibaren canlanmıştır ve Berelson'un iddia ettiğinin aksine değişen toplumsal ve ekonomik formasyon içinde iletişim araçlarına, medyaya ilişkin araştırılması, açıklanması gereken çok fazla noktanın olduğu araştırmacılar tarafından vurgulanmıştır. 1970'lerdeki canlanma, iletişim alanına hâkim olan liberal çoğulcu yaklaşımı eleştiren ve Marksist bir toplum eleştirisi içinden yapılan kültürel çalışmalar ve iletişime eleştirel ekonomi-politik yaklaşım aracılığıyla olmuştur. Eleştirel yaklaşımlar, liberal çoğulcu yaklaşımın bireyi, toplumu, kültürü ve iletişimi ele alış biçiminden ve iktidar kavramsallaştırmasından radikal bir kopuşa işaret eden

çalışmalarıdır. Eleştirel iletişim kuramlarına düşünsel ve epistemolojik kaynak sunan Almanya, Fransa ve İngiltere gibi Avrupa ülkelerinde, davranışçı, pozitivist nicel yöntem bilimlere bilinçli bir mesafe her zaman olmuştur. Eleştirel yaklaşımlar, medyanın gücü konusunda farklı görüşleri barındıran ve bu görüşler arasındaki anlaşmazlıkları ve tartışma alanlarını da içeren ‘ekonomi politik yaklaşımlar’, ‘yapısalcı yaklaşımlar’, ‘kültürel çalışmalar’ olmak üzere üçlü bir ayrımla ele alınabilir. Genel olarak bakıldığında yapısalcı yaklaşımlar, Saussure’nin dil biliminden, Levi Strauss’un yapısalcı antropolojisine, Barthes’in göstergebilimine ve Lacan’ın psikanalizine kadar farklı çalışma alanlarının katkıları ile zenginleşmiştir. Bunlara ek olarak Althusser ve Gramsci gibi düşünürlerin ideoloji tartışmaları da eleştirel iletişim kuramlarına düşünsel kaynak sağlamış ve çalışmalarını biçimlendirmiştir. İletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım ise ekonomi-politiğin temel kavramlarının ve metodolojisinin iletişim alanı ile birleştirilmesiyle gelişir. Klasik ve neo-klasik iktisattan farklı olarak ekonomi politik yaklaşım analizlerine ‘değer yargılarını’ dâhil eder. Eşitlik, adalet ve kamu faydası gibi kavramlar çözümlemelerde yer bulur. Diğer farklılıklar ise toplumsal iktidar ilişkilerini dikkate almaları ve var olanın değiştirilebileceğine inanmalarıdır. Avrupa’da medya ve medya metinleri, ABD’den farklı olarak ‘iletişim’ sorunsalı çevresinde ele alınmıştır. İletişim alanı farklı disiplinlerden gelen kuramların buldukları bir alan olarak görülmüş; sosyoloji ve siyaset bilimine ek olarak, dilbilim, psikanaliz, felsefe gibi disiplinler de iletişim çalışmalarıyla birleşmiştir. Haber Analizlerinde Farklı Yaklaşımlar Ana akım yaklaşıma göre, haber, olaya ilişkin (factual) olması ve dış dünyadaki gerçekliği ‘temsil’ etmesi bağlamında diğer metinlerden ayrılır. Kendi hayatımız dışında bir gerçeklik vardır ve bu gerçekliğin bilgisine ulaşılabilir. Haber gerçekliği yansıtılabilir, aktarabilir en azından dil dolayımıyla temsil edebilir. Haberin gerçekliği aktaran bir ‘anlatı’ olduğu durumda da dil, haberin aktarıldığı yansıtmacı bir araç konumuna indirgenmiş olur. Eleştirel kuramlar ise ideoloji, gerçeklik, dil ve siyaset arasındaki ilişkileri inceleyen yapısalcı ve post-yapısalcı bilgi birikiminin iletişim çalışmalarına yansımaları ile haber çalışmalarında başka bir yaklaşımı ortaya çıkarmıştır. Buna göre haber bir temsil değil söylemdir ve söylem olarak haberin gerçeği yansıtması zaten olanaklı değildir. Haber, dil dolayımıyla yeni bir gerçeklik inşa eder. Haberi gerçekliğin yeniden inşası olarak görmek dil ve anlam sorununa odaklanmayı gerektirir.

#### **KÜLTÜREL ÇALIŞMALARIN DÜŞÜNSEL KAYNAKLARI VE TEMEL KAVRAMLARI**

Kültürel Çalışmaların düşünsel kaynakları yapısalcı ve post-yapısalcı dil ve söylem tartışmalarıdır. Barthes, Voloşinov ve Bakhtin gibi düşünürlerin edebi metinler temelinde geliştirdikleri kuramları ve dilbilimsel birikim, Kültürel Çalışmalar yaklaşımı içinde Althusser, Gramsci gibi düşünürlerin ideoloji tartışmalarıyla buluşturulmuştur. Bourdieu ve Van Dijk gibi kuramcılar ise hem Kültürel Çalışmalar geleneğinde hem de eleştirel ekonomi politik yaklaşımda yer bulmuştur. Althusser’in üst yapının da belirleyiciliğine ve ideolojinin görece özerkliğine yaptığı vurgu iletişim araştırmaları açısından önemlidir. Althusser, kapitalist toplumsal formasyon içindeki kurumları inceler ve bu kurumları, kapitalist ilişkileri meşrulaştırmak ve yeniden üretmek için kullanılan birer araç olarak kavrayıp analiz eder. Bu çerçevede de devletin ideolojik aygıtları ve devletin baskı aygıtları ayrımını geliştirir. Devletin ideolojik aygıtları eğitim, din, aile okul ve medya gibi yapılarıdır ve toplumsal formasyon içindeki rolleri devletin ideolojik egemenliğini güvence altına almak ve devamlılığını sağlamaktır. Gramsci’nin ‘hegemonya’ kavramı da ideoloji ve iletişim çalışmaları bağlantısının kurulmasını sağlayan bir başka düşünsel kaynaktır. Egemenlerin kendi egemenlik alanlarını korumak ve sağlamlaştırmak için, yönetilenlerin rızasını alma bağlamında hegemonya kavramı, iletişim çalışmalarına rızanın imalatı tartışmasıyla dâhil olmuştur. Bakhtin ve Voloşinov’un, dilin çokvurgululuğu, çokanlamlılık, dil/öteki ilişkisi konusundaki görüşleri, post-yapısalcı tartışmaları derinden etkilemiştir. Barthes ise düz anlam - yananlam, okurcul-yazarsıl metin, studium-punctum, haz-jouissance gibi karşıtlıklarla iletişim çalışmaları ile birleşmiştir. Barthes, bu kavramlarıyla yapısalcı ve post-yapısalcı dil teorisi arasında bir köprü kurarak kültürel çalışmalara önemli bir katkı sağlamıştır. Bourdieu’nun çalışmaları ise iletişim alanında Kültürel Çalışmalar yaklaşımı ile birlikte eleştirel ekonomi politik yaklaşım içinde de yer bulmuştur. Özellikle sembolik iktidar kavramı etrafındaki ideoloji teorisi ve medya tüketim kalıplarının toplumsal ve sınıfsal olarak nasıl belirlendiğine ilişkin yaklaşımı iletişim alanındaki her iki eleştirel yaklaşımın da kapsamında yer almıştır. Kültürel Çalışmalar geleneğini etkileyen bir başka kuramcı olan Van Dijk ise yukarıdaki kuramcılardan farklı olarak doğrudan haber araştırmalarına yönelmiştir. Van Dijk ideolojiyi toplumsal bir biliş biçimi, haberi de bu ideolojinin dolaşıma girdiği bir söylem olarak ele alır. Kültürel çalışmalar yaklaşımı içinde Birmingham’da kurulan Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi öncü bir role sahiptir ve 1970’lerde ve 1980’lerde yaptığı çalışmalarda tutarlı kuramsal bir çizgi ile yapısalcı Marksist bakış açısını, dilbilimsel gelişmelerin ışığında tekrar ele alarak ideoloji, dil ve özne sorununu incelemiştir. İngiliz Kültürel Çalışmalar’ı savaş sonrası İngiltere’nin, kültür, endüstri, demokrasi ve sınıf arasındaki ilişkilerini medya, popüler kültür ve edebi metinler gibi alanlarda açıklama çabasıyla doğmuştur ve Marksizm içinde ideolojiye dair alternatif bir kaynak olarak gelişmiştir.

#### **İLETİŞİME ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIMIN DÜŞÜNSEL KAYNAKLARI**

## **VE TEMEL KAVRAMLARI**

Yöntem, varsayım ve kavrayış açısından birbirinden farklılıklar gösteren bir dizi yaklaşımı kapsayan bir eleştirel ekonomi politik yaklaşımından söz etmek mümkündür. Ancak farklılıklarına rağmen hepsi toplumsal dönüşümü inceler; toplumsal bütünlüğü dikkate alır. Ekonomi politik, toplumsal değişimleri ve tarihsel dönüşümleri incelerken, ekonomi, siyaset, iletişim gibi ayrı ve uzmanlaşmış alanların varlığını reddeder. Böylece de bütünlüklü bir biçimde, ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel olanın etkileşimi ile ilgilenmeyi amaç edinir. Ekonomi politik, başlangıçtan itibaren, kurumsal ve teknolojik değişimlerin piyasayı nasıl şekillendirdiği, bu değişimleri kontrol eden şirketlerin ve hükümetlerin motivasyonlarını, ekonomi ve uluslararası ticari ilişkilerin dinamiklerini, gelişme farklılıklarını ve az gelişmişliğin nedenlerini, ülkeler arasında enformasyon üretme, dağıtma ve paylaşma konusundaki eşitsizlikleri, uluslararası tekelleşmeyi çözümlenmiştir. İletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım 4 ana tarihsel süreci inceler. Bunlar:

- Medyanın gelişmesi
- Şirket menziline genişlemesi
- Metalaş(tır)ma
- Devlet ve hükümetlerin değişen rolü

## **KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK TARTIŞMASI**

Eleştirel iletişim kuramları tarihi içinde iletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım ile kültürel çalışmalar arasındaki tartışma önemli bir başlıktır ve tarafların birbirlerine yönelik eleştirileriyle şekillenir. Grossberg, kültürel çalışmalara yönelik iki eleştirinin yapıldığını belirtir. Birincisi, kültürel çalışmaların kültürel üretim kurumlarını gözden kaçıran analizler yaptığı, popüler kültüre ve popüler kültürle ilişkilendirdiği direniş pratiklerine fazlasıyla önem verdiği ve her tür muhalif rolden vazgeçtiğidir. İkincisi ise, kültürel çalışmaların ekonomiyi göz ardı ettiği ve gerçek hayattaki gerçek iktidar, tahakküm ve baskı yapılarını anlamakta, analiz etmekte başarısız olduğudur. Diğer taraftan Kültürel Çalışmalar geleneği ile iletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım arasında paralelliği de aşan ortaklıklar olduğunu hemen belirtmek gerekir. İkisi de Marksist bir bakış açısı içerisinde kurulmuştur ve iktidarın kuruluşu ve uygulanmasıyla yakından ilgilenir. İkisi de kapitalist toplumların liberal çoğulcu perspektifle çözümlenmesine mesafeli hatta karşıdır ve medyaya yönelik kapsamlı ve derinlikli bir açıklamada birlikte kullanılabilme potansiyeli taşırlar.

