

ÉRIC MAIGRET • Medya ve İletişim Sosyolojisi

ÉRIC MAIGRET Fransız sosyolog, Sorbonne Nouvelle – Paris 3 Üniversitesi'nde medya ve iletişim bilimlerinde doçent. Aynı zamanda Paris IEP'de İletişim Sosyolojisi profesörü olan Maigret, CNRS'de iletişim ve politika laboratuvarında araştırmacıdır. Eserleri: *Communication et médias* (2003); Éric Macé'yle birlikte *Penser les médiacultures* (2005); Mark Alizart, Éric Macé ve Stuart Hall'le birlikte *Stuart Hall* (2007); Guillaume Soulez'le birlikte *Les raisons d'aimer... les séries télé* (2007); *L'hyperprésident* (2008); Hervé Glévarec ve Éric Macé'yle birlikte *Cultural Studies: Anthologie* (2008) ve Matteo Stefanelli'yle birlikte *La bande dessinée: une médiaculture* (2012).

Fransız Kültür Bakanlığı'nın katkılarıyla yayımlanmıştır.
Ouvrage publié avec le soutien du Centre national du Livre,
Ministère français chargé de la culture.

Sociologie de la communication et des médias

© 2003 Armand-Colin, Paris. Armand-Colin bir Dunod Éditeur markasıdır.

İletişim Yayınları 1557 • Başvuru Dizisi 57

ISBN-13: 978-975-05-0851-6

© 2011 İletişim Yayıncılık A.Ş. / 1. BASIM

1-5. Baskı 2011-2016, İstanbul

6. Baskı 2019, İstanbul

EDITÖR Can Belge

KAPAK Suat Aysu

UYGULAMA Hüsnü Abbas

DÜZELTİ ve DİZİN Özgür Yıldız

BASKI Ayhan Matbaası · SERTİFİKA NO. 22749

Mahmutbey Mahallesi, 2622. Sokak, No: 6/31 Bağcılar 34218 İstanbul

Tel: 212.445 32 38 • Faks: 212.445 05 6

CILT Güven Mücellit · SERTİFİKA NO. 11935

Mahmutbey Mahallesi, Devekaldırımı Caddesi, Gelincik Sokak,

Güven İş Merkezi, No: 6, Bağcılar, İstanbul, Tel: 212.445 00 04

İletişim Yayınları · SERTİFİKA NO. 10721

Binbirdirek Meydanı Sokak, İletişim Han 3, Fatih 34122 İstanbul

Tel: 212.516 22 60-61-62 • Faks: 212.516 12 58

e-mail: iletisim@iletisim.com.tr • web: www.iletisim.com.tr

ÉRIC MAIGRET

Medya ve İletişim Sosyolojisi

Sociologie de la communication et des médias

ÇEVİREN Halime Yücel



Anneme

İçindekiler

TEŞEKKÜR	13
GİRİŞ	
İletişim Sosyolojisi ve Kuramları	15
İletişim: Üç boyutlu bir nesne	16
Sorgulamaların odağında kitle iletişimi	20
ÖNDEYİŞ	
Bir Nesnenin Oluşturulması	29
BİRİNCİ BÖLÜM	
İletişim Üzerine Düşünmenin Zorlukları	31
Dünyanın en iyi paylaşılan şeyi mi?	31
Büyük medyanın kültürel, politik ve ekonomik gayri meşruluğu	32
Eleştirinin aşırısı	34
Övgünün aşırısı	35
İletişim sorununun merkezinde akıl/teknik gerilimi	38
<i>İletişim</i> ve <i>medya</i> sözcükleri	40
Sosyolojik söylem	42
İKİNCİ BÖLÜM	
İletişimin Sosyal Biliminin Eksik Kalan Dönemeci	45
Toplum bilimlerinin ve iletişimin temel kavramları	46
Avrupalı öncüler ve medya	49
Modernliğe karşı kötümserlik ve ara yol yokluğu	54

Amerikan pragmatizmi.....	56
Chicago Okulu.....	61

BİRİNCİ KISIM

İletişimi Kültürleştirmek...

Etkiler Sorunu...

