

# ELEŞTİREL MEDYA KURAMLARI

Editör: Ömer Özer

Bu kitabın yayın hakkı SİYASAL KİTABEVİ'ne aittir. Yayınevinin ve yayıncısının yazılı izni alınmaksızın kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve yayınlanamaz.

#### **ELEŞTİREL MEDYA KURAMLARI**

**Editör: Ömer Özer**

**Kitap Editörü: Ertan Akkaş**

**Kapak ve Sayfa Düzeni: Gamze Uçak**

©Siyasal Kitabevi Tüm Hakları Saklıdır.

2021 Mayıs, Ankara

**ISBN No:** 978-605-7877-99-4

**Siyasal Kitabevi-Ünal Sevindik**

Yayıncı Sertifika No: 14016

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay-Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

**Baskı:** 978-605-7877-97-0

Tarcan Matbaacılık Yayın. San.

Sertifika No: 47663

İvedik köy mah. İvedik cad. No: 417/ A

Yenimahalle/ANKARA

Tel: (0312) 384 34 35

#### **Dağıtım:**

Siyasal Kitabevi

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay/Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

**e-posta:** [info@siyasalkitap.com](mailto:info@siyasalkitap.com)

**http://**[www.siyasalkitap.com](http://www.siyasalkitap.com)

# ELEŞTİREL MEDYA KURAMLARI

Editör: Ömer Özer



# İçindekiler

---

Önsöz.....	7
GİRİŞ: Anaakım İletişim Araştırmaları ve Eleştirel Medya Kuramları..... Ömer ÖZER	9
<b>MARKSİZMİN MİRASI .....</b>	<b>27</b>
Güven ÖZDOYRAN	
<b>FRANKFURT OKULU ÜZERİNE KÜLTÜR ODAKLI BİR DEĞERLENDİRME .....</b>	<b>71</b>
Nazife GÜNGÖR	
<b>EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM .....</b>	<b>107</b>
Erdal DAĞTAŞ	
<b>ARAÇSALCI YAKLAŞIM .....</b>	<b>135</b>
Kenan DUMAN	
<b>BRİTANYA KÜLTÜREL İNCELEMELER OKULU .....</b>	<b>161</b>
Burak ÖZÇETİN	
<b>YAPISALCILIK, GÖSTERGEBİLİM VE MEDYA.....</b>	<b>185</b>
Canay UMUNÇ	
<b>POSTYAPISALCILIK VE MEDYA.....</b>	<b>211</b>
Nüket Elpeze Ergeç	
<b>POST-MARKSİZM VE ELEŞTİREL MEDYA ARAŞTIRMALARI .....</b>	<b>227</b>
Özlem DORUK ŞAHİN	
<b>POSTMODERNLİK VE MEDYA.....</b>	<b>247</b>
Oğuzhan TAŞ	
<b>KAMUSAL ALAN VE MEDYA .....</b>	<b>263</b>
Gülsüm ÇALIŞIR	

<b>ELEŞTİREL SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ .....</b>	<b>293</b>
Ömer ÖZER	
<b>YENİ MEDYA VE ELEŞTİREL KURAM .....</b>	<b>321</b>
Cem YAŞIN	
<b>TOPLUMSAL CİNSİYET ÇALIŞMALARI .....</b>	<b>349</b>
Huriye TOKER	
<b>ELEŞTİREL MEDYA KURAMLARINDA YÖNTEM .....</b>	<b>381</b>
Halise KARAASLAN ŞANLI	
Yazarlar Hakkında .....	401

## Önsöz

---

1990'lı yılların ortasında Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yüksek lisans eğitimime başladığımda, eleştirel medya kuramları bakımından Mehmet Küçük'ün derlediği ve çevirisini yaptığı *Medya İktidar İdeoloji* konuyla ilgili en yeni kitaptı. Onun öncesinde Prof. Dr. Korkmaz Alemdar ve Prof. Dr. İrfan Erdoğan'ın anaakım ve eleştirel iletişim/medya yaklaşımlarını içeren *İletişim ve Toplum* adlı ortak çalışmaları okurla buluşmuştu. İki yazarın daha sonra bu alanda iki farklı isimde kitapları daha yayımlandı. Bunlardan önce Prof. Dr. Korkmaz Alemdar ve Prof. Dr. Raşit Kaya'nın derleyip çevirdikleri *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar* kitabı vardı. Bundan da önce Prof. Dr. Ünsal Oskay'ın *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş* kitabı okunmuştu. Bu arada iletişim kuramları bakımından Prof. Dr. Süleyman İrvan'ın derleme ve çevirilerle yaptığı katkıyı da anmak gerekir: John Fiske'nin *İletişim Çalışmalarına Giriş*'i ve *Medya Kültür Siyaset*. 2000'li yıllarda Prof. Dr. Levent Yaylagül'ün *Kitle İletişim Kuramları* kitabı yayımlanmış ve iki alanı bir başka deyişle anaakım ve eleştirel tarafları birlikte ele almıştı. 2010'lu yıllarda Prof. Dr. Oya Tokgöz'ün *İletişim Kuramlarına Anlam Vermek Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramı* ve Prof. Dr. Ömer Özer'in *Doyumun Öyküsü Twitter Örneğinde Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırmalar* çalışmaları anaakım iletişim araştırmalarını anlatmaktaydı. Prof. Dr. Nazife Güngör'ün *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*'ı ile Prof. Dr. Burak Özçetin'in *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*'i iki alanı bir arada açıklıyordu.