### **FRANKFURT OKULU**

Weimar Cumhuriyeti döneminde kurulan Frankfurt Okulu, kurulduğu tarihten günümüze kadar düşünce hayatında güçlü bir etkiye sahip oldu. Karl August Wittfogel, Franz Borkenau, Henryk Grossmann, Friedrich Pollock, Leo Löwenthal, Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Eric Fromm, Walter Benjamin, Franz Neumani, Otto Kirchheimer ve Jürgen Habermas gibi figürler kurumun üyesi olmuş düşünürlerden en önemlileridir. Büyük çoğunluğu Yahudi olan bu düşünürler arasında Horkheimer, Pollock, Löwenthal, Adorno ve Marcuse çekirdek kadroyu oluşturmaktadır. "Frankfurt Okulu" dendiğinde düşünceleriyle öne çıkan figürler ise Adorno, Horkheimer ve Marcuse'dir. I. Dünya Savaşı'ndan sonra Batı Avrupa'da sol kanat işçi sınıfı hareketlerinin yenilgiye uğraması, Almanya'daki sol kanat partilerin reformist ya da Moskova güdümlü partilere dönüşmesi, Rus Devrimi'nin yozlaşarak Stalinizme kayması ve Avrupa'da faşizmin yükselişe geçmesi gibi tarihsel olgular Frankfurt Okulu'nun temel hareket noktasını oluşturmaktadır. Okul'un tüm bu gelişmeleri ve toplumu anlayabilmek için geliştirmiş olduğu yaklaşım ise "eleştirel teori" olarak bilinmektedir. SSCB'de Lenin önderliğinde gerçekleşmiş Bolşevik Devrimi sadece Rusya ile sınırlı kalmış ve beklendiği şekliyle Batı Avrupa ülkelerine yayılamamıştır. Bunun üzerine Frankfurt Okulu üyeleri Marksist düşünce ile ilgilenmişler ve Marksizm'in Batı Avrupa'ya beklendiği şekliyle yayılamamasının nedenleri üzerine düşünceler geliştirmişlerdir. Klasik Marksizm'den farklı olarak kültür ve ideoloji alanında neler olup bittiğini sorgulayan Frankfurt Okulu üyeleri, Klasik Marksizm'in ekonomik belirlenimci yaklaşımını bir bakıma reddederler. Çünkü tüm bu tarihsel kırılmaları sadece ekonomik terimlerle açıklamak, Okul üyelerince yetersiz bir yaklaşım olarak görülmüştür. Bu nedenle incelemelerini kültür ve ideoloji alanına kaydıran üyeler, tahakkümün ve güç/iktidar ilişkilerinin sinema, radyo, dergi ve gazete gibi kültür endüstrileri aracılığıyla ne ölçüde sürdürüldüğü üzerinde çalışmalar yaptılar. Statükonun daha sinsi ve incelikli yöntemler kullanılarak üretildiğini vurgulamaya çalıştılar. Ekonomik belirlenimciliği reddetmeleri ve kültür alanında neler olup bittiğini sorgulamaları nedeniyle Okul'un siyasi çizgisi Klasik Marksizm'den bir sapma olarak görülmüştür. Frankfurt Okulu'nun en önemli eleştirel uğrakları teknoloji, bilim, sanat, medya, pozitivizm, Aydınlanma, modernizm ve Marksizm olmuştur. Bu eleştirel uğraklardan en önemlisi de Aydınlanma ve modernitenin bilim ve bilgi anlayışı olan pozitivizmdir. Pozitivizmi kısaca "geleneksel teori" olarak nitelenebilir. Pozitivizm, toplumsalı anlama ve açıklamada salt gözlemlenebilir olgularla uğraşmakta ve gözlemlenemeyen şeylerin bilgisini kuramamaktadır. Bu açıdan, pozitivist bilim anlayışına göre gözlemlenemeyen şeyler bilimin ilgi alanı dışında kalmaktadır. Frankfurt Okulu tarafından toplumu anlamak üzere geliştirilen eleştirel teori ise pozitivistin yani geleneksel teorinin bir antitezidir. Eleştirel teoriye göre, pozitivist salt algılamaya dayalı bir bilgi anlayışı geliştirdiği için statükoyu ve mevcut güç/iktidar ilişkilerini onaylamakta ve böylece kapitalizmin bilim anlayışı olmaktadır. Kültür Endüstrisi Frankfurt Okulu üyeleri geliştirmiş oldukları "kültür endüstrisi" kavramıyla kültür ürünlerinin değerine yönelik eleştirel yaklaşımlarıyla bilinmektedir. "Kültür endüstrisi" kavramı ilk kez Okul'un üyelerinden Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer'in 1947 yılında yayımladıkları Aydınlanmanın Diyalektiği adlı kitapta kullanılmıştır.

**Kitabın Kültür Endüstrisi:** Kitlelerin Aldatılışı Olarak Aydınlanma başlıklı bölümü sinema, radyo, gazete ve dergi gibi kitle iletişim araçlarının ideolojik ve kültürel işlevleri üzerine odaklanmaktadır. "Kültür endüstrisi" kavramı, Weimar dönemi kültür eleştirmeni Siegfried Kracauer'in geliştirdiği "kitle süsü" kavramının bir devamı olarak kabul edilmektedir. Kültür endüstrisi, Adorno ve Horkheimer tarafından tahakkümün kültürel boyutunu anlamak ve açıklamak üzere geliştirilmiştir. Kültür ürünlerinin tahakkümün sürdürülmesindeki rolünü sorunsallaştıran metin, radyodan sinemaya kadar tüm kültür endüstrisi ürünlerinin eğlence dolayısıyla yanlış bilinç aşılayarak tek boyutlu bireyler yarattığına dikkati çekmektedir. Böylece, tahakküm bir bakıma daha sinsi ve incelikli yöntemler işe koşularak sürdürülmektedir. Kültür endüstrisi kavramına yönelik eleştiriler Adorno ve Horkheimer'in savlarına karşı en önemli eleştiriler İngiliz Kültürel Çalışmalar Ekolü'nden gelmiştir. Kültürel Çalışmalar kuramcıları -Williams, Fiske ve Hall- Frankfurt Okulu üyelerinin kültürel kötümserliğini reddederek haklı olarak pasif ve edilgin bir tüketici/alımlayıcı anlayışı geliştirdiklerini öne sürerler. Kültürel Çalışmalar kuramcıları, kültür ürünlerinin aynı zamanda hegemonyaya karşı bir direniş ve muhalefet geliştirebileceğini, kültür ürünlerinin bu boyutunun Frankfurt Okulu üyelerince göz ardı edildiğini vurgularlar ve alternatif okumalar da yapabilen daha aktif bir tüketici/alımlayıcı anlayışı

geliştirirler. Walter Benjamin ve "Sanat Yapıtı" Benjamin'e göre sanat yapıtının mekanik yeniden-üretimi, kitlelerin sanatla ilişkisini olumlu anlamda değiştirmektedir. Frankfurt Okulu üyelerinin, özellikle Adorno'nun Benjamin'den ayrıldıkları nokta tam da burasıdır. Özellikle Adorno, kitleselleşen sanatın negatif siyasal işlev yüklenmiş olabileceğini düşünür. Mekanik yeniden-üretim çağında bu yeni teknolojiler kitleleri mevcut düzene uyumlamayı işlev edinmiş olabilir. Benjamin ise, bu noktada onlar kadar kötümser değildir. Benjamin'e göre mekanik yeniden üretimin yarattığı kitlesellik ve kopyaların çokluğu sanat yapıtının alımlanmasını belli bir azınlığın tekeli olmaktan çıkarmakta ve demokratikleşmeyi sağlamaktadır. Bazı Madonna resimleri bütün bir yıl boyunca örtülü kalmakta, bazı tanrı heykellerini ise sadece rahipler görebilmektedir. Fakat mekanik yeniden üretim, belki de dünya tarihinde ilk kez sanat yapıtını kutsal törenlerin asalağı olmaktan kurtarmaktadır. Bir negatiften sonsuz sayıda baskı yapılabilmesi, hangisinin özgün baskı olduğu sorusunu anlamsız kılmakta, sanatsal üretimde hakikilik ölçütü iflas etmekte ve sonuç olarak sanat köklü bir değişim geçirerek politikleşmektedir. Araçsal Akıl ve Tek Boyutlu İnsan Frankfurt Okulu'nun en belirgin özelliklerinden birisi de yaptıkları çalışmalarda "akıl" kavramına yaptıkları vurgudur. Horkheimer'a göre parçalayıcı, analitik ve biçimsel olan öznel akıl, sadece şeylerin dış görünüşleriyle ilgilenir. Bundan daha yüksek bir akıl yürütme ve kavrayış düzeyi olan nesnel akıl ise, görünüş ile öz arasında, özne ile nesne arasında ve parça ile bütün arasında bir bağlantı olduğunu görebilen akıldır. Dünyanın bütünlükten yoksun parçalanmış ve bölünmüş görüntüsünü daha yüksek bir birlik ideali adına eleştiren ve sorgulayan da nesnel akıldır. Öznel akıl, önceden belirlenmiş amaçlara ulaşmak için seçilen araçların yeterli olup olmadığı üzerinde durur, fakat amaçların kendilerinin akla uygun olup olmadığını sorgulamaz. Öznel akıl, bir nesneyi ya da bir düşünceyi belli bir amaçla bağlantısı, diğer bir deyişle başka bir şey için iyi olup olmaması açısından değerlendirir. Horkheimer'a göre Aydınlanma, öznel akıl ile nesnel akıl arasındaki dengeyi bozmuş, öznel akılı şımartarak nesnel akılı bastırmıştır. Aydınlanma düşünürleri akıl adına dine saldırmış; oysa sonuçta ortadan kaldırıp öldürdükleri nesnel akıl ve metafizik kavramı olmuştur. Bu nedenle, Aydınlanma ve modernite tarihini "akıl araçsallaşmasının tarihi" olarak nitelenebilir. Akıl, eleştirme ve sorgulama işlevlerinden uzaklaşarak araçsal ve faydacı bir işlevin hizmetine girmiş, sürekli gelişme ve ilerlemenin bir aracına dönüşerek teknik bir girişim haline gelmiştir. Araçsal aklın (öznel akıl) egemenliği, akıllı ilerleme, toplumsal zenginlik ve refah amaçlarına ulaşmak için bir araç haline getirmiştir. Akıl kavramı üretim kapasitesi, verimliliğin yükselişi ve toplumsal istikrar adını almıştır. Görüldüğü gibi, Adorno ve Horkheimer'ın çalışmaları teknolojiye karşı olumsuz bir bakış açısına sahiptir. Benzer bir yaklaşımı Okul'un bir diğer üyesi olan Herbert Marcuse'ta da gözlemlemek mümkündür. İleri sanayi toplumuna dair çözümlemelerde bulunan Marcuse, bu toplumdaki bireyi "tek boyutlu insan" olarak nitelendirmektedir. Marcuse'e göre ileri endüstriyel toplumda yaşanan teknik gelişim yeni yaşam ve iktidar biçimleri yaratmıştır. İleri endüstriyel toplumda insanlar kendilerini sahip oldukları metallerle tanımlamaya başlamıştır. Ruhlarını evlerinde, arabalarında, müzik aletlerinde ve mutfak eşyalarında bulmaktadırlar. Kitle iletişim ve ulaşım araçları, konut, besin ve giysi gibi metaller, eğlence ve bilişim ürünleri bazı tutum ve alışkanlıkları dayatarak tektipleşmeye yol açmakta ve belli duygusal tepkilere neden olmaktadır. Bu ürünler birer öğreti gibi koşullandırmakta ve yanlış bilinç geliştirmektedirler. Bu ürünlerin ilettikleri mesaj ve öğretiler birer yaşam biçimi haline gelmekte ve böylece tek boyutlu düşünce ve davranış biçimi ortaya çıkmaktadır. Kamusal Alan ve İletişimsel Eylem Kuramı Frankfurt Okulu'nun ikinci kuşak temsilcilerinden biri olan Jürgen Habermas, "kamusal alan" kavramı ve "iletişimsel eylem kuramı" konusundaki savları ile öne çıkan bir düşünürdür. "Kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz." diyen Habermas'a göre, "Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmış olur." Düşünceye göre, yurttaşlar ancak genel toplumsal yarara dair konular hakkında kısıtlanmamış olarak, yani toplanma, örgütlenme, kanaat ve düşüncelerini belirtme ve yayınlama özgürlükleri garantilemiş olarak tartıştıklarında kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar. Habermas, kamusal alan ve kamuoyu kavramlarının ilk kez 18. yüzyılda ortaya çıktığını belirtir. Düşünceye göre 18. yüzyılda siyaset üzerinde etkinliğin kurulabildiği, toplumsal meselelere dair tartışmaların yaşandığı fiili bir kamusal alan söz konusuydu. İnsanların buluşma ve tartışma mekânlarından biri olan kafeler, kamusal alanın oluşturulabildiği önemli yerlerden biriydi. Matbaanın icadı ve basının gelişmesi sayesinde de yurttaşlar kendi fikir ve kanaatlerini topluma yayma olanağına eriştiler. İçerik bakımından henüz ticarileşmemiş olan basın, genel yarara ilişkin kamusal tartışmaya aracılık etmekte ve onu güçlendirmekteydi. Fakat burjuva anayasal devletinin kurulması ve endüstriyel kapitalizm ile birlikte entelektüel basın bu işlevlerinden uzaklaştı, bir ticari girişim haline geldi. Bu kırılma yani inanç gazeteciliğinden ticari gazeteciliğe geçiş İngiltere, Fransa ve ABD gibi ülkelerde 1830'larda başladı. Bu tarihsel dönüşüm sonucunda kamusal alan da dönüşüme uğradı ve çıkar çatışmasının bir alanı haline geldi. Endüstriyel kapitalizm aşamasında bireyler toplumsal meselelere ve politikaya etkin katılımcılar olmaktan uzaklaşmış ve pasif izleyicilere dönüşmüşlerdir. Kapitalist kitle medyasının kamusal alanı yok ederek pasif izleyiciler yarattığını belirten Habermas, kapitalist sermayenin bu yabancı

laştırıcı etkisini ortadan kaldırmak için dayanışma ve çarpıtılmamış iletişimin önemine vurgu yapar. Aktif iletişimcilerden oluşan, açık, doğru ve bilgilendirici bir iletişimi savunur ve bu yaklaşımını " iletişimsel eylem kuramı" olarak niteler.