Ya da Nasıl Bundan Kurtulunur?	65
---	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Doğrudan Etki Kuramları Tuzağı	69
Medyanın etkilerinden korku ve bunun kaynakları.....	70
Propaganda kavramı.....	72
Dürtülerin etkileri ve “derialtı şırıngası”.....	77
Reklam ikna edici iletişimin varlığının kanıtı mıdır?.....	79
Sonuç.....	81

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Frankfurt Okulu ve Kitle Kültürü Kuramı	85
Kitle kültüründen kültür endüstrisine.....	86
Savaşa göndermede bulunmanın ağırlığı ve kültürel seçkincilik.....	89
Yöntem sorunları.....	91
Frankfurt Okulu’nun sonraki kuşakları.....	93

BEŞİNCİ BÖLÜM

Lazarsfeldci Uç Etkiler	97
Amerikan ampirizminin kaynakları.....	97
“İnsanların keşfedilmesi”.....	99
İki aşamalı iletişim akışı.....	102
Yayıma kuramı, kullanımlar ve doyumlar akımı.....	104
Aşırı pozitivism ve ideolojinin unutulmuşu.....	106

ALTINCI BÖLÜM

İletişimin Matematiksel Modelinden

İletişim Antropolojisine	113
Shannon’un matematiksel haberi.....	113
Norbert Wiener’in sibernetik tasarısı.....	115
İletişim, ahlak ve her şeyin fizik kuramı.....	117
İnsanla yanıltıcı benzeşim.....	119
İşlevselcilikle karşılaşma.....	121
Palo Alto Okulu ve iletişimin bütüncül modeli.....	122
Sonuç.....	125

YEDİNCİ BÖLÜM

McLuhan ve Teknolojik Determinizm	129
“Araç iletidir”.....	130
Kanıtlar, örnekler ve karşı-örnekler.....	132
Teknik nerede durur?.....	135
Tarihin bir kurnazlığı: Yorumbilim olarak McLuhançlık.....	137

İKİNCİ KISIM

İletişimi Kültürelleştirmek	141
--	-----

SEKİZİNCİ BÖLÜM

Semiyolojiden Pragmatığe	143
“Dilbilimsel dönemeç”.....	144
Yapısalcı dilbilim ve küresel bir iletişim bilimi düşü.....	145
Kitle iletişimlerinin semiyolojisi ve semiyotiği: Barthes ve Eco.....	149
Bir söylemin toplumsal boyutu.....	152
Pragmatik dönemeç.....	154
Sınırın ötesinde: Toplumsal alan.....	157

DOKUZUNCU BÖLÜM

Kültürel Pratikler Sosyolojisi	161
Tüketimler: Pierre Bourdieu’ye göre kültürel pratiklerin hiyerarşisi.....	162
Kültürel etnik merkezcilik sorunu.....	165
Kültürün çağdaş dönüşümleri.....	168
Tüketimden alımlamaya.....	173
Alımlama üzerine araştırma gelenekleri.....	175
Michel de Certeau ve alımlama sorunu.....	177
Sonuç.....	180

ONUNCU BÖLÜM

Cultural Studies (Kültürel Çalışmalar)	187
<i>Yoksulun kültürü</i> : Halk çevrelerinin bir etnolojisine doğru.....	187
Stuart Hall’un yeni Marksizmi.....	189
Kodlama/kod çözümü modeli.....	190
Amerika Birleşik Devletleri’nin ağır basması.....	193
Yeni kuramsal konular: Seçkinliğin köktenci bir eleştirisi.....	194
Çokanlamlılık ve anlam üzerine genelleşen tartışma.....	196
“Semiyolojik demokrasinin” ve “postmodernizmin” zorlukları.....	199

ON BİRİNCİ BÖLÜM

İletişim Meslekleri Sosyolojisi	207
Gazeteciliğin işlevci sosyolojisi: "Newsmaking" çalışması.....	208
Eleştirinin dönüşü: Gazeteciler ve çevreleri.....	210
Amaçların çoğulluğu sorunu.....	217
Sonuç: İzleyicisiz bir görünüm mü?.....	222