Dikkat edilirse, özgün bir eleştirel medya kuramları çalışmasına gereksinim apaçık ortadaydı. Dahası, bu çalışma benim hayalimdeki çalışmalar arasında en önemlisiydi. Sonunda gerçekleşti. Lisans, yüksek lisans ve doktora programlarında ilgili derslerde okutulabilecek bir düzeye erişti. Sanırım benim de 21. kitap çalışmam oldu.

Kitap, 7 kadın ve 7 erkek yazarın hazırladıkları bölümlerden oluştu. Yazarlara çok teşekkür ederim. Onların özverilerini vurgulamam ve emeklerine saygı duymam gerekir. Basın ve Yayın Bölümü'nde uzun süre verdiğim "Eleştirel Medya Kuramları" ile Sinema ve Televizyon Bölümü'nde yüksek lisans programında halen vermekte olduğum "İletişim Kuramları ve Araştırmaları II" derslerinde tartışmalara katıldıkları için öğrencilerime de teşekkür ederim.

Ayrıca her zaman yanımda olan ve beni destekleyen eşim Ayşegül'e özel olarak teşekkür ediyorum. Kızım Lena, yaşam ve çalışmalarım da motivasyon kaynağım. Ona sonsuz teşekkürler. Ağabeyim Prof. Dr. Mustafa Özer'e bana verdiği manevi destek için teşekkür ederim. Aynı şekilde bana destek veren diğer aile üyelerime de teşekkür ederim. Ayrıca kitabın basılmasını sağlayan Siyasal Kitabevi sahibi Ünal Sevindik ve çalışanlarına da teşekkürler.  
Okuyucuya yararlı olması dileğiyle...

Mayıs, 2021  
Eskişehir



# GİRİŞ: Anaakım İletişim Araştırmaları ve Eleştirel Medya Kuramları

---

Ömer ÖZER

İletişim çalışmalarını iki kampa ayırarak ele almak doğru olacaktır. Etki, anaakım, anadamar, muhafazakâr, tutucu, liberal, liberal çoğulcu vs. isimlerle anılan Amerikan iletişim araştırmaları, Batı Avrupa kökenli eleştirel medya çalışmalarından farklıdır. Bu kitapta ikincisi bir başka deyişle eleştirel medya kuramları ele alınmıştır. Başlangıçta bu kuramlar ekonomi politik, kültürel çalışmalar ve yapısalılıktan oluşturulmuştur (Curran vd., 1991). Ancak günümüzde bunlarla sınırlı tutulması alanı açıklamak için yeterli olmaz. Eleştirel medya çalışmaları, anaakım iletişim araştırmaları bakımından son derece önemli olan ve öne çıkan basit ve çizgisel nedenselliği eleştirmektedir. Eleştirel medya çalışmaları, iletişim sürecinin yapısını yeniden tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra, toplumsal bağlamın önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, bilgiyi sosyal gücün kullanılmasının temeli olarak kabul ederek, onun kontrolü konusuna ilgi duymaktadır (Slack ve Allor, 1995). Sözkonusu çalışmalarla ilgili bilgi vermeden önce, anaakım iletişim kuramlarının bir dökümünü yapmak yararlı olacaktır.