### **EKONOMİ POLİTİĞİN TARİHSEL SEYRİ**

Önceleri toplumdaki herkesin ortak iyiliğinin gözetilerek bilgece ve dürüstlikle yönetilmesi anlamına gelen ve bu yönüyle de ahlaki bir boyutu olan ekonomi politik, kapitalist ekonominin gelişmesiyle birlikte sadece ekonominin yönetildiği dar bir alana sokulmuş ve politikadan koparılmıştır. Ekonominin özerk bir alan olarak politikadan soyutlanıp yönetilmesi, toplumun her kesimi için ortak iyilik ilkesinden de uzaklaşılmasına neden olmuştur. Eleştirel ekonomi politiğin gelişiminin ve dayanak noktalarının daha kolay anlaşılabilmesi için klasik, neo klasik, Keynesyen ve neo-liberal ekonomik anlayışların, özellikle devlet anlayışlarına değinmek faydalı olacaktır. Klasik Ekonomi Politik Klasik ekonomi politik geleneğinin tarihsel çözümlenmeye dayalı yaklaşımı en belirgin olarak Adam Smith'in şahsında gözlenebilir. Klasik ekonomiye göre piyasa ekonomisi içerisinde müdahale olmaksızın işleyen fiyat mekanizması kendiliğinden piyasaların temizlenmesini yani tam istihdam dengesini sağlayacaktır. Adam Smith, ekonomik hayatın rekabetçi modelindeki bu dengeli gidişatı 'görünmez el' kavramıyla açıklar. Neo-klasik Ekonomi 1870'lerden itibaren Alfred ve Mary Marshall'ın öncülüğünde gelişen neoklasik ekonomi anlayışı, politikayı dışarıda bırakıp, sadece ekonomiye vurgu yaparak ahlak felsefesini dışlamıştır. Klasik iktisatçılara göre devletin ekonomiye müdahale etmesine gerek yoktur. Ekonomi içindeki payının çok küçük olması gereken devlet, sadece iç ve dış güvenlik, adalet, eğitim, sağlık gibi konularda politika üretmelidir. Ekonomik özgürlük üzerine temellenen neoklasik ekonomiyi özetleyen en belirgin ifade ise 'Laissez faire!' ('let it be', 'bırakınız yapsınlar') olmuştur. Keynesyen Ekonomi Keynesyen teori iki dünya savaşı arasındaki ekonomik bunalım döneminde ortaya çıkmıştır. Ücretlerle fiyatların esnek olduğu bir ekonomide tam istihdamın kendiliğinden sağlanacağını öne süren Neo-klasik teoriyi reddetmiş ve devlet müdahalesini minimalize eden, hatta gereksiz gören anlayışı kabul etmemiştir. Keynesyen Makroekonomik teoriye göre ekonomik işleyişteki ahengi bozan dengesizliği ortadan kaldırmanın yolu devlet müdahalesidir.

### **ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİĞİN TEMELİ**

Eleştirel ekonomi politik çeşitli sınıf ve toplumsal grupların temel ekonomik çıkarlarını etkileyen insan ilişkilerini inceleyen bir yaklaşımdır. Eleştirel ekonomi politik, her şeyden önce normatiftir, yani toplumu değiştirme ve daha iyi bir toplumsal yaşam idealini ön planda tutar. Liberal ekonomi politik yaklaşımın pazardaki mübadele alanına odaklanmasının aksine eleştirel ekonomi politik dikkatleri mübadele alanından ziyade mülkiyet ve üretim örgütlenmesi üzerine çeker. Marksist temelli bir yaklaşım olan ve tarihsel materyalizmi yöntem olarak ele alan eleştirel ekonomi politik, Marksist 'altyapı-üstyapı' eğretilmesi çerçevesinde, ideolojinin ekonomik alt yapı tarafından belirlenen bir üstyapı kurumu olduğunu vurgular. Sonuç olarak ekonomik örgütlenmeyle siyasal, toplumsal ve kültürel yaşam arasındaki etkileşimle ilgilenen eleştirel ekonomi politik yaklaşım, özellikle ekonomik dinamiklerin kamusal, kültürel anlatımın yayılım alanı ve çeşitliliği ile bunlardan farklı toplumsal grupların yararlanabilirliği üzerindeki etkisinin izini sürmektedir.

### **Eleştirel Ekonomi Politikasının Ayrıcı Özellikleri**

Eleştirel ekonomi politik ana akım ekonomiden ayıran belirgin unsurlar vardır. Bu unsurları aşağıdaki biçimde sıralamak mümkündür (Golding ve Murdock, 1997):

- Eleştirel ekonomi politik bütüncüdür.
- Eleştirel ekonomi politik tarihseldir.
- Eleştirel ekonomi politik kapitalist teşebbüsle kamusal müdahale arasındaki dengeye odaklanır.
- Eleştirel ekonomi politik bir ahlak felsefesine dayanır. Eleştirel ekonomi politik bütüncüdür:

Toplumsal ilişkileri birbirinden kopuk ve yalıtık biçimde değil, tüm bu yapıların (toplumsal, siyasal, ekonomik vb.) birbirlerini etkilediği, birbirinin içine geçmiş yapılar olduğu gerçeğinden hareket eder. Eleştirel ekonomi politik tarihseldir: Sermayenin, medyanın ve devletin rolünü uzun vadeli değişimleriyle beraber tarihsel bir bağlamda görmeye çalışır. Eleştirel ekonomi politik kapitalist girişim ile kamusal müdahale arasındaki denge ile ilgilenir: Ana akım ekonominin devlet müdahalesini sirtlamasına, neo liberal yaklaşımın devleti sadece kapitalistler lehine politika üreten 'garson devlet' konumuna sokmasına karşın, eleştirel ekonomi politik devletin kamu adına üretici, tüketici, dağıtıcı ve düzenleyici bir güç olarak aktif bir konumda olmasını ister. Eleştirel ekonomi politik bir ahlak felsefesine dayanır: Adalet, eşitlik, kamu yararı gibi temel etik problemlere odaklanmak için, verimlilik gibi teknik konuların ötesine geçer.

### **İLETİŞİMİN ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİĞİ**

İletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım, ekonomi-politiğin temel kavramlarının ve metodolojisinin iletişim alanı ile birleştirilmesiyle gelişir. İletişim ve medyanın eleştirel ekonomi politikası, iletişimsel etkinliklerinin maddi ve simgesel kaynakların eşitsiz paylaşımı tarafından nasıl yapılandırıldığına odaklanır. Özellikle iletişimsel etkinliğin, maddi ve simgesel kaynakların eşitsiz paylaşımı tarafından nasıl yapılandırıldığına odaklanarak medya kurumlarını genel kapitalist ekonomi içinde, kâr elde etme amacıyla çalışan bir endüstri olarak kavrar ve üretim sürecini vurgulayarak analizlerini geliştirir. 1970 ve 80'lerde medyanın ekonomi politikasına odaklanan indirgemeci araştırmalara karşı, Golding ve Murdock ekonomi politiğin eleştirel boyutunu ön plana çıkararak, ana hatlarını çizmeye çalışmışlardır. İletişim süreçlerini Golding ve Murdock'un çizdiği çerçeveden ele almak, 'araçsalcılık' ve 'yapısalcılık' olarak ifade edilen iki tuzağa düşmeyi engeller.

**Araçsalcılık:** Araçsalcılar Marx'ın, "maddi üretim araçlarına sahip olanlar aynı zamanda zihinsel üretimin araçlarını da kontrol ederler" görüşünden yola çıkarak kapitalistlerin kendi çıkarlarına uygun kamusal bilgi akışını sağlamak için ekonomik güçlerini kullanmaları üzerine odaklanırlar.

**Yapısalcılık:** Yapısalcılar ise, araçsalcıların kapitalist girişimci ve sınıfa yaptıkları aşırı vurguyu sistemin, kapitalist yapının kendisi üzerine konumlandırılması tuzağı olarak nitelendirir. Yapısalcılar iletişim sistemlerini katı, sürekli ve sabit yapılar olarak değerlendirirler. Oysa yapı, belirli eylemleri, bir yandan engelleyen ya da sınırlayan şey iken diğer yandan bu eylemlere izin veren, olanak sağlayan bir şey olarak da çelişkileri içinde barındırmaktadır. Bu yüzden hem araçsalcılık (bireyler bazında) hem de yapısalcılık (yapı bazında) indirgemeci olmakla eleştirilmektedir. Golding ve Murdock iletişimin veya medyanın eleştirel ekonomi politikası için dört tarihsel sürecin incelenmesi gerektiğini öne sürmüşlerdir. Bu süreçler şu şekilde sıralanabilir:

- Medyanın gelişmesi
- Şirket menzilin genişlemesi
- Metalaş(tır)ma
- Devlet ve hükümetlerin değişen rolü

**Medyanın gelişmesi:** Kültürün endüstrileşme sürecinin tarihsel olarak ele alınmasını ifade eder.

**Şirket menzilin genişlemesi:** Temel motivasyonları kapitalist ekonomi içinde kâr etmek olan ticari aktörler kültürel alana iki şekilde müdahale eder. İlki kültürel üretimin olabildiği her alanında yatırımlara sahip olmak ve bu alanlarda yatay-dikey şirket kontrolü kurmaktır. İkinci yol ise kültür endüstrisinde yatırımları olmayan ticari aktörlerin birleşme ve satın almaları ya da reklamcı ve sponsor rolleri ile kültürel üretim sürecinde belirleyici olmasıdır.

**Metalaş(tır)ma:** Kültürel ürünlerin piyasada ücret karşılığı alınıp satılabilen bir mal olarak dönüşümü üzerine analizler eleştirel ekonomi politikasının çalışma alanına girer.

**Devlet ve hükümet müdahalesinin değişen rolü:** Piyasa koşulları içinde işleyen medyanın nasıl biçimlendiği, piyasanın yarattığı kusurlar, bu kusurları düzeltmede devletin, kamunun rolü ve bunun zaman içindeki değişimi eleştirel ekonomi politikası konuları arasındadır.

## İLETİŞİMİN ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİĞİNİN İNCELEME ALANLARI

İletişimin eleştirel ekonomi politikası, kamusal iletişimin simgesel ve ekonomik boyutları arasındaki etkileşime odaklanır. Bu bağlamda düşünüldüğünde iletişimin ekonomi politikasının çekirdek görev alanları genel olarak şu şekilde sıralanabilir:

- Üretimin eleştirel ekonomi politikası
- Medya metinlerinin eleştirel ekonomi politikası
- Tüketimin eleştirel ekonomi politikası

**Üretimin eleştirel ekonomi politikası Kültürel malların üretiminin ekonomi politikası:** Medya aracılığıyla gerçekleşen üretim sürecinin bu boyutu, sermayenin kendini her seferinde nasıl yeniden üretebileceğinin koşullarını belirleyen şeydir.

**Mülkiyet:** Eleştirel ekonomi politik, medyanın mülkiyet yapısındaki değişimleri ele alarak, bu değişimlerin yol açtığı yapısal sorunları irdeler.

**Kontrol yapıları:** Sermayeyi yalnızca ekonomik değil toplumsal egemenliğin kurucu bileşeni olarak gören eleştirel ekonomi politik, sermayenin basitçe bir mülkiyet konusu değil, kontrol meselesi olduğunu vurgulamaktadır.

**Devlet-medya ilişkileri:** Eleştirel ekonomi politik yaklaşım medya şirketlerinin kararlarını, davranışlarını ve içeriklerini etkileyen hükümet politikalarını ve bu politikaları belirleyen mülkiyet yapılarını ve mekanizmalarını inceler.

**Emek gücü:** Eleştirel ekonomi politik yaklaşım sektördeki emek süreçlerine, örgütlenme durumlarına ve sınıf ilişkilerine odaklanır. Medya metinlerinin eleştirel ekonomi politikası Eleştirel ekonomi politik yaklaşım üretimin ekonomik dinamiklerinin, belirli kültürel formları diğerlerinin üstünü kapatacak şekilde yükselterek kamusal söylemi nasıl yapılandırdığını açıklamaya çalışır. Tüketimin eleştirel ekonomi politikası Eleştirel ekonomi politik maddi ve kültürel eşitsizlik arasındaki ilişkiyi inceleyerek, kültürel ürünlere erişimde toplumdaki herkesin eşit olmadığını vurgular.

## AVRUPA VE AMERİKA'DA İLETİŞİMİN ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİĞİ

İletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım içinde bölgesel temelde yapılan bir ayırmadan da söz

etmek mümkündür. Bu ayrım Kuzey Amerika ve Avrupa temelli çalışmalar olarak belirtilir. İletişimin Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımın Amerika'daki Öncüleri (Smythe, Herman ve Chomsky, Schiller) Smythe: İzleyicinin Metalaşması Smythe'ye göre (1977: 2), önceki iletişim çalışmalarında kitle iletişim araçları yoluyla üretilen metanın genellikle 'içerik', yani medya metinleri olduğu ifade edilmiştir. Ancak temel 'meta', reklam geliri karşılığında içerikler yoluyla üretilen 'izleyici'dir. Chomsky ve Herman: Rızanın İmalatı ve Propaganda Modeli Chomsky ve Herman'ın eleştirel ekonomi politik yaklaşımına göre 'rızanın imalatı', kitle medyasının çokça tartışılan manipülasyon, dezenformasyon, toplumun iktidar sahiplerinin çıkarları doğrultusunda yönlendirilmesi gibi işlevleri kapsamaktadır. Chomsky ve Herman'ın Propoganda Modeli'ndeki temel tezleri; medyanın, içerikleriyle, kendini denetleyen ve finanse eden güçlü toplumsal grupların eylemlerini meşrulaştırdığı, çıkarlarını koruduğu, hizmet ettiği ve onların lehine propaganda yaptığıdır. Herbert Schiller: Kültür Emperyalizmi ABD'de iletişimin ekonomi politiği alanında çalışmalar yapan Herbert Schiller, 1960'lardan itibaren ortaya çıkmaya başlayan iletişim endüstrilerinin yoğunlaşması eğilimini; gelişmiş kapitalist ülkelerde 'medyanın özelleşmesi/ticarileşme' ve 'kültür emperyalizmi' ya da 'medya emperyalizmi' kavramlarıyla açıklar. İletişimin Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımın Avrupa'daki Öncüleri (Golding ve Murdock, Garnham, Mattelart) Peder Golding ve Graham Murdock Golding ve Murdock'a göre iletişim alanının ekonomi politik açıdan analizinde odaklanılacak en temel nokta; kültürel üretim ve dağıtım üzerinde kontrol uygulayan güçlerin değişiminin kamusal alana yönelik etkisidir. Bu bağlamda medyanın mülkiyeti ve bunun doğurduğu sonuçların yanında medya kuruluşlarının devlet düzenlemeleri ile ilişkileri üzerinde durulması gereklidir. Nicholas Garnham Nicholas Garnham kitle iletişiminin ekonomi politiğini çözümlmek için ilk olarak yapılması gerekenin kitle iletişim araçlarını, devletin ideolojik aygıtları olarak kavramlaştırmadan, her şeyden önce ekonomik kendilikler olarak kabul etmek olduğunu belirtmektedir. Armand Mattelart Mevcut küresel eşitsizlik sisteminin sürdürülmesinde medyanın ideolojik etkisine dikkat çeken Mattelart, mevcut dünya sistemini 'ekonomik emperyalizm'in yanında 'elektronik kolonyalizm', 'iletişim emperyalizmi' ve 'ideolojik emperyalizm' kavramlarıyla tanımlamıştır. Vincent Mosco Mosco, iletişimin ekonomi politiğinin toplumsal ilişkileri, özellikle iletişim kaynaklarını kapsayacak şekilde kaynakların üretimini, dağıtımını ve tüketimini karşılıklı olarak kuran iktidar ilişkilerini incelediğini belirtmektedir.