ON İKİNCİ BÖLÜM

Mesleklerden Üretim Mantıklarına	227
Edgar Morin: Tektipleşme ve buluş arasındaki gerilim.....	228
Politik ekonomi: Kültür endüstrilerinden yaratıcı endüstrilere.....	231
Howard Becker: İşbirliği olarak üretim.....	234
Kitle medyası döneminde sanatsal kimliğin meydan okuması.....	236
Bir izleyici ölçümlemesi diktatörlüğü var mıdır?.....	239
Sonuç.....	242

ÜÇÜNCÜ KISIM

İletişimi Çoğulcılaştırmak

Demokrasi, Yaratıcılık ve Düşünsellik	251
--	------------

ON ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Kamuoyunun Politik Kuramları	253
Gündem belirleme ve sessizlik sarmalı etkileri.....	254
Seçimleri gerçekten medya mı yapar?.....	256
Kamuoyu var mıdır?.....	260
Etkileşim olarak siyasal iletişim.....	263
Kamusal alan kavramına doğru.....	264

ON DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Kamusal Alan Kuramları	269
Jürgen Habermas'ın kamusal alan kuramı.....	271
İletişimsel eylem.....	274
Güncel kamusal alan ve mikro-politik istekleri.....	277
"Reality Show"lar: Bozulma mı zenginleşme mi?.....	280
Kamusal deneyim biçimleri.....	282
Çoğulculuşma sürecinin sonuna gitmek.....	285

ON BEŞİNCİ BÖLÜM

Yeni Medya Sosyolojisi	291
Bir iletişim sosyolojisinin üç aşaması.....	292
Postmodernlik çıkmazı.....	295

Öncülere dönüş: Düşünsellik dönemeci.....	296
Sosyolojiden <i>Cultural Studies</i> 'e... ve geri dönüş.....	302
Yeni medya sosyolojisinin yöntembilimi: Bilgiler zinciri.....	307
Alımlama.....	311
Üretim.....	313
İçerikler.....	314
Kamusal alan.....	317
Toplumsal hareketler olarak "kültürel ürünler".....	318

ON ALTINCI BÖLÜM

İnternet ve "Yeni Bilgi Teknolojileri"	327
İnternet: Bir süper medyanın vaatleri ve düşleri.....	328
Ütopyanın ötesinde: Tek bir teknik desteğe dayalı ayrışık bir medya.....	331
İnternetin "kusurları": Kullanımlara toplu bir bakış.....	333
Ekranların maçı: Sinema/televizyon/internet.....	339
Eski medyaların yamyamlığının sınırı.....	341
Bireycilik sorunu.....	343
"Elektronik demokrasi".....	345
Bir politik yeniden yapılanmanın habercisi.....	346
Sonuç	355
Dizin.....	359

TEŞEKKÜR

Bu kitap, tanışmak zevkine eriştiğim Paris Siyasal Bilimler ve Paris-III Üniversitesi öğrencileriyle diyalogların sonucunda doğdu. Umarım benim onların düşünsel gereksinimlerinden öğrendiğim kadar, onlar da benim merakımdan yararlanmışlardır. Dominique Pasquier'ye medya sosyolojisi alanına girişimi ve sürekli bir düşünsel desteği borçluyum. *İletişim ve Politika Laboratuvarı* (CNRS) üyelerine destekleri için teşekkürler. Kimi başlıklar, özellikle Dominique Mehl'in EHESS'de başlattığı *Medya ve Etik* semineriyle, sonra da Éric Macé'yle birlikte düzenlediğimiz (ayrıca kendisine kitabın yeniden okunmasındaki değerli yardımından ötürü minnettirim) *Cultural Studies* seminerlerindeki tartışmalarla beslendi. Bu metnin yayımlanmasını olası kılan Sabine Chalvon-Demersay ve Patrick Le Galès'ye içtenlikle teşekkür ederim.