Denis McQuail (1984), anaakım iletişim araştırmalarını dönemleştirmiştir. Buna göre 19. yüzyılın sonlarından 1930'ların sonlarına kadar olan dönemi birinci evre, 1940 ve 1960'ları ikinci evre ve sonrasını da üçüncü evre olarak açıklamıştır. Birinci evrede medya, Avrupa ve Kuzey Amerika'da gelişmiştir. Kitle iletişimi etkili olarak kabul edilmektedir. Medya, insanların düşünce ve inançlarının oluşmasında etkilidir ve yaşam alışkanlıklarını değiştirme gücüne sahip olarak görülmektedir. Kitle iletişim araştırmasının ilk evresinde sihirli mermi ve hipodermik iğne gibi metaforlar kullanılarak yapılan açıklamalarda, kitle iletişim araçlarının alıcıların tutum ve davranışları üzerinde mutlak bir etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır. Mesajı gönderen, sanki alıcının beynine mesajı doğrudan yerleştiriyordu. Bunda kitle toplumu tezinin yanı sıra o dönemin sinema, radyo ve basınının çok popüler olmasının etkisi mutlaktı. Dönemin önemli temsilcisi ve figürü Harold D. Lasswell'di. O, toplumun geniş çoğunluğunun küçük bir azınlık tarafından propaganda aracılığıyla nasıl kontrol edildiğini açıklarken Freudyen psikolojinin, pragmatizmin ve siyaset

biliminin argümanlarını kullanmıştır (Borah, 2016). Kuşkusuz Lasswell'in yanı sıra Walter Lippmann'ı da unutmamak gerekir. Bu arada kitle iletişim araçlarının güçlü ve ikna edici gücü olduğuna inanılmasının dört nedeni vardı (Curran vd. 1991):

1. Yeni teknolojilerin daha önce görülmemiş türden ortaya çıkması ve kitle iletişiminde kullanılması.
2. Kentleşme ve endüstrinin dönek, güvenilirmez, yabancılaşmış ve içsel olarak manipülasyona açık bir toplum yarattığına ilişkin görüş.
3. Kent yaşamında insanın cemaat ilişkilerinden uzak biçimde kalması ve yaşaması dolayısıyla savunmasız kalmasına ve kitle iletişimine kolay bir av olduğuna ilişkin kabul.
4. Kitle iletişim araçlarının 1. Dünya Savaşı boyunca kitlelerin beyinlerini yıkadığına ve savaşlar arası dönemde faşizmin yükselmesini sağladığına ilişkin görünürde ikna edici kanıt.

Özetle söylenirse, 1940'a kadarki iletişim araştırmalarında, medyanın, insanları manipüle etme gücü olduğuna inanılmaktadır. Yaygın kanı, medyanın pasif kurbanlarına sözcük mermileri fırlattığı ve bunların tesirinin derinliğinin ve büyüklüğünün yeni tekniklerle ölçülmesi gerektiği yolundadır. Sessiz sinemanın çocuklara olan etkisi ile Dünyalar Savaşı skecinın radyoda yayınlanmasından sonra yaşananların araştırılması sonucunda kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri kanıtlanmış da oluyordu. Medya, insanların düşünce, inanç ve yaşam biçimlerini değiştirmekte; davranış ve tutumlarını etkilemektedir. Dolayısıyla 1930'lara kadar süren birinci aşamada iletişim araçları Avrupa ve Kuzey Amerika'da görüş ve inançları biçimlendiren, yaşam alışkanlıklarını değiştirebilen, davranışların yönlendirilmesinde etkin olan, bazı dirençlerle karşılaşması halinde bile siyasal sistemleri belirleyen önemli bir güç olarak değerlendirilmektedir (McQuail, 1983: 48).

Bu dönemi temsil eden kuram ise her ne kadar 1950'lerde uygulaması yapılmaya başlansa da eşikbekçiliği kuramıdır. Karl Knies, 1857'de yayımlanan, telgrafın enformasyon ekonomisini nasıl etkilediğine ilişkin kitabında, editörlerin gündemi belirleme gücüne sahip olduklarını belirtti (Lang, 2005: 28). *Göçmen Basını*'nda Robert Ezra Park, editörlerin her gün yaşadığımız olaylar arasından bazılarını yayım için seçtiğini açıkladı. Park'a göre seçilen olaylar diğerlerinden daha ilginç ve önemlidir. Seçilmeyenler ise unutulmaya mahkûm edilmektedir. Park, doğru bir düşünce ortaya koymuştu ama kuramsal olarak murada eren bir düşünce değildi. Kurt Lewin, eşikbekçiliği kuramını resmi olarak geliştirdi. Lewin, kuramı, ev kadınlarının akşam yemeğinde masaya nelerin konacağına karar vermesinde kullandı. 1950'de David Manning White (1950), bir resmi haber örgütüne eşikbekçiliği kuramını uyguladı. O, örnek olay çalışmasında Bay Gates'i çalıştı. White, şu sonuca ulaştı: Bay

Gates'in, haberleri reddetme gerekçeleri oldukça öznel ve kendisinin deneyimlerine, tutumlarına ve beklentilerine dayanıyordu.