#### **KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK TARTIŞMASI**

İletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım ile kültürel çalışmalar arasındaki tartışma tarafların birbirlerine yönelik eleştirileriyle şekillenir. Grossberg, kültürel çalışmalara yönelik iki eleştirinin yapıldığını belirtir. Birincisi, kültürel çalışmaların kültürel üretim kurumlarını gözden kaçırarak analizler yaptığı, popüler kültüre ve popüler kültürle ilişkilendirdiği direniş pratiklerine fazlasıyla önem verdiği ve her tür muhalif rolden vazgeçtiğidir. İkincisi ise, kültürel çalışmaların ekonomiyi göz ardı ettiği ve gerçek hayattaki gerçek iktidar, tahakküm ve baskı yapılarını anlamakta, analiz etmekte başarısız olduğudur.

#### **YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK**

1990'lardan itibaren kapitalist küresel ekonomi içindeki yeniden yapılanmalar ve yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, iletişimin ekonomi politiği çalışmalarında, iletişim sürecinin farklı boyutlarının da ele alınmasını gerektirmiştir. İletişim alanındaki dönüşümleri anlamak ve de giderek yaygınlaşan yeni iletişim teknolojilerinin etkisini incelemek elzem hale gelmiş ve bunun için de ağ ekonomisi, dışsallıklar, eksik rekabet gibi bir takım ekonomik kavramlar analizlerde belirleyici olmuştur.

## **ULUSLARARASI İLETİŞİMİN KÜRESEL İŞLEYİŞİ**

Bilgi ve bilgi kanalları üzerindeki kontrol, bununla paralel haber ve haber kanallarının kontrolü tarih boyunca özellikle İmparatorluklar döneminde iktidar/güç ilişkileri bağlamında oldukça önem arz etmiştir. 15. yüzyıla gelindiğinde haberler Avrupa'da ulusal düzeyde yayılmaya başladı. Ancak günümüz anlamında uluslararası iletişimin önünü açan temel değişim sanayileşme ile başladı. Sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan kapitalist üretim yapısı ulus devletleri yeniden biçimlendirdi. Ulus devletlerarasındaki başta ekonomik, siyasal, hukuki, kültürel, teknolojik olmak üzere bütün düzeylerdeki ilişkiler ve bu ilişkilerin yürütme ve denetleme aşamaları, iletişimin uluslararasılaşmasına ve dünya geneline yaygınlaşmasına yol açtı. Soğuk Savaş sonrası dönemde 'süper güçler'in yoğun ilişkileri Sovyetler Birliği'nin çöküşü ile sona erdi ve Üçüncü Dünya ülkelerinin ortaya çıkışı, eşit derecede gelişmiş iletişim düzeninin artık var olamayacağı anlamına geliyordu. Telekomünikasyon ve internet başta olmak üzere iletişim teknolojilerindeki devrim niteliğindeki dönüşümler uluslararası iletişimi yeni küresel boyutlarına taşıdı; resim, kelime, ses gibi her türlü veri internet aracılığıyla aktarılabilir seviyeye geldi.

### **ULUSLARARASI İLETİŞİM**

Uluslararası iletişim, uluslararası sınırlar boyunca gerçekleşen iletişim uygulamasıdır. İletişimin en geniş arenada gerçekleştirildiği bir tür olan uluslararası iletişim, makro düzeydeki ilişkileri işaret etse de kişilerarası iletişimden, grup ve örgüt iletişimine kadar iletişimin bütün boyutlarını taşımaktadır. 19. Yüzyılda giderek ekonomi-politik süreçlerde egemenliğini kurmaya başlayan liberal düşünce, sermayenin önündeki engellerin kaldırılması ve malların serbest dolaşımının sağlanması yönünde etkili olmuştur. Liberal ve kapitalist düşüncenin dünya üzerinde yaygınlaşması, egemen haline gelmesi iletişim ortam ve araçlarının kullanımını etkilemiş, uluslararası iletişimin gelişmesinde etken bir rol oynamıştır. Bu bağlamda uluslararası iletişim sadece bir iletişim faaliyeti olmaktan çok ekonomik, politik, kültürel ve tarihsel ilişkilerin işlediği bir alandır. Uluslararası iletişim sürecinde siyaset ile ekonomi iç içe olması ve her siyasalın temelinde daima kısa veya uzun vadeli ekonomik çıkar ve güç hesaplarının yatması nedeniyle uluslararası iletişimin dünyadaki küresel ekonomi, siyasal ve kültürel pazar yapısından bağımsız olmadığı görülecektir. Bu yüzden de bu pazar yapısının işleyişine uygun, belli egemenlik ilişkileriyle ilerler ve değişen güç yapılarına göre yeniden şekillendirilebilen dinamik bir yapıya sahiptir.

### **KÜRESELLEŞME**

Küreselleşme çok boyutlu bir görüngüdür. Küreselleşme artan karşılıklı iletişim olarak tanımlar ve bu tanımın bileşenleri çok boyutludur. Küreselleşmenin çok boyutlu farklı tanımlamalarını aşağıdaki maddelerde olduğu gibi özetlemek mümkündür:

- Küreselleşme sosyal, politik ve ekonomik faaliyetlerden ve uluslararası olaylardan hem etkileyen hem de etkilenendir.
- Küreselleşme yeni bir küresel sistem oluşturarak karşılıklı etkileşimleri yoğunlaştırır.
- İletişimin yoğunluğunun ve yaygınlığının artması ulusal ve uluslararası konularda coğrafi mesafenin kaldırılmasına yol açar. Aslında iletişim o kadar derinleşir ki insanlar yerel dünyalarının yanı sıra yaşamlarının küresel bir yönünü de hisseder.
- İletişimin büyüyen yapısı ulus ötesi düzeyde çözülebilen ve ele alınabilen bazı sorunların kimi zaman kaynağını kimi zamanda çözümünü oluşturur (küresel işbirliği yoluyla silahların yayılması, uyuşturucu ve organ kaçakçılığı sorunlarında olduğu gibi).
- Birçok düşünür küreselleşmeyi sadece ekonomik temelli tanımlamıştır; küreselleşme ekonomi demektir. Dünya toplumlarına ekonomik üretim sisteminin tahakkümüdür.
- Bir başka görüşe göre küreselleşme pazarın, emeğin ve sermayenin küreselleşmesidir.
- Kültürel küreselleşme, kültürel dönüşümü kolaylaştıran bir süreç olarak tanımlanmıştır. Küresel kültürel düzen yerel kültürlerle ait özelliklerin önemli bir kısmının ortadan kalkmasına veya yenilenmesine neden olmaktadır.
- Diğer bir tanımda kültürel küreselleşme farklı kültürel yönlerin birleşmesi sonucu oluşmuştur. Bu görüş böylesi bir kültürel oluşum ve bütünleşmenin imkânsızlığından hareketle pek çok eleştiri almıştır.

### **KÜRESELLEŞME ve MEDYA EMPERYALİZMİ**

Eleştirmenler, bugünün küreselleşmesinin yalnızca eski moda sömürgecilikten yüzeysel olarak farklı

olduğunu savunmaktadır. Küreselleşme sadece kılık değiştirmiş emperyalizmdir ve aynı güce sahiptir: kaynaklar üzerinde kontrol ve kudret hakkı ve tüketim malları için büyük bir pazar. Gündelik hayat Disneyleştirilmiştir. Amerikan kültürünün küreselleşmesini anlatmak üzere Disneyfication, McDonaldization ve Cocacolonization gibi kavramlar üretilmiştir. Disneyfication ya da Disneyisation: Walt Disney'in tema parkından sonra kurulan "parkların tüketim kültürü içindeki konumunu tanımlamak, kültür ekonomisindeki değişimleri açıklamak, tüketim kültürünün getirdiği yeni mekân anlayışını betimlemek ve dünyanın birçok yerinde görülen bu yapılaşmayı belirtmek amacıyla" kullanılan bir terimdir. Mimariden isim seçimine ve dekorasyondan kıyafet ve takı seçimine kadar temalandırılan her şey için geçerlidir. McDonaldization: Bir toplumun fast-food restoran ve beslenmenin özelliklerini benimseyerek yaşamasını anlatır. Fast-food tarzı beslenme hızlıdır, çabuktur, standarttır, anında açlığı giderir ve hazırdır. Fast-food restoranının prensipleri ise verimlilik (açlıktan dolgunluğa ulaşmanın en hızlı yolu), hesaplanabilirlik (müşteriye kısa sürede teslim edilen büyük miktarda ürünün yüksek kalitede bir ürünle aynı olduğu fikri ve çalışanların iş kalitesi yerine ne kadar hızlı olduklarına bakılması), tahmin edilebilirlik (standartlaştırılmış ve tek tip hizmet-ürün) ve kontroldür (standartlaştırılmış ve tek tip çalışanlar). Cocacolonization: Kültürel küreselleşme sonucu toplumların Amerikan kültür ve beğenisini benimsemesi ya da Amerikanlaşması anlamına gelir. Cocacolonization terimi ilk olarak 1949'da Fransa'da Fransız Komünist Partisi'nin Coca-Cola'nın daha da genişlemesine şiddetle karşı çıkmasıyla kullanıldı. Soğuk Savaş yıllarında ABD dışında birçok ülke Coca-Cola ile Amerikan kültürünü ilişkilendirmeye başladı. Soğuk Savaş sonrası "Komünizm ile savaşmak için" gerekli olan "Amerikan idealleri" dünyaya Kola tarafından pazarlandı. Medya, kültürün küresel olarak üretilme, çoğaltılma ve yayılma şekli üzerinde benzeri görülmemiş bir etkiye neden oldu. Medya pazarlarının serbestleştirilmesi ve özelleştirilmesi ve yeni medya teknolojilerinin yaygınlaşması medya sahiplik yapılarında yoğunlaşmaya neden oldu. Medya emperyalizmi tartışmaları 1970'lerin başında başladı. Gelişmekte olan ülkeler artık medya üzerindeki kontrolleri nedeniyle gelişmiş ülkeleri eleştiriyordu. Bu çatışmanın ortaya çıktığı merkezler Yeni Dünya Bilgi ve İletişim Düzeni ( NWICO ) ve UNESCO idi. MacBride raporunun da desteğiyle, Hindistan, Endonezya ve Mısır gibi ülkeler "Birçok Ses, Bir Dünya" sloganıyla, büyük medya şirketlerinin geliştirmekte olan ülkelere sınırlı erişimi olması gerektiğini savundu. Bu tartışmalar ABD, İngiltere ve Singapur'un UNESCO'dan ayrılmasına neden oldu.

### **ULUSLARARASI HABER AKIŞI ve DENGESİZ İLETİŞİM**

Küreselleşen dünyada haber ajansları, gazeteler, radyo-televizyonlar, sinema gibi önemli iletişim araçları politik, ekonomik, toplumsal, eğitim, sanat ve kültür alışverişinin niteliğini oluşturmaktadır. Uluslararası iletişimin işleyişine ilişkin en önemli sorun ya da eleştiri; uluslararası bilgi akış kanallarının dünya üzerinde dengesiz bir şekilde dağılmış olmasıdır. Dengesiz iletişim olarak ifade edilen bu durum, teknolojik ve teknik açılarından gelişmiş ülkelere doğru enformasyon ve haber akışı olduğu gerçeğinden hareket etmektedir. Küreselleşme olgusuna getirilen en önemli eleştiri, küreselleşmenin egemen kültür ve beğenileri küresel düzeye taşıdığı ve yaygınlaştırdığı yönündedir. Bu durum yukarıda ifade edildiği üzere tek yönlü ya da tek boyutlu bir akışın varlığına işaret etmektedir. Tek yönlü bilgi akışı gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere doğru işlemektedir. Tek yönlü enformasyon ve haber akışı egemen konumları hem oluşturmakta hem de giderek güçlendirmektedir. Ayrıca dünya üzerinde farklı kültür ve beğenilerin temsili yerine tek biçimli bir dünya algısını da oluşturduğu söylenebilir.