ÉRIC MAIGRET

GİRİŞ

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ VE KURAMLARI

Bu kitap iletişim kuramlarına bir giriş olarak okunabilir. Uluslararası araştırma gelenekleriyle bağlantılandırılarak özlü biçimde sunulan düşünce akımları üzerine, birbirini izleyen tematik ve kronolojik açıklamalar önermektedir. Farklı akımların katkılarının olası “iç içe geçmelerinin” ve aralarından her birinin sınırlarının altını çizmeye, bir başka deyişle büyük geleneklerin –ders kitaplarının özünü oluşturan gelenekler– önemli öğelerini, tarihsel bir bakış açısına bağlı kalarak kuramların gelişimini ve yaratıcılarının bağlanımlarını aydınlatarak ortaya koymaya çalıştım. Acelesi olan ya da en yalından en karmaşığa doğru derece derece gelişen bir giriş isteyen okurlar, bu girişin devamını ve sosyal bilimlerin kuruluşu üzerine tartışmayı (ikinci bölüm) atlayarak birinci bölüme, sonra üçüncü bölüme ve bunu izleyen bölümlere yönelebilirler. Ancak bu kitap aynı zamanda farklı bölümlerin akışı boyunca geliştiğinden, geri kalan okuyuculara onu bu girişten başlayarak izlemelerini öneriyorum. 19. ve 20. yüzyılların dönemecinde, o zamanlar ender olarak “iletişim” diye adlandırılan olgu üzerine araştırmanın, toplum bilimlerinin oluşumu sırasında erken bir bahar yaşadığını, böylece olayın farklı boyutlarının açıkça eleştirilip araştırıldığını düşünüyorum. Birçok nedenden ötürü medyanın zi-

hinleri yönlendirmesi düşüncesi üzerine kurulan aşırı indirgemeci kuramların savlarıyla ya da insan iletişiminin makine iletişimine indirgenmesiyle, bu bahar çok geçmeden oldukça uzun ve kara bir kışa dönüştü.

Dolayısıyla iletişim kuramları, bir hasta için hastalığının nedenlerini bulmak amacıyla yapılan bir soruşturma gibi bir hastalık öyküsüne dayandırılmalıdır. Makine iletişimine adanan gelişmelerin yararsız olduğunu söylemiyorum, tersine yararlıdırlar, ancak onları yalnızca insan iletişimine özgü olmayan bir alana oturtmak ve insan evreni üzerine yansıtıkları düşlerden arındırmak gerekir. 20. yüzyılın ortasından başlayarak toplum bilimlerinde aşama aşama gerçekleştirilebilirdi bu. Teknolojik indirgemeciliklere karşı, aynı zamanda kendisi de indirgemecilik ve bilimcilik durumuna gelen bir disiplinin zorbalığını vurgulayarak değerini azaltan postmodernist söylemlere karşı, bir iletişim sosyolojisinin varlığını savunmayı istiyorum. İşlevselliğin ve sosyolojiciliğin toplum bilimlerinin tasarısı değil, yalnızca tarihsel yönlerinden biri olduğunu anımsatacağım. Pedagojik eğilimli bir tarihsel tanıtlama getirmeyi ve paradigmalara çatışmasını betimleyen bir süreçle ana hatlarını ortaya çıkarmayı dileyerek, son bölümde okurun izniyle sosyolojik girişim ve iletişimsel nesneyle olan ilişkilerini aydınlığa kavuşturmanın özetine yer vereceğim.

İletişim: Üç boyutlu bir nesne

İletişim üzerine bir düşüncenin zorluğu, özel tarihsel koşullardan ileri gelir. Örneğin dünya savaşları, medyanın denetim ve manipülasyon makamı olduğu duygusunu güçlendirmiştir, ama daha çok iletişim nesnesinin, kesin bir bilimsel tanımın ulaşamayacağı bir yerde görülmesinden kaynaklanır. Tüm disiplinlerden (“pozitif” ya da “beşeri”) araştırmacıları, politikacıları, endüstricileri, bilişimcileri, gazetecileri, geniş kitleyi ele geçirdikçe, tutarlı bir şeyi kapsayamayacak kadar genişledi bugün: Aktarmak, dile getirmek, eğlenmek, satmaya yardımcı olmak, aydınlatmak, temsil etmek, tartışmak... Her biri kendi ta-

nımını ve buna eşlik eden çıkarları aşlamaya, en azından kendi alanının sınırlarını genişletmeye çalışan rakip evrenler arasında oyunlar oynanır. İletişim aygıtının pohpohlayıcıları ya da ticari iletişimi ellerinde tutanlar kendi evrenlerinin yüzyılı aşkın süredir böyle ölçüsüzce gelişimiyle kazanç sağladılar.