1940 ve 1960'lar arasında kitle iletişim araçlarının etkisi yeniden değerlendirilmeye alındı. Bunun sonucu dramatik ve kitle iletişim araçlarının etkisinin sınırlı olduğu sonucuna ulaşıyordu. Böylece yeni bir akademik Ortodoksluk ortaya çıkmıştı. Yani 1940'lardan 1960'ların başına kadar olan dönemde yapılan araştırmalarda tutum oluşumu ve değişimi üzerinde durulmuş ve doğrudan etki ve hipodermik iğne gibi tezler, Carl Hovland'ın ve özellikle Paul F. Lazarsfeld ve Elihu Katz'ın araştırmalarında ulaşılan sonuçlarla çürütülmüştür (Erdoğan vd., 2005: 9). Bu dönemi temsilde öne çıkan "iki aşamalı akış" modeli ve birincil grup etkisi, liberal çoğulcu sistemde medyanın sunulan rolüne ilişkin etkisini 1990'lara kadar korumuştur (Severin ve Tankard, 1994). Seçici izleyici davranışına yönelik görgül uygulamalar, "yararlar ve doyumlar" yaklaşımının çalışmalarınca desteklenmiştir (Curran vd., 1991: 230). Joseph T. Klapper, bu dönem araştırmalarını "sınırlı etkiler"le tanımlamıştır: Medya genellikle, izleyici etkilerinin gerekli ve yeterli bir nedeni olarak işlev görmez (Klapper, 1984). Tony Bennett'e göre (1982: 41), Amerikan sosyologlar tarafından yapılan alıcı araştırmaları keskin biçimde kitle toplumu tezinin var olan varsayımlarına meydan okumuştur. Gerçekten de, anılan dönemde kitle iletişiminin etkileri konusundaki genel düşünce, önceki yıllara göre farklı özellikler gösteren bir yönelimin izlerini taşımaktadır (Brown, 1983: 28).

İkinci evrede, kitle iletişimi araştırması, Birleşik Devletler'de gelişmiş ve ampirik yöntemlerle kitle iletişiminin etkileri ve etkililiği sorularına yanıt bulunmaya çalışılmıştır (McQuail, 1984: 38). Bu evre, iletişim kuramları içerisinde daha karmaşık yöntemlerin geliştirilmesiyle iz bıraktı. Araştırmalarla ve deneylerle sonuçlanan bu karmaşıklaşma kuramcılar tarafından önceki kuram, yöntem ve araştırma sorularını tartışmaya açmıştı (Borah, 2015). Dönemi temsil eden araştırmacılar Paul F. Lazarsfeld ve Carl Hovland'dır. Hovland'ın deneylerinin yanı sıra, Lazarsfeld ve arkadaşlarının araştırmaları döneme damga vurmuştur (Tokgöz, 2015). Dönemin kuramı ise kuşkusuz iki aşamalı akış kuramıdır. Gönderen, mesaj ve alıcı modelinde, akış tek aşamalıdır. İki aşamada, araya "kanaat önderi" denen aracı girer; böylece enformasyon ve etki akışı bu kanaat önderinden geçerek olur. Kanaat önderi, iletişimi grubun dünya görüşüne göre biçimlendiren güvenilir kaynaktır. İletişimde en önemli rol oynayan grup üyesi olarak düşünülebilir (Alemdar ve Erdoğan, 2002).

Sınırlı etkiler "yapıştırması ve yakıştırması", 1959'da resmi olarak geliştirilen kullanımlar ve doyumlar kuramıyla (Katz, 1959) pekiştiriliyordu. Sınırlı etkilerin etkiye karşı büyük ölçüde direnen bireyi böylece aktif hale geçiyordu. Aslında kullanımlar ve doyumlar taraftarları, bu yöndeki ilk çalışmanın henüz güçlü etkiler döneminin geçerli olduğu kabul edilen yıllarda 1935 yılında Cantril ve Allport tarafından yapıldığını ileri sürerler. Katz'a göre, kuram şu

varsayımla başlamaktadır: Medyanın en inandırıcı mesajları, normal olarak bireye onun yaşadığı sosyal ve psikolojik bağlam içinde medyayı kullanmadığı sürece tesirde bulunmaz (Katz, 1959: 2). Kullanımlar yaklaşımı, şunu da varsayar: İnsanların değerleri, ilgileri, birliktelikleri, sosyal roller baskındır ve o insanlar seçici olarak, gördükleri ve duydukları şeyi biçimlendirirler (Katz, 1959: 3). Kullanımlar ve doyumlar kuramının, izleyiciyi ve medyayı konumlandırması sabittir. Medya, yararlanmak için vardır ve gereklidir. İzleyici ise ondan yararlanır. Ancak bu yararlanışın öyküsünü yazmak önemlidir. Ömer Özer'in bir çalışmasında (2016), bu nokta dikkate alınmıştır.