### **KÜRESEL MEDYA SİSTEMLERİ**

Günümüz uluslararası medya gruplarının en önemli özelliklerinden biri sahiplik yapılarında görülen bütünleşmedir. Medya alanında faaliyet gösteren farklı endüstrilerle bütünleşmiş medya endüstrileridir. Hatta medya dışı endüstriyel alanlarla da bütünleşme söz konusudur. Uluslararası Haber Ajansları 20. Yüzyılın sonlarında uluslararası anlamda dünyada egemen olan beş büyük haber ajansının adı geçmekteydi. Bunlardan ikisi ABD kaynaklı (Associated Press AP ve United Press International UPI), biri Fransa (Agence France Press AFP), biri İngiltere (Reuters), biri de Rusya (TASS-ITAR) kaynaklıydı. Günümüzde ise beş büyükler yerine daha çok üç büyükler olarak adlandırılan AP, Reuters ve AFP haber ajanslarının egemenliği söz konusudur; uluslararası haber akışının hemen hemen tamamını bu haber ajansları ellerinde tutmaktadır. Günümüzün en büyük ve güçlü haber ajansı olarak hatta ABD'nin en önemli silahlarından biri olarak gösterilen Associated Press (AP) ajansıdır. Reuters, "Automatic Data Exchange" adı verilen bilgisayar ağı kullanmaktadır. Agence France Press, 1944 yılında Paris'te kurulmuştur. Dünyanın ilk haber ajansı olan Agence Havas'ın devamı olan AFP, dünyanın üçüncü büyük haber ajansı konumundadır. Küresel Radyo ve Televizyonlar Küresel haber ağları içinde haber ajanslarının yanında tüm dünyaya yayın yapan küresel televizyonlar da yer almaktadır. Küresel medya pazarının başlıca şirketleri Disney, Time Warner, Bertelsmann, Viacom, News Corporation, TCI, Sony, General Electric, Poly Gram ve Seagram gibi şirketlerdir. Bu şirketler CNN, FOX, MTV, CNBC gibi tüm dünyaya kültür ve ideoloji yayan küresel televizyon kanallarını yönetmektedir. Voice Of America (Amerika'nın Sesi), ABD hükümetinin politika, mali ve iş güvencesinden yararlanmaktadır. CNN, 24 saat yayın yapan ilk haber kanalıdır. Dünyanın ilk küresel

haber ağı olan CNN, küresel uydu ve kablolu televizyon ağlarını bir araya getirmiştir. Hollywood filmlerinin artan egemenliği Amerikan TV dizilerinin dünya çapında rekor kıran izleyicilerle güçlü bir şekilde büyümesini sağlamaktadır. Amerika'nın kültürel üretiminin önemli bir parçası haline gelen Amerikan TV dizileri İnternet üzerinden popüler hale gelmiştir. Bir dizi birleşme ve satın almalar yoluyla kurulan Murdoch'un haber grubu News Corporation, dünyanın en büyük uluslararası medya gruplarından biridir ve medya pazarında çok önemli bir yer tutmaktadır. Benzeri durum yayınevi alanında da geçerlidir. Time Warner, 24 derginin sahibi olduğu dünyanın en büyük ikinci yayınevidir. Disney'in dört temel işletmesi vardır: ürün geliştirme, tema parkları, film ve televizyon yapımları. Disney artık sadece bir çizgi film değil oyuncak, resim, kitap, kıyafet, TV dizisi, kupa, dergi, tema park gibi hemen her yerde görüp satın alınan küresel bir metadır. Nickelodeon ise Viacom Group'un MTV kablo ağına bağlı bir çocuk kanalıdır ve çocuk programları için dünya çapında en büyük pazar payına sahiptir. İnternet ve Sosyal Ağlar İletişim kanalları, araçları ve teknolojilerindeki hızlı değişim ve dönüşüm insanların, toplumların, ülkelerin ve topyekûn dünyanın değişimine neden olmaktadır. Ancak iletişim teknolojilerinin her aşısındaki gelişimine müdahale eden egemen yapıları da unutmamak gerekir. Her yeniliği kendi iktidar ve güç alanlarının genişleticisi olarak gören egemen yapılar, hâkimiyet alanlarını ve hükmetme güçlerini artırabilmek niyetiyle bu teknolojileri dönüştürmek istemiştir. İnternet aracılığıyla bilgiye daha kolay, ucuz şekilde ulaşmanın yolu açılmıştır. Ayrıca dijitalleşme sayesinde ses, görüntü, metin başta olmak üzere her türlü içeriği bir arada bulma olanağı vardır. Yeni medya haberin bulunması, işlenmesi ve dağıtılması konusunda yeni iş yapma biçimlerine zemin sunmaktadır. Geleneksel medya, kamuoyu oluşturma konusunda hâlâ egemen olsa da yeni medya giderek önem kazanmaktadır. Yeni çevrimiçi medya küresel iletişimin taşıyıcısıdır ve ulusal sınırlarla sınırlandırılmamıştır. Geleneksel medya yeni medya ortamına adapte olmada geç kalmamıştır. Medyadaki değişim aynı zamanda iletişim modellerinde, yöntemlerinde, pazarlarında ve etkilerinde de önemli değişikliklere yol açmıştır. Twitter, Facebook, MySpace ve podcasting gibi yeni iletişim kanalları, TV programları için sadece önemli dağıtım kanalları değil aynı zamanda medya kuruluşları ve izleyiciler arasındaki etkileşimi güçlendirmek ve izleyicilerin katılımını teşvik etmek anlamına da gelmektedir.

## **DİLBİLİM VE YAPISALCILIK**

20. yüzyılda geleneksel bilimsel anlayış yerine, bireylerin öznel deneyimlerini irdeleyen ya da aksine yapı ve kültürel sistemin rolünü odağa alan nitel yaklaşımlar sosyal bilimlerde giderek daha fazla öne çıkmaya başlamıştır. Bu dönüşümün ve farklı düşünsel yaklaşımların yarattığı bu çeşitliliğin önemli kilometre taşlarından birini de yapısalcılık (strüktüralizm, İng. Structuralism) oluşturur. Yapısalcılık, temelleri daha eskilere uzanmakla birlikte, özellikle 1950’li yıllardan sonra dilbilim, psikoloji, antropoloji, sosyoloji, iletişim, kültürel analizler, hatta matematik ve bütün olarak toplumsal teoride sıkça kullanılan ve alışıldık bilimsel düşünme biçimlerini çarpıcı bir şekilde dönüştüren bir yaklaşım olmuştur.

### **YAPISALCILIĞIN KAVRAMSAL VE TARİHSEL BAĞLAMI**

Yapısalcılık; dilbilimden kültür araştırmalarına, halk masallarına ve edebiyat metinlerine kısaca tüm anlatı (narrative) türlerine kadar, geniş bir alanda uygulanmasını gördüğümüz, farklı anlamlar yüklense de genel olarak ‘yapı’nın belirleyiciliğinden hareket eden, felsefi ve toplumsal problemleri bu belirleyici yapı kavramından hareketle açıklamaya çalışan yaklaşımın adıdır. Yapısalcılık, olay ya da olguları anlayabilmek için onların altında yatan ve asıl belirleyici temel olduğu düşünülen yapıları anlamak gerektiğini savunan bir yaklaşımdır. Bu bağlamda yapısalcılık insanın her türlü etkinliğinin genel yapısını ortaya koymayı amaçlar. Yapısalcı yaklaşım, olguların ya da eylemlerin tarihsel nedenlerini anlamaktan çok, onları içinde var oldukları sistemle ilişkilendirerek olguların ya da eylemlerin yapısını ve önemini ortaya koyar. Bu bağlamda insan eylemlerinin nedenini özgür bireyin iradesi temelinde kavrayan Hümanizm gibi akımların aksine, yapısalcılık, bireyin eylemlerinin de toplumsal yapı tarafından belirlendiğini savunmuştur. Temelinde, toplumsal gerçekliği yapısal ve ilişkisel olarak anlama amacı taşıyan yapısalcı yaklaşımın kökeninin ağırlıklı olarak dilbilimsel ve göstergebilimsel yaklaşımlara ve dilbilimci Ferdinand De Saussure, antropolog Claude Levi-Strauss ve göstergebilimci Roland Barthes’ın çalışmalarına dayandığı bilinmekle birlikte, yapısalcılığın bu araştırmacıdan çok daha önceki dönemlere dayanan bir tarihsel geçmişi vardır. Dilbilimde yapısalcılık, Ferdinand de Saussure’ün çalışmaları ile başlamıştır; Saussure’ün verdiği derslerin notlarının derlenmesinden oluşan ve 1916 yılında yayımlanan Genel Dilbilim Dersleri adlı kitabında ortaya koyduğu fikirlerin yapısalcılığın sonraki yıllarda bütünsel bir yaklaşım olarak ortaya çıkışında özellikle etkili olduğu bilinmektedir. Yapısalcılığın temel özellikleri Piaget, yapısalcılığın bir öğretiden çok bir yöntem olduğuna dikkat çeker, ancak yapısalcılığın öğretisel sonuçları çok olmuştur. Bir yöntem olduğundan uygulanabilirliği kısıtlıdır ve verimliliğinden dolayı başka yöntemlerle birleştirilmiştir. Barthes ise yapısalcılığı toplumsal yapıları dilbilimsel yöntemlerle analiz etmenin bir yolu olarak tanımlar. Buna göre toplumun işleyişine dair yasaların, dilin işleyişine dair yasalarla aynı olduğunu kabul edilir. Bir yöntem olarak düşünülürse, yapısalcılığın temel amaç ya da yönelimleri de şöyle sıralanabilir:

- Ele alınan nesnenin ‘kendi başına ve kendi kendisi için’ incelenmesi;
  - Nesnenin kendi öğeleri arasındaki bağıntılardan oluşan bir ‘dizge’ olarak ele alınması;
  - Söz konusu dizge içinde her zaman işlevi göz önünde bulundurma ve her olguyu bağlı olduğu dizgeye dayandırma zorunluluğunun sonucu olarak, nesnenin artsüremlilik içinde değil, eşsüremlilik (eşzamanlılık) içinde ele alınması;
  - Bunun sonucu olarak, köken, gelişim, etkileşim vb. gibi artsüremlilik (artzamanlı) sorunlara ancak nesnenin elden geldiğince eksiksiz bir çözümlemesi yapıldıktan sonra ve bunların da eşsüremlilik olgular gibi dizgesel olarak ele alınmalarını sağlayacak yöntemler geliştirildiği ölçüde yer verilmesi;
  - Nesnenin ‘kendi başına ve kendi kendisi için’ incelenmesinin sonucu olarak ‘doğa ötesel’ değil, ‘özdekçi’ bir yaklaşım biçiminde tanımlanması;
  - Bu yaklaşımın felsefi, siyasal ya da sanatsal bir öğretisi değil, tutarlı bir çözümleme yöntemi oluşturmaya yönelmesi, dolayısıyla erimcilikle hiçbir ilgisi bulunmaması.
- Yapısalcılığın Saussure tarafından ortaya koyulan dilbilimsel kurallara bağlılık gösteren şeklini diğerlerinden ayırt eden temel özellikleri şöyle sıralanabilir:
- Dil ile ilgilenme,
  - Öznelciliğe ve insan merkezliğe (hümanizm) saldırı,
  - Tarihteki süreksizlikleri vurgulama (olayların ve olguların eşzamanlı olarak, şimdi burada var olan şekliyle dikkate alınması),

- Doğa/kültür, gösteren/gösterilen, dil/konuşma, görünüş/öz vb. ikili karşıtlıklarla ilgilenme,
- Gösterenle (tikel bir ses veya yazılı karakterler kümesi olarak düşünülen sözcük-ışitim imgesi) gösterilen (gösterenin temsil ettiği anlam ya da kavram) birlikteliğinin karşılığında kullanılan ‘iki yönlü anlık bir kendiliği’ ifade eden gösterge kavramına sıkı sıkıya bağlı kalma.

Yapı kavramı Piaget, yapı kavramının üç ana düşünceden oluştuğunu vurgular; bütünlük, dönüşüm ve öz-düzenleme (kendi-kendini yönetme). Bir sistem olduğu ve sadece öğelerin ve bunların özelliklerinin basit bir toplamı olmadığı için bu tür dönüşümlerin yasaları vardır. Yapı, kendi dönüşüm yasaları aracılığıyla (ki bunlar ne sistem dışından sonuçlar verir ne de sistemin dışında olan öğeleri kullanır) korunur ya da zenginleşir. Bu yasalar aracılığıyla yapı bütün ya da sistem açısından tanımlanır. Bu nedenle de kültüre ya da genel olarak topluma dair tüm bilimsel analizler yapılar üzerinden gerçekleştirilmedikçe yüzeysel birbiriyle alakasız parçalar yığınıyla uğraşmaktan öte anlam taşımayacaktır.

### **YAPISALCILIK VE DİLBİLİM**

Yapı kavramı ve toplumsal sistemlerin yapısal çözümlemesi en başından beri temel toplumsal düşünürlerin kuramsal yaklaşımlarında önemli rol oynamıştır. Yapısalcı hareket, kimi eleştirmenlerinin vurguladıkları gibi, yeni bir ‘kült’ ya da düşünsel ‘moda’ özellikleri taşısa bile yine de sosyal bilimlerde hümanist, tarihselci ve ampirik yöntem bilgisi kavramsallaştırmalarını reddeden ve bunlara kıyasla yeni seçenekler sunan özgün bir yaklaşımdır. Ferdinand de Saussure İsviçreli dilbilimci Saussure dilbilimin kurucularından biri olarak bilinir. En ünlü çalışması üniversitede verdiği derslerin notlarından ortaya çıkan ve meslektaşları tarafından derlenen Genel Dilbilim Dersleri adlı kitaptır. Saussure, dili bir tür “göstergeler sistemi” olarak kavrar ve dilin karşıtlıklar aracılığıyla işlediğini ortaya koyar:

- Dil (langue) (bir yapı veya sistem olarak görülen bireysel doğal dil) ve söz (parole) (bireysel konuşma ya da süreç olarak dilsel eylem) ayrımı,
- Göstergenin (işaret) ikili bir yapıya (gösteren / gösterilen) sahip olması,
- Eşsüremlili (synchronic-senkronik) ve artsüremlili (diachronic-diyakronik) dil analizi.