Bu kavramsal belirsizliğe olduğu kadar, tanımlar arasındaki dengesizliğe de bir çözüm bulmak için, iletişimi mantık ve teknik arasında bir gerilim gibi algılamak yaygın bir tutumdur (bkz. Birinci Bölüm). Biz çağdaşlar için iletişim sorunu, idealistler ve sofistler arasındaki eski savaşın yeniden gündeme getirilmesidir. Bir yandan performans, etkinlik alanına ilişkin tüm başarılarıyla bilgi aktarımı araçlarına sahip olduğumuz söylenir. Öte yandan, tüm topluluklarca paylaşılan bir mantığın ülküsünü, alışverişe dayalı bir bütünlük ülküsünü hedefleyen kuralcı sorunlar söz konusudur. Bu tanımda dikotominin pedagojik erdemi, daha çok da bize Antik felsefe tarafından devredildiğinden geçen yüzyıla dek uzanmama erdemi vardır. Ancak buna katılan bir Kant ya da bir Nietzsche'nin eleştirdiği tüm bir metafizik geleneğin kusurunu taşır: Aldatıcı olayların evrenine karşıt, mutlak bir evrenin varlığına inanır. 19. yüzyılın sonunda, sosyal bilimlerin doğurduğu devrimin tüm önemi daha bütüncül, daha sürekli, içinde insanların bu düzenler arasında değişken amaçlara göre –araçsal, kuralcı, anlatımsal– hiçbir temel kopukluk olmadan eylemde buldukları bir evrenin temelsiz olduğu kadar, çatışmalı bir betiminin yerini almasıdır. Çok indirgemeci, çok manikeist bir bakışla, insanın ayakları tekniğin çamurunda, başı yıldızlarda degildir.

İletişim sözcüğünün daha açık bir tanımını vermek istediğimizde, idealist ya da sofist felsefeninkinden başka bir bakış açısından yola çıkmamız ve toplumsal bilimlerin kurucularının ve mirasçılarının her birinin kendi tarzıyla bizi yönelttikleri gibi, sürekli içinde yaşadığımız üç boyutlu bir uzamı belirttiğini göz önünde bulundurmamız gereklidir: Meşruluğun üç düzeyinden söz eden Weber, göstergelerin üçlü eklemelenmesinden söz eden Peirce, nesnelerin üçe ayrılışını geliştiren Mead, sonra Blumer ya da üç eylem biçimi arasında ayırım yapan Habermas ve Joas.

Bu üç boyutun içeriği ve tam biçimi arasında bir uzlaşma yoktur. Kendi açımdan, iletişimin giderek artan önem sırasıyla “doğal”, “kültürel” ve “yaratıcı” bir olgu olduğu görüşünü savunacağım. Bu üç belirleyici düzey, insanın nesnelere evrenine, bireylerarası ilişkilerin ve sosyopolitik kuralların evrenine girmesinin düzeylerine karşılık gelir. Peirce’in üçbölümlülüğünü yeniden ele alırsak, burada bir ilk tanım ileri sürülebilir:

– *Doğal ve İşlevsel* düzey, “pozitif” bilim denen bilimlerin öne sürdüğü temel düzeneklerin düzeyidir, ancak pozitif bilimler bunlarla sınırlanmakta zorlanırlar. Bilgilerin, mülkiyetlerin, durumların değiş-tokuşu yasalarla, nedensellik ilişkileriyle açıklanır. Bu “aynısından aynısına”nın, Bir’in, totolojinin, A eşittir A’nın, düşüncenin ve dünyanın tamlığının –eğer böyle bir şey olanaklıysa– düzeyidir.