Sonuçta bu evrede insanın etkiye karşı duyarlılığına ilişkin bir yeni değerlendirme ortaya çıkmıştı. Laboratuvar deneyleri, saha araştırmaları bu yönde sonuç veriyordu. Kitle iletişim araçları en fazla pekiştirme etkisi yaratıyordu. Doğrudan etkilemiyordu. Bir önceki Ortodoksluğun aksine özne pasif değil aktifti. Medyayla kendisi bir şeyler yapıyordu. Medya, insana bir şey yapmıyordu. Seçici izleyici davranışına ilişkin görgül uygulamalar, kullanımlar ve doyumlar kuramınca destekleniyordu. Yani insanlar medyadan yararlanıyordu.

Bu sonuçlar kitle toplumu tezinin reddini gerektiriyor ve vurguluyordu. Nitekim bir önceki Ortodoksluğun ortaya koyduğu güçlü etkiler kuramı kitle toplumu tezinden oldukça fazla etkilenmişti. Buna göre toplum, yalnız ve anomik bireylerden oluşmaktadır. Ancak yeni sonuçlar bir başka deyişle sınırlı etkilerde, toplum, zengin kişisel bağlar içinde küçük gruplardan oluşmaktaydı. Küçük gruplar, kitle iletişim araçlarının etkisine karşı koruyucu yastık işlevi görüyordu. Bu durum yayılmacı iktidar görüşüyle de bir araya geliyordu: Aşağı statüdeki insanlar oldukça önemli kişisel etkiye sahiptir (Curran vd., 1991).

Ancak burada belirtmek gerekir ki, özellikle 1960'larda yoğun olarak gerçekleştirilmeye başlanan medyadaki şiddete ilişkin araştırmalar, iletişim araştırmaları içine katılsa etkinin sınırlı olduğu tezi körelmiş de olabilirdi. Elbette, medyadaki şiddet araştırmalarının sonuçları, dönem itibarıyla Amerikan emperyalizminin varlığını ve gerçekliğini kanıtlamış oluyordu (Özer, 2016).

Üçüncü evrede, özellikle televizyon üzerinde çalışmalar yapılmış ve medyanın uzun dönemli güçlü etkilerine yeniden dönüldüğü görülmüştür (McQuail, 1984: 38). Bu dönemde, medya etkisini daha geniş ölçekli soruşturan gündem belirleme, Almanya'da geliştirilen ve anaakım kuramlar içerisine katılan suskunluk sarmalı, gerçekliğin sosyal oluşumu, bilişsel etkiler/öğrenme, şiddet, cinsellik, ön sosyal öğrenme, (ideolojik) yetiştirme (cultivation) gibi yeni kuramlar ve alanlar ortaya çıkmıştır. Yine bu dönemde, içerik kadar aracın ve bağlamın etkisi ve etkilerin çoklu tipleri araştırılmıştır. Üçüncü evre artık, Lasswell'in modeline geri dönüşün olanaksız olduğunu ve etkinin uzun dönemli olarak ele alınması gerektiğini ortaya koyuyordu. Birikimsel değişiklik ve etki artık, odak noktası olmuştu. Ama yine de medya etkileri

kuramları doğrudan etkiler modellerini vurguladı. Suskunluk sarmalı kuramının geliştireni Elizabeth Noelle-Neumann bu evreyi, güçlü kitle iletişim araçlarına geri dönüş olarak tanımlıyordu. Bu tanımlamada televizyonun rolü çok büyüktü. "Etki yok" mitini kırmak için bu evrede, kültürel örneklere, uzun dönemli etkilere ve kurumsal davranışlara bakılmaya başlanmıştı. Bu dönem kuramcılar, eski psikoloji uyumlu yaklaşımları eleştiriye tutuyordu. Bunun yerine birikimsel etkiler olarak uzun dönemli etkileri koyuyordu (Borah, 2015). Bu dönemin öne çıkan kuramcıları ve kuramları şunlardır: Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw'un Gündem Belirleme Kuramı (Agenda Setting Theory); Elisabeth Noelle-Neumann'ın Suskunluk Sarmalı Kuramı (Spiral of Silence Theory) ve George Gerbner'in İdeolojik Yetiştirme Kuramı (Cultivation Theory).