### **YAPISALCILIK VE DİLBİLİMİN İLETİŞİMSSEL BAĞLAMI**

İletişimde, göstergebilim, antropoloji, sosyoloji ve edebiyat eleştirisini birleştiren analiz biçimine yapısalcilik denir. Yapısalcılar sosyal, ekonomik veya siyasal inşa ile uğraşmaz. Dilsel inşadan geçerek sosyal eleştirel veya destekleyici betimlemesini yapar. Yapısalcı analizin iletişim kuramları içinde farklı yaklaşımları etkilediğini söylemek mümkündür. Özellikle Roland Barthes’in yapısalci edebiyat eleştirisi ve göstergebilimsel analizi ile Louis Althusser’in Marksist yapısalcılığı, eleştirel iletişim kuramlarının iki ana kolundan birisini oluşturan ve medya metinlerinin üretim ve tüketim süreçlerinden çok kültür ve dil üzerine odaklanan “kültürel çalışmalar” yaklaşımını oldukça etkilemiştir. Medya alanında yapısalci yaklaşımların önemi, bu yaklaşımların medya içeriklerini egemen ideolojinin topluma aktarıldığı ürünler olarak görmeleridir. Böylece, medya yaklaşımlarında programlar aracılığıyla izleyici ve okuyuculara sunulan içeriği ve onun ideolojisini incelerler. Özellikle Althusser’in yapısalci ideoloji anlayışı çerçevesinde Devletin İdeolojik Aygıtları kavramsallaştırmasına başvururlar. Sonuç olarak, yapısalcilik, pek çok alanda olduğu gibi kitle iletişim kuramları üzerinde de farklı boyutlarda etkiler yaratmıştır. Bununla birlikte, yapısalci yaklaşım medya pratiklerini ve bu pratiklerin kültürel çıktılarını siyasal ve ekonomik bağlamdan yoksun bir şekilde, yalnızca metnin yapısal analiziyle sınırlayıp tek boyutlu olarak incelediği için eleştirilmiştir.

## İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI VE GÖSTERGEBİLİM

Göstergebilim anlam üretimini incelemeyi amaçlayan disiplinler ötesi bir araştırma alanıdır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarıyla aktarılan mesajlar ve bu mesajların içerdiği göstergeler üzerinden medyanın anlamı ve gerçekliği nasıl aktarır, inşa ettiği hususu, göstergebilimi iletişim araştırmaları için de önemli ve etkileşim içinde olduğu bir disiplin hâline getirmiştir.

### GÖSTERGEBİLİMİN TARİHSEL VE KAVRAMSAL YAPISI

Göstergebilimin temel kavramlarını da ortaya koyan Genel Dilbilim Dersleri'nde Saussure, göstergebilimi göstergelerin sosyal yaşamdaki durumunu konu edinen genel bir disiplin olarak adlandırmıştır. Charles Sanders Peirce de yaptığı çalışmalarla çağdaş göstergebilimin temellerini atan isimlerden bir diğeri olmuştur. Göstergebilim işaretler, göstergeler bilimi olarak tanımlanır. Saussure ve Peirce'ün temelini attığı ve öncülüğünü yaptığı göstergebilim, 1960'lardan sonra bağımsız bir bilim dalı hâline gelmiştir. Göstergebilim temel olarak üçe ayrılmaktadır:

**Tanımlayıcı göstergebilim:** Göstergeler üzerinde betimleyici inceleme ve açıklama yapar.

**Kuramsal göstergebilim:** Bu açıklamaları ve betimlemeleri bir kuramsal çerçeveye oturtur.

**Uygulamalı göstergebilim:** Kuramsal varsayımları deneyen ve toplumun ve endüstriyel yapının sorunlarına çözümü amaçlar.

Göstergelerin anlamı üç yolla yaratılır: sözdizimsel, anlamsal, edimsel. Sözdizimselde, anlam kelimeleri yerleştirme veya sıraya koyma ile yaratılır. Semantikte göstergelerin kendilerini kullanımıyla kelimenin bireye ne almama geldiğiyle yaratılır. Edimselde anlam bağlamdan geçerek yaratılır. Charles Morris, Peirce'ün semiyotiğini davranışçılığa uygulamış ve göstergebilimi üç bölüme ayırmıştır: Konuşan özne ile göstergeler arasındaki bağıntıları inceleyen edimbilim (pragmatics), gösterge ile gösterilen şey arasındaki bağıntıları inceleyen anlambilim (semantics) ve göstergelerin kendi aralarındaki bağıntıları inceleyen sözdizim (syntax) Göstergebilim kuramı, yazınsal ya da bilimsel bir söylem, bir görüntü, bir mimari yapı, bir tiyatro gösterisi, bir müzik eseri vb. gibi anlamlı bir bütünün hangi anlamsal katmanlardan oluştuğunu açıklamayı ve bu katmanları bir üst dil aracılığıyla dizgeleştirerek sunmayı amaçlar. Anlam değil, anlamların eklemeli biçimini araştıran, anlam üretiminin süreçlerini ortaya çıkarmaya çalışan göstergebilim, içeriğin biçimine yönelik bir anlamlama kuramıdır. Saussure'a göre dilbilimsel bir imge bir şeyi bir isimle eşleştirmekten çok bir kavramı ve ses-görüntüsünü eşleştirir. Saussure, kavram ses ve görüntünün kombinasyonuna imge demektedir. İşte Saussure'ün imgeyi iki bileşene ayırması, gösteren (veya 'ses-görüntü') ve gösterilen (veya 'kavram') ve bu ikisinin arasındaki ilişkinin rastgele seçilmiş –keyfi- olmasını önermesi göstergebilimin geliştirilmesinde önemli rol oynamıştır. Peirce'ün ağırlıklı olarak üçlü ayrımlar üzerinden modeller geliştirdiğini ve göstergelerin yapı ve özelliklerini bu şekilde sistematize ettiğini görüyoruz. Peirce tarafından ortaya koyulan ilk ayırım göstergelerin niteliğine ilişkindir: Nitel, tekil ve kavramsal. Peirce'ün göstergelere dair bir başka önemli kavramsallaştırması ise sözcük birim terim, önerme ve kanıt çıkarım şeklindedir. Öte yandan Peirce, imgelerin – göstergelerin üç yönüne odaklanmıştır: iconic-görüntüsel, indexical-işaret eden ve sembolik/simgesel boyutları. İkonik: İşaret ettiği şeyi temsil eden, ona benzeyen görüntüsel göstergelerdir. Örneğin fotoğraf, resim, heykel belirli bir nesneyle anlamsal olarak ilişki kurar, onu temsil eder. İndeksel: Gösterileniyle doğrudan ilişki kuran, işaret eden göstergelerdir. Örneğin bir otomobil kornasının otomobilin yaklaşmakta olduğuna işaret etmesi böyledir. Sembolik/Simgesel: İşaret ettiği şeye benzemeyen ancak anlamı kültürel uzlaşmaya göre keyfi olarak belirlenen göstergelerdir. "Örneğin, dildeki sözcükler, uzlaşmaya dayalı birer simgedir; çünkü bir sözcük, belirttiği şeyi yalnızca bu anlama geldiğini anlamamız sayesinde anlatmış olur. Sonuç olarak, Peirce, göstergeleri mantıksal fonksiyonları açısından tanımlarken, Saussure'ün göstergelerin sosyal fonksiyonlarına odaklanarak bir tanım geliştirdiğini, başka bir deyişle, Peirce göstergelerin nesnelere ilişkisine, Saussure'ün ise göstergelerin diğer göstergelerle ilişkisine baktığını söylemek mümkündür. Göstergebilimde Temel Kavramlar Göstergebilim alanında ortaya atılmış hemen tüm yaklaşım ve modeller üç önemli öge üzerinde durmuşlardır. Bunlar: gösterge, gösterilen, yani gösterenin gönderme yaptığı şey ve gösteren, yani gösterenin somut varlığıdır. Gösterge gösteren ve gösterilenin bileşimidir. Göstergebilimden bahsedildiğinde göze ilk çarpan kavram 'gösterge'dir. Gösterge bir kavramı ya da durumu gösteren bir 'şey', bir düşünce, bir eylem, bir eşya ya da şekil, bir olguyu anlatan bir belirteç olabilir. Gösterge, somut bir nesne, olay veya kavramın yerine kullandığımız ve kafamızda o nesne, olay veya kavramı

işaret eden, onu temsil eden sembol veya simgelere denilir. İşte göstergebilim, aslında insan aklı ve kültürü bağlamında sonsuz sayıda olabilen bu göstergeleri araştırır. Saussure her kelimenin bir gösterge olduğunu ve bir ‘gösteren’ (sözün ağızdan çıkan ses birimleri olarak fiziksel gerçekliği) ile ‘gösterilen’ den (sözcüğün zihinde uyandırdığı imge) oluştuğunu ortaya koymuştur. Başka bir deyişle söylenecek olursa “gösteren gösterenin bizim fiziksel olarak algıladığımız kısmıdır (kağıt üzerindeki işaretlerdir, havadaki seslerdir). Gösterilen, gösterenin göndermede bulunduğu zihinsel kavramdır. Bu zihinsel kavram aynı dili paylaşan aynı kültürün üyelerinin tümü için ortaktır. Yani bir göstereni görür ya da işitirsek gösterilen zihnimizde canlanır. Buna göre, gösteren (gösterenin fiziksel varlığı) ile gösterilen (zihinsel kavram) bir araya gelerek anlamlandırma sürecini oluşturmaktadırlar. Her bir gösterene bir gösterilen şeklindeki ilişki her ne kadar zorunlu olsa da bu ilişki bir gösterilenin herhangi bir gösterenle ifade etme zorunluluğunu içermez. Çünkü gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki toplumsal bir anlaşmaya dayanan keyfi bir ilişkidir. Bir gösterilen dilden dile farklı gösterenlerle ifade edilebilirken aynı dil içerisinde gösterilenleri karşılayan göstergelerin değişmesi de mümkündür. Roland Barthes Göstergebilimin medya ve iletişim araştırmaları bakımından konumu ele alındığında en çok öne çıkan araştırmacının Fransız felsefeci Roland Barthes olduğu görülecektir. Barthes’in iletişim kuramları açısından önemi anlamlandırmanın meydana geldiği ve anlamın oluşturulduğu her yapıyı, aynı dil gibi göstergebilim aracılığıyla inceleyebileceğimizi ortaya atmasıdır; bu bakımdan medya içeriklerinin göstergebilimsel olarak incelenmesinde Barthes’in katkısı büyüktür. Dilbilim ile kültürel araştırma arasında yakınlaşmayı savunan Barthes, bunu mümkün kılmak üzere semiyotik (göstergebilimsel) araştırmayı kullanır. Barthes, ideoloji, mit gibi kavramlar üzerinden anlamlandırma sürecinin nasıl işlediğini açıklamıştır. Bunun için düz anlam ve yan anlam gibi kavramları kullanan Barthes, düz anlamın o gösterenin neyi gösterdiğiyle, yan anlamın gösterenin bunu nasıl kavramsallaştırdığıyla ilgili olduğunu söyler. Düz anlamlar insanların zihinlerinden evrensel olarak ortak bir imge oluştururken, yan anlamlar ise kültür, mitler, ideolojiler gibi toplumdan topluma farklılık gösterebilen kavramlar ekseninde farklılaşabilmektedir. Göstergebilim ve İletişim Araştırmaları Göstergebilim, anlam evrenini çözümlemeyi amaçlar: Anlam oluşumu, anlam yaratmak, anlamlandırmak gibi soyut durumun dizgeleştirilmesi, açığa çıkarılması gibi konular anlamla ilgili ilk akla gelenlerdir. Bu bakımdan anlamla ilgili her şey göstergebilimin alanına girer. Medya metinleri de aslında göstergeler bütünüdür. İşte göstergebilim, yapılaşmış bir bütün olarak metinleri çözümlemeye çalışmakta ve gizli yan anlamları da araştırmaktadır. Bu bağlamda haber metinlerinden reklam filmlerine, fotoğraflardan sinemaya kadar her türlü medya içeriğinin göstergebilimin ilgi alanına rahatlıkla girdiği söylenebilir. “Göstergebilim, iletişim ve bilgi aktarımını içeren sinema, tiyatro, tıp, mimari, zooloji ve birçok başka alanda ilgi çekici sonuçlara uygulanmıştır. Hatta bazı göstergebilimciler, her şeyin göstergebilimsel olarak çözümlenebileceğini öne sürüp, irili ufaklı her şeyin anlamının çözülmesine yardımcı olacak bir anahtar olarak görmüşlerdir. Göstergebilim, iletişimi -ister alıcı ister kaynak tarafından- iletilerde anlam üretme olarak görür. Böylelikle göstergebilimin, Frankfurt Okulu gibi kuramsal yaklaşımlar tarafından ortaya koyulan ve bireyi devasa kültür endüstrileri karşısında pasif özneler olarak gören yaklaşımlardaki ikna boyutundan görece yararlanmakla birlikte, metin üzerine eğilen araştırmaları bağlamında bireyin okuma ve anlamlandırma süreçleri üzerinden etkin özne fikrini ortaya koyan kültürel çalışmalar yaklaşımına daha yakın durduğu söylenebilir. 1960-1970’li yılların kitle iletişiminde göstergebilim, tüm medya araç gereçlerine (sinema, televizyon, çizgi film vb.) ve tüm gösterge dizgelerine (giyim ya da gıda gibi tüketim ürünlerinin görüntüleri) dayalı dilbilimsel bir model üzerine kurulmuştur. Burada da gösteren gösterilen, yan anlam düz anlam ayrımı bulunmaktadır. Göstergebilimin bu özelliklerinden dolayı özellikle eleştirel iletişim çalışmalarının iki ana kolundan birini oluşturan “Kültürel Çalışmalar” yaklaşımıyla metodolojik düzeyde oldukça etkileşim içinde olduğunu söylemek mümkündür. Kültürel çalışmalar, medya içerikleri dâhil olmak üzere bütün toplumsal pratikleri ve kurumları birer “metin” olarak görmüş ve bu metinlerin dilsel, kültürel ve ideolojik yapılarını analiz ederek anlamlandırmanın, iktidar ilişkilerinin ve toplumsal gerçekliğin nasıl kurulduğunu incelemiştir. Sonraki dönemlerde post-yapısalcılık vb. pek çok akımın etkisinde farklı boyutlar kazanmakla birlikte, günümüzde iletişim çalışmalarında yaşanan kuramsal gelişmeler bağlamında göstergebilimin hala iletişim araştırmaları içinde sıklıkla kullanılan bir yaklaşım olduğu söylenebilir.