– *Toplumsal ya da kültürel* düzey, İki’nin düzeyidir: A eşittir A’dır, ama A, B’den farklıdır. Başka bir deyişle kimliklerin ve farklılıkların dile getirilmesinin, grupların ve ilişkilerinin sınırlandırılmasının düzeyidir. Kimlik paylaşım kavramına, farklılıkta hiyerarşi ve çatışma kavramlarına gönderir. Kimlikler sorunu, çıkarlar, stratejiler ve bunların simgesel dışavurumları sorunuyla örtüşür: Bir grupta düşünceler açısından olduğu kadar pratikler açısından da kendini bulmak ve bir başka gruptan farklı olmak. Bu düzey, gruplar arasında güç/kültür ilişkisini kuran bir diyalog, ya da mutlak olmayan bir gerilim varsayımına dayanır.

– *Yaratıcılık* düzeyi (John Dewey’nin deyimiyle) demokrasilerimizde, sayının, genişletilmiş politik ve hukuksal çerçevede temsilinin düzenlenmesinin düzeyidir. Bu Üç’ün ve sonsuzun, insanlar arasındaki bağıntıların dile getirilmesinin sınırlarına dek bireylerle topluluklar arasında genelleştirilmiş anlam ilişkilerinin düzeyidir. A, B’den farklıdır, A ve B, C’den farklıdır vb. İletişim kuralcı, etik ve politik bir etkinlik, erk, kültür ve demokratik seçim arasındaki dinamik bir ilişki gibi görülür.

İletişim nesnelere toplumsal ilişkileri ve politik düzenleri biraraya getirmeye dayanır. Her iletişim kuramı geçici olarak bölünmez öğelerin bir bileşimini önerir: İnsanlar arasında işlev-

sel bir alışveriş modeli, güç ilişkileri ve kültür üzerine bir bakış açısı, bunları birleştiren bir politik düzen görüşü. Bu boyutlardan birini sorgulamayı ihmal eden yazarla, sonuçta politik düzen üzerine örtük bakış açılarını savunma tehlikesiyle karşı karşıya kalırlar. Her kuram dünya üzerine kendine özgü açıklamaları, karmaşıklığı azaltmak için yalın öğeleri, bir başka deyişle modelleri getirirse bile, gerçekte bilimsel övarsayımların ve ideolojik, etik ve politik bakış açılarının bir bileşimidir. Bu üç boyutun birine ya da ötekine dahil olduğunu unutmak, bastırılanın daha güçlü biçimde belirişiyile sonuçlanır. Araştırma akımları tarihi, bu noktayı bıkırtıncaya dek açıklar.

En büyük entelektüel zorluklardan biri temel bir üçe bölünmeyi değil, bugün iletişime bağlı güçlük ve sorun düzeyleri üzerine algılamayı yansıtan katmanları, üç evrenin ilişkisini, doğa, kültür ve politika arasındaki bölümlenme oyununu anlamaktır. Belli bir anda tüm iletişim düzeyleri özerkleşebilir. Medyada araç belirleyicidir: Aynı mesajı televizyon ya da sinemayla aktarmak –bu araçlar birbirine öylesine yakın olmasına karşın–, iki farklı mesaj aktarmaktır. Belli bir yaşam biçiminde kitle iletişim araçlarının yeri üzerine çalışma, yalnızca değerler ya da toplumsal şiddet düzlemine açılabilir. Politika ve hukuk, materyal ve toplumsal koşulumuza içkin bir gönderme olmadan da düşünülebilir. Bununla birlikte özerklik anının çok sınırlı olduğu kuşku götürmez. İletişim düzeylerinin iletişim içinde bulunduğunu belirtme gereği, formül düşkünlüğünden kaynaklanmaz. Tüm idealist yönelimleri reddetmek amacıyla kararlara, baskılara, alışkanlıklara ya da yinelemelere katılmamızı göz önünde bulunduran bir tür genişletilmiş materyalizm gereklidir. Yine de yalnızca yöntembilimsel olan bu materyalizm, öncelikle sosyolojik bir bakışa bağlıdır ve insan olaylarının determinist bir biçimde tasarlanan doğal düzeneklere indirgenemeyeceği olgusunu saklayamaz. Aritmetikle gelişen iletişim düzeylerinin önemini de belirttim. Amacım bir bilimin ötekine üstünlüğünü savunmak değil (her biri az ya da çok uzmanlaşmış bir alana bağlıdır), herhangi bir düzeyde, herhangi bir inceleme zorluğunu anmak da değil, insanlık için kültü-