Medyanın etkisini, kamunun konuşmasıyla ortaya çıkaran gündem belirlemeyle, kamunun konuşmamasıyla ya da sessiz kalmasıyla belirleyen suskunluk sarmalı kuramları bu dönemde geliştirilmiştir. Yukarıda da belirtildiği gibi, suskunluk sarmalı, Amerika Birleşik Devletleri dışında geliştirilmesiyle de ün salmıştır. Yine yukarıda Knies'in, editörlerin gündemi belirlediği düşüncesinden söz edilmişti. Knies, eklemiştir: Editörler ekonomik olarak bağımsız değildirler. Kurt Lang ve Gladys Engel Lang, Walter Lippmann ve Bernard Cohen'in adları gündem belirleme kuramı bakımından öne çıkarılır. Oysaki editörlerin gündemi belirlediği ama ekonomik olarak bağımsız olmadıkları kabul edilse, onların, gündemi kendilerini bağımlı kılanların lehine belirledikleri ortaya çıkacaktır. Elbette bu durumda medyanın gündem belirleme etkisini açıklarken mülkiyet sahiplerini ve onların ait olduğu sınıfı da dikkate almak gerekecektir. Bu da gündem belirlemenin yönünü değiştirecektir. Belki de konuya eleştirel medya kuramları tarafından bakılacaktır.

Gündem belirleme, önce geleneksel, sonra ikinci derken üçüncü düzeye de ulaştı. Ama ideolojik boyutu dikkate almadığı için kaba indirgemecilikten öteye gidemiyor. Bu düşüncemi yıllar önce doçentlik tezimde dile getirmiştim (Özer, 2007). Yani düzey atlaması, gündem belirleme kuramını geliştirmiyor. Üçüncü düzeye göre, medya su tasarrufuna ilişkin bir kamu spotunun arkasında çamaşır makinesi reklamı da verebilir. Bu, kuram bakımından uygundur. Ama onun, gündemi belirleyiş biçimi ideolojik olacaktır. Ne yazık ki bunu anaakım vurgularıyla yapamaz.

Anaakım kuramlarının etki vardır tarafı, eşikbekçiliğinden başlayıp gündem belirlemeyle doruk noktasına ulaşmıştır. Buna bağlı birçok kuram ünlü olmuştur. Çerçeveleme ve önceleme onlar arasındadır. Öte yandan, etki sınırlıdır ya da yoktur tarafında iki aşamalı akıştan hareketle kullanımlar ve doyumlar kuramı doruk noktasına ulaşmış ve birçok kuramı beraberinde taşımıştır: Yoksunluk, pekiştirme, medya sistem bağımlılık, yeniliklerin yayılması, medya bolluğu, evcilleştirme/uygarlaştırma, bilgi açığı, eğlence, durumu

yönetme kuramları ve zihinsel modeller... Bu durum, temel bakış açısının değişmediğini, örneğin etki temelinde çok sayıda kuram ve yaklaşımın geliştirildiğini, ancak sonuçta tek sonuç sunduğunu işaret edebilir: "Etki vardır ya da yoktur ya da belli ölçüde vardır." (Özer, 2016).

Etki kuramlarına tarihsel olarak bakıldığında, başlangıçta medyanın güçlü etkileri olduğunun kabul edildiği anlaşılmaktadır. Bu dönemlerde kabul edilen etkinin "dozu" yüksektir. 1970'lerle birlikte yeniden döndüğü önerilen etkinin dozunun ise birinci dönemdekinden daha az olduğunu önermek mümkündür. Örneğin, güçlü etkilere dönüşü temsil ettiği kabul edilenlerden gündem belirleme kuramının bile, o dönemde yalnızca konuları alıcıların önüne getirdiği noktada etkili olduğu, buna karşılık alıcıyı anlama ve yorumlamada serbest bıraktığı için tam kapasite etkiye sahip olmadığı belirtilebilir. Bu durum ikinci ve üçüncü düzeyle aşılmaya çalışılmıştır. Birinci ve üçüncü dönem arasında etki dozunun birinci lehine yoğun olmasının bir nedeni, aradaki dönemde sınırlı etkinin yükselmesi olabilir. Üçüncü dönem açısından etkinin dozu, sınırlı etki ile tam etki arasında bir noktada durmaktadır denebilir.