### **İNGİLİZ KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR OKULUNUN TARİHÇESİ**

Kültürel çalışmalar ilk olarak 1950'lerin, 1960'ların ve 1970'lerin sonlarında İngiliz akademisyenler tarafından geliştirilmiştir. Daha sonra dünyadaki birçok farklı disiplinden bilim insanları tarafından fark edilerek kendi üretim pratikleri içerisinde dönüştürülmüştür. İngiliz kültürel okulu veya diğer adıyla Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi; ikinci dünya savaşı İngiltere'sinde devletin refah durumunda olduğu, kapitalizmin baş gösterdiği bir dönemde 1964 yılı İngiltere'sinde Hoggart'ın yöneticiliğinde kurulmuştur. Bu merkezin oluşumuna ilk katkı sağlayanlardan biri Frank Raymond Leavis'tir. Leavis kültürel çalışmalar okulunun kurulduğu 1964 yılından tam 34 sene öncesinde yayımladığı çalışmalarıyla okulun kurulmasına öncülük etmiştir. Ayrıca okulun kökeni Richard Hoggart, Raymond Williams ve E.P Thompson'un ortaya koyduğu çalışmalara dayandığı da söylenebilir. Bunun yanı sıra kendileri kabul etmese de bu okulun merkezinde Jürgen Habermas, Stuart Hall, Pierre Bourdieu , Jean Baudrillard gibi isimler de görülmektedir. Merkez kurulduğu yıllardan günümüze kadar bilimselliğini disiplinlerarası bir üretim üzerine konumlandırmıştır. Okulun kurulduğu yıllarda küreselleşme ve enformasyon ağlarında yaşanan bir takım gelişmeler okulun yaptığı çalışmalara ışık tutma adına önemlidir. 1970'li yıllarda yaşanan haber üretiminde, kitle kültüründe, uluslararası akış ve iletişimdeki dengesizliklerden dolayı iletişim alanında yürütülen çalışmalar uluslararası ölçekte çok boyutluluk kazanmıştır. Amerika'da, İngiliz Kültür Çalışmalarının ortaya çıkmasından önce, kültürel analizin çeşitli versiyonları büyük ölçüde pragmatik ve liberal-çoğulcu felsefe geleneğinden beslenmiştir. İngiliz Kültür Çalışmalarının 1970'lerin sonunda uluslararası bilimsel alanlarda yayılmaya başlamasıyla birlikte kültürel çalışmalar yeni araştırma konularıyla çeşitlenerek Amerika'da da yaygınlaşmıştır. İngiliz Kültürel Çalışmaları 1980'li yılların sonunda feminizm, postyapısalcılık, postmodernizm ve ırkçılık gibi alanlarla sıkı ilişkiler kurmaya başlayınca, eleştirel kültürel çalışmalar (Marksist, feminist, postyapısalcı vb.); iletişim çalışmaları, eğitim, sosyoloji ve edebiyat gibi alanlarda ABD üniversitelerinde hızlıca yayılmıştır. 1979'da Margaret Thatcher'ın Birleşik Krallık'ın başbakanı seçilmesinin ardından okulun önemli temsilcilerinden birkaç önemli isim Avustralya'ya göç ederek kendileriyle birlikte İngiliz Kültürel Çalışmalarını da bu ülkeye taşımıştır. Günümüzde de kültürel çalışmalar geleneği içerisinde temel çalışma konularına ek olarak postkolonyal, queer ve feminizm kuramları da okulun temsilcilerinin ilgilendiği alanlar arasındadır. Kültürel çalışmalar geleneği dünya ölçeğinde dernekler, siteler([www.cultstud.org](http://www.cultstud.org), [www.theory.org.uk](http://www.theory.org.uk), [www.culturalstudies.net](http://www.culturalstudies.net)), dergiler, canlı tartışma ortamları gibi platformlarda temsil yeteneğine ulaşmış olsa da 2002 yılının Ağustos ayında Birmingham Üniversitesi Kültür Araştırmaları ve Sosyoloji Bölümü kapatılmıştır. Bu süreç sonrasında bölümün temsilcileri yayın etkinlikleriyle kurumsallaşma faaliyetlerine devam etmiştir. Öyle ki kültürel çalışmalar merkezi kapatıldıktan sonra Birmingham Üniversitesi'nde "Kültür, Toplum ve İletişim" bölümü adı altında yeni bir merkez kurulmuştur.

### **MERKEZİN TEMSİLCİLERİ VE ÇALIŞMA ALANLARI**

Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin Kurucuları ile ilk kuşak temsilcileri arasında şu isimler yer almaktadır; Richard Hoggart, Ramond Williams, Edward P. Thompson ve Stuart Hall. İkinci kuşak olarak nitelendirilen ve de en tanınan temsilcilerin isimleri ise şunlardır; Charlotte Brundson, Phil Cohen, Cas Critcheer, Simon Frith, Paul Gilroy, Dick Hebdige, Dorothy Hobson, Tony Jefferson, Andrew Lowe, Angela McRobbie, David Morley, Paul Willis'tir. Raymond Williams ve Richard Hoggart kültür alanına dair var olan mevcut çalışmaların işçi sınıfının yaşam tarzlarına ve ilgilerine çok fazla yer vermemesi nedeniyle kendi çalışmalarında işçi sınıfı ile popüler kültüre yönelik araştırmalara odaklanmışlardır. Richard Hoggart Richard Hoggart 1957 yılında The Uses of Literacy 'adlı eserini yayımlamıştır. Hoggart bu yapıtında işçi sınıfının kapitalizmin sunduğu ticari kültüre karşı direnen geleneksel hayat tarzlarına övgüde bulunurken aynı zamanda kapitalizm ile birlikte gelen ticari kültüre de eleştirilerde bulunmuştur. Hoggart'ın başarısı işçi sınıfının içinde bulunduğu kültürü akademik alana taşımaya ve kapalı okuma gibi yazın eleştirisi yöntemlerini popüler kültür materyaline uygulamasına dayanır. Hoggart aynı zamanda okulun ilk yöneticisidir fakat okul en parlak dönemini ondan sonra yönetime gelen Stuart Hall ile yaşamıştır. Hall, popüler kültür alanına mücadele sahası olarak da bakmak gerektiğini ifade etmektedir. Ayrıca çalışmalarında kodlama/kodaçımı başlıklı makalesinde –üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim, üretim- eklemlenmesiyle lineer iletişim modeline bir alternatif geliştirmiştir. Hall burada mesaj ve mesajın ifşa edilmesinin toplum ve iktidar

arasındaki bağlantıdan çıkarılacağını vurgulamıştır. Kültürel çalışmalar okulu bu dönemde çatısı altında toplandığı “New Left Review” dergisinin bilim çevrelerinde öne çıktığı döneme de denk gelmektedir. Raymond Williams Kültürün farklı yönlerini araştırdığı çok sayıda makale ve kitabın dışında Politics and Letters (1946-1947) adlı derginin de yönetmenliğini yürütmüştür. New Left Review adlı Marksist dergide birçok yazısı yayımlanmıştır. Bu yönüyle Marksist kültür ve edebiyat kuramının gelişmesine önemli katkılarda bulunmuş bir eleştirmen ve teorisyendir. Çağdaş Kültürel İncelemeler Okulu (Birmingham K.İ.)’da, işçi sınıfının çözümlenmesinde önemli çalışmalar yayımlayan Williams okul kurulduktan bir yıl sonra yazdığı The Long Revolution’ adlı eserinde kültürün toplumsal ve tarihi bir süreç olduğunu belirterek kültürü toplumsal ve ekonomi altında kısıtlayan bir tarafta alt yapının diğer taraftaki üst yapıya olan üstünlüğünü tartışmaya açmıştır. Kültür, medya ve iletişim araçları üstüne düşünceleri Gramsci temellidir. Gramsci nin medyaya biçtiği rol ve hegemonyanın kullanımı üstüne tartışarak biçimlendirir görüşlerini. Medyaya yönelik yaptığı çalışmalarında Williams teknolojinin belirleyici özelliğini de eleştirir.

### **KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR OKULUNUN ARAŞTIRMA ALANLARI**

Okulun adında geçen “kültür” kelimesi estetik anlamından ziyade siyasal anlamıyla bilinmektedir. Yani kültürel çalışmaların konusunu dar anlamıyla açıklayacak olursak; estetik ya da estetik mükemmeliyet, ruhsal gelişim süreci ve düşünsellik bakımından ele alınan kültür değil, günlük yaşamın konusu ve uygulaması olarak algılanan kültür şeklinde ifade edilir. Kültürel araştırmalar, gündelik hayata dair olguların büyük tek bir disiplin yerine birden fazla disiplinden yararlanarak eleştirel bir yaklaşımla incelemektedir. Kültürel çalışmalar açıkça ve hatta radikal bir şekilde disiplinlerarasıdır ve bazen antidisipliner olarak da görülebilir. Okulun etkisiyle kültürel çalışmalar Anglosakson / anglofon bir etki oluşturmuş ve uluslararası bir form kazanmıştır. Kültürel çalışmalar merkezi bilhassa İngiliz işçi sınıfının boş zaman alışkanlıkları, gençlik altı kültürlerinin dönüştürülmüş simgeler aracılığı ile kendilerini ifade etme biçimleri, ev kadınlarına yönelik yapılan radyo yayınları, ucuz aşk romanları, göçmen şiirleri, hastalık ve yaşlılık gibi toplumsal yaşam alanlarından uzak kalma durumları, terör ve savaş haberciliği gibi pozitivist sosyolojinin kendine çalışma konusu edinmediği bu alanlarda incelemeler yapmaya ve yeni eleştirel inceleme yöntemleri geliştirmiştir. Okul her ne kadar Marksist kuramı temel almış olsa da güncel sorunlara da eğilen alternatif bir kaynak olarak görülebilir. Kültürel çalışmalar okulu kapitalizm karşısında ezilen işçi sınıfıyla ilgilenmiş ve işçi sınıfını daha iyi bir duruma getirebilmek için yapısalcılıktan yararlanmıştır. Temsilcileri bir takım yeni doğrular ile yanlışlar arayışı içerisinde olmuşlardır. Richard Hoggart ve Raymond Williams gibi, İngiliz Kültürel İncelemelerinin öncüsü olan düşünürler, işçi sınıfının kültürünü anlamak için popüler kültür ürünlerinin incelenmesi gerekliliğini savunmuştur. Geleneğin bu dönemdeki başarısı bilhassa bu sahalardaki çalışmalarını feminizm ile birleştirmesinden kaynaklanmaktadır. Okul bu çalışmaların hemen akabinde kadınlarla ilgili tasarım ve ideoloji sorununu da inceleme alanına taşır. 1968 ile 1969 yıllarında yapılan çalışmalar Levi Strauss’ un söylence ve Barthes’ in ilk incelemelerine gösterdiği ilgiyi yansıtır. Ayrıca okul Louis Althusser ile yapısalcılık arasından ortaya çıkan düşünceleri bir potada eritmiş, bir taraftan “kültürün görece özerkliğine” dair daha keskin kavrayışlar ortaya koyarken diğer yandan ideolojik yapıların popüler bilinci nasıl şekillendirdiğine dair net modeller ortaya çıkarmışlardır. 2. Dünya Savaşından sonra Batı toplumbilimlerinde meydana gelen yapısalcılık-postyapısalcılık arasında dönüşüm merkezin paradigmat tutumunu şekillendirmesi adına kapı aralamıştır. Okul, kültürü; yapıyı meydana getiren materyallerden biri olarak görür ve tarihi biçimlendirdiği hususunda da ısrarcı bir rol takınır. Kültürel çalışmalar medya metinlerinin analiziyle ve bu metinlerin toplum üzerindeki baskıyı nasıl oluşturduklarını ortaya çıkarmakla ilgilenmiş ancak çalışmalar ilerledikçe iletişim araçlarının ideolojiyi topluma yaymakta yetersiz olduğunun altını çizmişlerdir. Metinlerin ideolojik analizini yapan okul izleyicilerin pasif değil aktif birer izleyici oldukları hükmüne varmışlardır. Okulun çalışmalarının merkezinde; kadın dergilerinin, televizyondaki fiksiyon ve haber programlarının, yazılı basının söylemlerinin çözümlenmesi vardır. Merkezin çalışma alanlarından birini de feminizm hareketi oluşturmaktadır. 1980’lerin ortalarından itibaren feminist araştırmalar hız kazanırken söz konusu araştırmalarda kültürel ürünlerde kadının cinsiyetçi bakış açısıyla nasıl sunulduğu üzerine incelemeler yapılmıştır. Çalışmaların bu yöne evrilmesi diğer marksist çevrelerce eleştiri konusu olmuş çalışmaların liberalleştirdiğini yönüne vurgu yapılmıştır. Bu tarz incelemeler postmodern ve postyapısalcı yaklaşımla ele alınmıştır. 1970 ile 1980 yılları arasında altın çağını yaşayan Birmingham Okulu ile birlikte Neo-Gramsci bir analiz şekli ortaya çıkmış ve sınıf ile kültür etrafında odaklanılmış iken kuramsal gündemler süratli bir şekilde daha da karmaşık hale gelmeye başlamıştır ve okul bir süre sonra dağılma aşamasına gelmiştir. 1990’lı yıllara gelinirken okulun geleneksel çalışma konularından genel bir eksen kayması yaşandığı gözlenmektedir. Coğrafi genişlemenin İngiliz kültürel okulunun çalışmaları üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Okulun dünya ölçeğinde yaygınlaşması özellikle de Amerika, Kanada ve Avustralya’ya gibi ülkelerin bilim çevrelerinde yer alması, ulusal açıdan yeni konuların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Britanya ve Amerika Birleşik Devletleri’nde ortaya çıkan neo-liberalizm akımıyla birlikte kültürel çalışmalar küresel bir güç/hareket