rel ve politik basamakların daha akla yatkın olduğunu vurgulamaktır. İletişim öncelikle teknik değil, kültürel ve politik bir olgudur –bu bir doğa düşüncesini reddetmeden, hem dünyayı evcilleştirmek, hem de kendi “doğamızın” bir bölümünü anlamak için gereklidir– bunun nedeni, insanın anlam ve eylem olarak adlandırılan dünya aynasının bu tarafında yer almasıdır. Bize göre evren öte yana değil, bu yana eğilir, nesnelleşme doğrultusunda değil, seçim ve bilinç doğrultusunda gelişir. Biyoloji ve fizik bilimlerindeki gelişmelerin şimdilik çürütmediği bu önvarsayım, inceleme için değerli bir rehberdir. Teknik üzerine düşüncenin neden materyalist determinizm çerçevesinde yer alamayacağını, neden medyanın kendi işlevinde şimdiden toplumsal öğeler gibi, doğayla kopuş içindeki sistemler gibi belirlediğini anlamayı sağlar. İnsan teknik nesnelere yarattığı ve kullandığı zaman doğanın alanını, cansız nesnelere alanını, kültürün alanı uğruna terk eder. Teknik, ancak doğanın değişimi olarak değer kazanır, işlevsel boyutlarına karşın şimdiden toplumsal bir sorundur.

Sorgulamaların odağında kitle iletişimi

Medya 19. yüzyılın başından başlayarak bireylerin büyük çoğunluğunun günlük yaşamına gürültülü bir biçimde girdiğinden, bir yüzyıldan beri iletişime yöneltilen bakışta, vurgu açık bir yenilik etkisiyle kitle iletişiminin üzerindedir. Ancak bu başarının bir başka nedeni daha vardır: Kitle medyası, kendilerini artık çoğunlukla demokrasi olarak tanımlayan toplumlarda en özgün ve en belirleyici iletişim olgusunu oluşturur. İmgeler, metinler ve sesler yoluyla –iletişim araçlarından ve önceki politik rejimlerden koparak– halkların ve kültürlerin çabuk ve sürekli bir ilişki içine girmesini olanaklı kılarak, ilintili olduğumuz evrenler üzerine bir kerede üç sorgulama yaratır. Kitle medyasını düşünmek, büyük değişimi düşünmek anlamına geldiğinden, kitle medyası yüzyılın büyük girişimidir. Bu bakış açısına göre, kitle medyası üzerine düşüncenin beş büyük aşamasını ayırdetmek olasıdır: Toplum bilimlerinin, fiilen birbirine ek-

lenen yeterli sayıda araştırma olmadığından başlangıç aşaması değil de daha çok sıfır noktası olarak tanımlayabileceğimiz kuruluş anından sonra, iletişim sürecinin tanımını gitgide üç farklı boyuta doğru genişleten düşünce akımları ortaya çıkmıştır.

19. yüzyılın sonu ve iletişimin bir toplumsal biliminin başarıya ulaşamamış gelişimi

Doğrudan ya da dolaylı olarak Marx, Tocqueville, Durkheim, Weber ve sosyolojinin başka Avrupalı öncülerinin yazılarında, medyalaşmaya boyun eğmiş toplumlar üzerinde zararlı etki konusundaki safdilce tezleri çürütebilecek, medyanın karmaşık bir incelemesi için gerekli öğelerin çoğu vardır. Bu yazarların yapıtlarında, adı ideolojik egemenlik/kültür, çatışma/demokrasi olan kuramsal yapıbozun parçalarının iki yüzü de ortaya çıkarılabilir (bkz. İkinci Bölüm). Bununla birlikte düşünceleri modernlik konusunda, Avrupa’da güçlü bir araştırma geleneğinin gelişimini sekteye uğratan bir kötümserliğe bağlıdır. Dinden bağımsızlaşma süreci, endüstrileşmiş bir evrene geçiş ve demokrasiye doğru yönelme bu yazarları, kitle medyası çalışmalarına pek uygun olmayan, yeni kaygı uyandırıcı ya da potansiyel olarak erklere bağlanan düş kırıklığına, yabancılaşma ve toplumsal istikrarsızlık kavramlarıyla karşımıza çıkan son derece güçlü bir bunalım duygusuna sürükler. Onlarla karşılaştırıldığında Peirce’den Dewey’e, Park’tan Mead’e Amerikalı yazarlar, yeni iletişimsel olgu üzerine daha az kaygılı bakış açıları önerirler ve bu ülkede araştırma okullarının yerleşmesine daha elverişli bir düşünsel ortam yaratarak alışveriş ilişkisinin daha bütüncül modellerini ve inceleme için ampirik protokolleri geliştirirler.