Etki kuramlarının yenilik ortaya koymadan var olan/daha önce geliştirilen kuram ve yaklaşımların devamı olduğunu ileri sürmek mümkündür. Çerçeveleme ve önceleme kuramlarının, gündem belirleme kuramıyla ilişkisinden söz edilmişti. Sırasıyla, medyanın gündemi hangi konuları çerçeveleyerek belirlediğini ve bu gündemle alıcıları nasıl etkilediğini bulmaya çalışmaktadırlar. Bu yöndeki açıklamalar, kullanım ve doyumlar çerçevesinde de yapılabilir. Örneğin, medya bolluğu kuramı özünde insanların medyadan yararlandığını ifade eder; yararlanmayla sonuçlanan durumun biçimini sunar. Bu ikisi arasındaki benzerlikler dikkat çekicidir (Perry, 2002: 84-85). Sonuçta, etki geleneğinde temelde medyanın bireyler üzerindeki etkileri üzerinde durulmasından dolayı, kuramsal yaklaşımlar da etki temelinde sınırlanmak zorunda kalmıştır denebilir.

Anaakım iletişim çalışmalarından kullanımlar ve doyumlar kuramı örneğinde, etki sınırlıdır ya da yoktur tarafına ilişkin olarak da bazı değerlendirmeler yapılabilir. Kullanımlar ve doyumların da sonuçta etki geleneği içinde ortaya çıkan bir kuram olduğunu teslim etmek gerekmektedir. Hatta, medyanın etkili olduğunu öneren gelenekle kullanımlar ve doyumlar kuramının son bir kesişme noktasında durduklarına ilişkin değerlendirmeler de yapılmaktadır. Bu kesişmeyi ifade etmesi bağlamında, "kullanımlar ve etkiler araştırması" başlığının kullanıldığı da belirtilmektedir (Jensen ve Rosengren, 2005: 59). Aslında gereksinim duyan insan, aynı zamanda etkiye de açıktır. Bu durumda, etki çitfe katlanmış olarak bile söz konusu olabilir. İzleyicinin televizyon kumandasını elinde tutmasının, onun aktif olduğunu göstermesi açısından son derece tartışmalı olduğunu belirtmek mümkündür. Burada önemli bir nokta da, gereksinimlerini gidermek için televizyon izleyen bireyin, gereksi-

nimlerini ne ölçüde doğru tanımladığı ile televizyon izlemenin bu gereksinimleri hangi ölçüde giderdiği. Oysa kullanımlar ve doyumlar kuramı, medya kullanımında insanı temel alan bir kuramdır ve kurama göre medya tüketicileri, medyayı nasıl kullanacakları ve medyanın kendilerini nasıl etkileyeceği konusunda özgürdürler. Burada sorulması gereken sorular şunlar olabilir: “Birey, gereksinimini tam olarak saptamada gerekli yeteneğe sahip midir? Bu yeteneğe sahip olsa bile, seçilen içerik ya da araç, bireyin tanımladığı gereksinimini gidermek için en uygunu mudur?”

Buradan hareketle, kullanım ve doyumlar kuramının önermelerinin hâlâ Katz'ın ilk analizinde ortaya koyduğu haliyle durmasının günümüzü aydınlatmada yeterli olamayabileceğine işaret etmek yararlı olabilir. Aradan geçen onca yıl ve yapılan araştırmalara karşın, daha sonra bunlar yeterince geliştirilmemiş ya da geliştirilememiştir. Getirilen tek yenilik, izleme türleri olarak -olabildiği ölçüde- kabul edilebilir. Buna göre, kullanımlar ve doyumlar araştırması hâlâ insanların medyayla ne yaptığı sorusuna yanıt aramaktadır. Bu arayış, Türkiye gibi ülkeler açısından günümüzde sınırlı derecede de olsa hâlâ anlamlı olabilir ancak, kuramın kendisi açısından son derece yetersizdir. Ayrıca, izleme biçimleri gelişmeyi değil, eski saptamanın betimlemelerini örneklemektedir denebilir. Yine de, günümüzde izleme biçimlerine göre çözümleme önem taşıyacaktır ve bu yönde bir çözümleme zorunlu olarak da görülebilir (Özer, 2007; 2016).