haline gelmiş ve çeşitli nedenlerden dolayı hem üniversitedeki hem de dışardaki birçok muhafazakar muhaliflerin öfkesinin hedefi olmuştur. Özellikle Marksist siyasal ekonomi yöntemiyle ilişkilendirilen sol görüşlü eleştirilenler dahi, kültürel çalışmaları kültürel olayların önemini gereğinden fazla abartmakla suçlamıştır. Kültürel çalışmalar sert eleştirilere maruz kalıp değersiz görülmeye devam etse de, neredeyse dünya çapında bir hareket haline gelmiştir.

### **KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR OKULU: KÜLTÜR, İDEOLOJİ İLİŞKİSİ**

Williams “Kültür ve Toplum” adlı kitabında kültür kelimesinin İngiliz düşüncesine neden endüstri dönemiyle yerleştiğini kültür kavrayışına yönelik oluşturmaya çalıştığı beş temel parametreyle çizmiştir; bunlar endüstri, demokrasi, sınıf, sanat ve kültür olarak ifade edilmektedir. Merkez ekolü için kültürel alan, toplum iktidar ilişkilerinin kurulduğu ve yeniden üretildiği asli alanlardan biridir. Okul, kültüre ait bu alanı basite almamış indirgemeci ve kolaycı yaklaşmamış sorgulayıcı bir tavır takınmıştır. Kültürel çalışmalarının 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 incelenmesidir. İkincisi de; kültürü Ortodoks Marksist ekonomik belirleyicilikten kurtarıp, ekonomik yaşamla bağlantılı olmasına karşın, dünyayla iç içe bir kültür olgusunu kavramsallaştırmasıdır. Temel konu, anlam verme ve temsil, anlam verme ve temsil etme süreçleri ve sistemlerinin anlaşılmasıdır.

### **POSTMODERNİZM**

Postmodernizmin tanımlanması için post ön ekinin geldiği modernizmin ne olduğunun ortaya konması gereklidir. Aydınlanma düşüncesinin bir ürünü olan modernizm, akıl, bilim, laiklik, demokrasi, evrim, ilerleme gibi kavramlar üzerine yaptığı vurgu ile din, devlet, bilim ve siyaset anlayışını inşa etmiştir. Modernizmde nesnel ve evrensel bilim anlayışı kabul edilerek, bilim dinsel inançların yerini almıştır. Devlet anlayışında laiklik ve demokrasi kavramları ön plana çıkmış ve hümanizm yani insanın hayatın merkezine alındığı bir anlayış yerleştirilmeye çalışılmıştır. 1960'larla birlikte değişen sosyal ve kültürel olayların eşlik ettiği postmodernizm sanat, gündelik pratik, sosyal yaşam alanlarında değişimlerin habercisi olmuştur. Postmodern düşünce alanında Nietzsche, Lyotard, Baudrillard, Kierkegaard, Heidegger, Wittgenstein, Foucault, Deleuze, Guattari, Harvey, Levinas, Derrida ve Kristeva öne çıkan isimler arasındadır. Postmodernizmin temel özellikleri, sanatçının eserini abartmasına izin verilmez. Söylem yerine figürü temel alır. Duyumsal olana ağırlık vererek bedensel estetiği yüceltir. Büyük anlatılar yerine küçük anlatıları savunur ve gerçekliğin imajlara dönüşmesini sağlar. Postmodernizmin Felsefi Temelleri Postmodernizmin felsefi temellerinde etik, ontolojik ve epistemolojik sorunlar yer almaktadır. Postmodernizmin etik anlayışı herşeyin kabul edildiği çoğulcu bir ahlak anlayışına denk düşmektedir. Bu ahlak anlayışı toplumun tümünde geçerli kılınmak isteyen etik değerler yerine toplum içindeki farklı kimlik ve grupların etik anlayışlarının da göz önüne alındığı çoğulcu bir ahlak anlayışını egemen kılmaktadır. Postmodernizmin ontolojik temeli, varlığı tek bir öyle açıklayamaz. Bunun yerine varlığı bir oluş süreci içinde görmektedir. Modernizm aslında insanı ele alırken onu bütünüyle anlayamaması onun insani varoluşa ait temel gerçekliği kavrayamamasına ve yaşamı görmezden gelişine neden olmuştur. Bu nedenle postmodernizmi bir varoluş felsefesi olarak görmek gerekmektedir. Postmodernizmin epistemolojik temelinde ise, modernizmin bilim ve bilgi anlayışı eleştirilir. Modernizm, bilimin ve aklın gücü ile bizlere bilinebilir ve kavranabilir bir evren anlayışı sunmaktadır. Oysa bu evren anlayışı postmodernizmde pek çok anlam evreninin yer aldığı parçalı bir karaktere dönüşmektedir. Postmodernizm, modernizmin bütüncül evren anlayışına karşı durarak, öznelerarası tutum ve anlamları öne çıkarmaktadır. Postmodernizmin Etkileri 1960'larla birlikte değişen sosyal ve kültürel olayların eşlik ettiği postmodernizm; sanat, gündelik pratik, sosyal yaşam alanlarında değişimlerin habercisi olmuştur. Bu anlamda postmodernizmin etkileri incelenirken, sanat, estetik, resim, edebiyat ve medya alanındaki yapmış olduğu etkilere odaklanılmıştır. Postmodern sanatta görüntünün gerçeği ile temsil ettiği varlık alanı belirsiz hale dönüşmektedir. Postmodernizmde sanat eserine bakan, okuyan veya izleyen kişinin oluşturduğu anlam ön plana çıkar. Yani yazar ya da sanatçı herhangi bir anlam dünyası inşa etmeden, bize kendi anlamımızı keşfetme imkânı sunmaktadır. Postmodern sanat eserlerinde pastiş, kitsch, simulark, kolaj tekniği kullanılmaktadır. Postmodern resim, postmodern estetik ve sanatta karşılaştığımız pastiş, kolaj ve montaj tekniğini kullanarak sanat eserini ironik ve parodik tarza dönüştürmektedir. Postmodern resim, Edward Munch'un Çılgık tablosu ile başlamıştır. Postmodern edebiyat, yazardan ziyade okuyucuya önem atfeder ve metinlerarasılık kavramını öne çıkarır. Postmodernizm ve medya Postmodernizm ve medya ilişkisinde Baudrillard'ın çalışmaları öne çıkmaktadır. Baudrillard'a göre bu yeni toplum, simulations( taklitler) ve simulacra'lar (suretler) üreten bir toplumdur. Ona göre, modern endüstri toplumu üretim ile, postmodern toplum ise gerçeğin yerine geçen taklitler ve hipergerçeklik ile tanımlanmaktadır. Baudrillard'ın tüketim toplumuna ilişkin analizlerinde televizyon yer almaktadır. Televizyon, tüketim ideolojisinin yerleştirilmesinde ön plana çıkmaktadır. Postmodern dönemde tüketim akışkan bir yapıya dönüşmüştür. Tüketim artık sosyal statülerle değil, değişken ve esnek tüketim pratikleri ile gerçekleşmektedir. Postmodern dönemin karakteristik özelliği olarak beliren pastiş, kolaj gibi teknikler tüketim alanına da etki ederek yeni tüketim anlayışları oluşturmuştur. Diğer taraftan postmodern medyanın bir türü olarak postmodern sinema da kendisini hem klasik anlatı sinemasından hem de modern sinema anlayışından farklılaştırmaktadır. Postmodern sinema nostaljiktir, geçmiş ve şimdi arasındaki sınırları bulanıklaştırır, gerçekliği yeniden sunar, cinsellik ve pornografinin sunumu ile tüketim kültürü ve yabancılaşma öne çıkan özellikleri olarak görülmektedir. Postmodern sinema filmi ilk olarak Jean Jacques Beineix sineması ürünü olan Diva filmi ile başlamıştır. Bu sinema türünün en bilinen örnekleri, Mavi Kadife (Blue Velvet), Pulp Fictions, Fight Club, Temel İçgüdü filmleridir. Jean Baudrillard Baudrillard'ın 1970'lerin başında medya konusuna ilişkin çalışmalarında tüketim toplumu ve ideolojisi yer almaktadır. Baudrillard çalışmalarında

tüketim toplumu ile metaların gösterge haline geldiğini ifade eder ve anlamlarının keyfi olarak belirlendiğine vurgu yapar. Baudrillard çalışmalarında postmodernizmi belirlemede medyanın önemli rolü olduğunu ileri sürmektedir. Çünkü Baudrillard'a göre, medya simülasyonlar yaratmaktadır. Bu simülasyonlar ise gerçeği yutarak hipergerçeklik oluşturmaktadır. Bu nedenle medyanın yarattığı gerçeklik ile hayaller arasında bir fark kalmamaktadır. Michel Foucault Foucault modern toplumda iktidar, söylem ve özne ilişkisini inceleyerek iktidarın merkezi bir konumda değil, toplumun her yerine yayılmış olduğunu ileri sürmektedir. Foucault'daki iktidar kavramının özneler üzerinde biyo-iktidara dönüştüğü görülmektedir. Biyo-iktidar beden her yönden denetim altına alınmış olmasına tepki vermemesini ifade ederken bireylerin normalleşmesini de sağlamaktadır. Foucault, modern düşüncenin saf aklın ürünü olmasını ve genel geçer olmasını eleştirir. Ona göre iktidar ile bilgi arasında bağ vardır ve postmodern düşünür olarak bilgi iktidar ilişkisini eleştirir. Friedrich Nietzsche Moderniteye ve Aydınlanma projesine bir karşı duruş olarak geliştirdiği felsefesiyle Nietzsche, Aydınlanmanın insana vaat ettiklerini vermemesiyle onları çöküşe (decadence) sürüklediğini iddia etmektedir. İnsanların özgürleşmesinin ancak üst insan seviyesine ulaşması ile mümkün olduğunu söyleyen Nietzsche, üst insanı da tüm bu decadence durumunun ve nihilizmin farkına varan insan olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla insanların üst insan seviyesine ulaşabilmesi için ahlaksal olarak belirlenmiş dogmaların yıkılması ve her bir bireyin kendi perspektifine göre eyleme yönelmesi gerekmektedir. Jean Francois Lyotard Postmodern Durum adlı eseriyle tanınan Lyotard'a göre postmodernizm, modernizmin totaliter dil yapıları yerine farklılığa izin veren dil ve anlam ilişkisini onaylamaktadır. Lyotard modernleşmenin üstanlatısının özgürleşmeyi gerçekleştirecek olan bilimsel bilgi olduğunu ifade eder. Yani modernleşme için üstanlatı, kendi ilkelerini meşrulaştıracak bilgi ve bilim ilkeleridir. Buna göre Lyotard, bilimin sadece gerçeği aramadığını aynı zamanda kendini meşrulaştıran söylemi oluşturduğu üzerinde durmaktadır. Modernitenin üstanlatılarının genel özelliği olan rasyonel, evrensel ve totalleştirici olma vasfı postmodernitede ortadan kalkar ve yerini dil oyunlarına bırakır. Burada amaç modern üstanlatıların bilgi ve anlatı üzerindeki gücünü kırmaktır. Jacques Derrida Bir postmodern düşünür olan Derrida'ya göre anlama ediminde yazar ölür ve metin özne ile birlikte yeniden yazılır. Saçılma kavramını ortaya atan Derrida, bu kavram ile batılı tarzda düşünmeye alışmış zihnimizin kavramada başarılı olamayacağı bir anlamsızlık zemini olarak görmektedir. Derrida metni merkezileştirir. Ancak burada sözü edilen metin, bir hakikat ve tez iddiasında olmayan saçılma ile açıklanabilecek, metnin ikizi durumundaki önsözdür. Kitap anlamdır, tezdür, oysa önsöz hiç biz zaman kitabın kendisi değildir. Kitap yerine önsöz, tema yerine motifi, tez yerine saçılmayı ve diyalektik üçlü yerine diyalektik dördlüyü getirmek Derrida'nın dünyasını bütünleyen yaklaşımlardır.