Nesne takıntısı: Kaygılar zamanı ve “etkiler”

Bu yazarların sesi –ya da yalnızca bazı yapıtlarından yükselen sesler– öncelikle iki dünya savaşının silahlarının gürültüsüyle, tekniklerin gelişmesi ve ekonomik ağlar tarafından büyülenmeyle ya da bir hastalık gibi yayılıyor gibi görünen yeni kültüre karşı ahlak girişimcilerinin hoşnutsuzluğuyla per-

delendi. 20. yüzyılın başında en tamamlanmış düşünceler, gerçekte bir nesnel saplantısı ve bunların varsayılan işleyişi tarafından damgalandı. Bir bakıma onlarla karışan politik ve kültürel boyutlar, karanlık ve hastalıklı bir söyleme uydurulmuştur. Kitle medyasının bireysel davranışlar üzerinde varsayılan etkisi üzerine söylem, ahlaki panik ya da davranışçılık biçimini benimser (bkz. Üçüncü Bölüm). İlk durumda medyanın topluluklar üzerinde yansılama yoluyla gerçekleştirdiği düşünülen (medya şiddeti, zevksizliği, başkaldırıcı ya da boyun eğmeyi yayar) zararlı etkisini kınamak, ikincisindeyse uyarı [stimulus] kavramı yoluyla, karşı karşıya kalınan etkiyi klinik bir biçimde incelemek söz konusudur. İletişim araçlarının doğası ya da onlara karşı varsayılan tepkiler üzerine düşünceler, öncelikle kültürün doğalcı ideolojilerini, insan davranışlarının özünü ortaya çıkarma isteklerini, nesnel karşısında bir veriyle, düzeneklerle özdeşleştirmeyi içerir. Bu düşüncelerin sınırları, her tür bilimsel düşüncenin de sınırlarıdır. İnsanlığın gerçekte Pavlov'un köpeği ve Panurge'ün koyunlarıyla çok az ortak noktası vardır. Yansılama korkusu demokratikleşme korkusunu gizler – tüm erkleri ürkün, kurumsal kanallar dışında tüketimlerini ve yorumlarını seçmenin giderek artan olanağıdır. Safdilce akımlar karşısında, Theodor Adorno ve Max Horkheimer (bkz. Dördüncü Bölüm) tarafından geliştirilen *Eleştirel Kuram* karmaşık düşüncenin bir ilk biçimini temsil eder. İdeolojinin Marksist kuramını “kültür endüstrisi” incelemesine bağlayarak medyanın etkisini –ya da daha çok onu elinde tutanların etkisi– sezgiler düzeyine değil, akıl ve sınıf bağıntıları düzeyine yerleştirir. Kitle medyasının eleştirilmesi gerekiyorsa bunun nedeni, kapitalist egemenliği haber ve eğlence yoluyla, mutluluk ya da düşlenen eylem benzetimleri sunarak sürdürmesidir, kitleler de kendi koşullarıyla ilgilenmeden, gösteri için durdurulamaz iştahlarıyla kendi yitimlerine katkıda bulunurlar. Bununla birlikte kültür endüstrileri kuramının Weberci dinden bağımsızlaşma tezini temel alması, tekniğe saplanıp kalmış bir düşüncenin başarısızlığını da gösterir. Adorno olumsuz bir kültür görüşü ortaya koyar, insanları teknik tarafından nesne-