Kullanımlar ve doyumlar araştırmalarının dikkate almadığı bir nokta da, geçmişe ilişkin bireysel bildirimlerin sınırlı olduğudur. Örneğin, izleyiciler ne yapmak için neden izleme seçimi yaptıklarını bilmeyebilirler ya da en azından bunu tam olarak açıklayamayabilirler. Bu sorunu aşmak için, araştırmaların her bir program özelinde sorular yerine genel soruları seçmesi doğru olabilir. Bu da, her bir program özelinde araştırma yapılmasını engelleyebilir. Giderek, kullanımlar ve doyumlar araştırmasının önermelerinin sınanmasının engellenmesine uzanabilir. Ayrıca, izleme nedenlerine eklenebilecek diğer seçenekler de önemli olabilir. Yanıtlar açısından belirtildiğinde, insanlar başkalarından duydukları nedenleri de belirtebilirler (Özer, 2007). Bu da, onların televizyonu kullandıkları ve ondan yararlandıkları bağlamında kuşkuya yer bırakabilir.

Kullanımlar ve doyumlar kuramına yönelik bir eleştiri, onun etki geleneğiyle örtüşmesinde anlamını bulmaktadır. Yaklaşım, “kaba doyumculuk” (“vulgar gratificationism”) önermesiyle eleştirilmiştir (Özer, 2007). Bu, üzerinde durulması gereken son derece anlamlı bir eleştiridir. Nitekim bireysel ve psikolojik yönü açıkladığı kabul edilse bile, sosyo-kültürel bağlamı görmezden gelmeye eğilimlidir, hatta görmezden gelmektedir. Kuşkusuz bu durum, kullanımlar ve doyumlar kuramından öte, etki geleneğinin etki sorunsalının eksikliği olarak değerlendirilebilir. Kuram, kuramsal olarak yalnızca, bireyin psikolojik durumu ve bireysel etkenleri öne çıkarmaktadır. Buna karşılık, eleştirel medya kuranları çerçevesinde gerçekleştirilen alımlama çözümlenmeleri,

yorumlardaki bireysel farklılıklar bulunduğunu teslim eder ama insanların televizyonla deneyimlerini yorumlayacakları yolların şekillenmesindeki alt-kültürel, sosyo-ekonomik farklılıkların önemine dikkat çeker.

Kullanımlar ve doyumlar kuramcılarını, belirtilen yetersizlik yerine, aktif ve bilinçli seçimi abartmaya eğilimlidir (Özer, 2007). Ancak, medyanın özgürce seçimden öte, insanlara dayatılabileceği seçeneği üzerinde düşünmeye gerek görülmez ve dikkate alınmaz. İzleyicinin aktifliğinin abartılması, yorumların abartılmasına da uzanabilir. Bu yöndeki dayatmacı ön kabulden kalkarak araştırma kurgulamak, çözümlene yapmak, sonuçlar elde etmek, onları yorumlamak, araştırmacıyı sonuçlar olumsuz çıksa bile araştırmayla sınırlamasına ve başka seçenekleri dışlamasına götürür. Oysa, alıcılar 'tercihli okumalar' yapmadan ya da içeriğe bakmadan da herhangi bir doyum elde edebilirler.

Kullanımlar ve doyumların işlevselci vurgusu, politik olarak muhafazakârdır (Özer, 2007). Bu muhafazakârlık, iddialı ön kabullerinde kendini gösterir ve kendi bağlı olduğu geleneğin sunduğu seçenekleri bile dışlamasına neden olur. Örneğin, insanların medya kullanımından her zaman bazı doyumlar sağlayacağına ısrarcı olunması, yalnızca bu ekseninde dönüşleri gerektirir. Eleştirisi yoksunluğu, medyanın güçlü etkileri olduğu kabulünün dışına taşındığında ise kullanımlar ve doyumların "son derece" sınırlı bir vurguya sahip olduğu ortaya çıkar.

Kullanımlar ve doyumlar, insanların medyayı neden kullandıklarıyla ilgilenmektedir. Bu yaklaşım, sosyal bilimler içindeki 'anaakım' araştırmadan gelirken (Özer, 2007), bu araştırmacının sınırlı vurgu ve çıkarımlarını da aşmakta güçlük çekmektedir. Anketle elde edilen verilerin sunduğu sonuçların sınırlılığı, yorumlarına da yansiyabilir. Bu açıdan, veri toplama çeşitliliği sağlanması kuramsal sınırlılıkların dayatmasını "çok az da olsa" aşabilir. Kullanım ve doyumlar kuramının, çizgisel modelin sunduğu iletişim sürecinin sınırlarını aştığı da önerilemez. Nitekim kaynak, mesaj ve alıcının durumunda görüldüğü önerilen değişiklik, yalnızca alıcının aktif olduğu yönündeki kabuldür.

Kullanımlar ve doyumlar kuramının, izleyiciyi ve medyayı konumlandırması sabittir. Medya, yararlanmak için vardır ve gereklidir. İzleyici ise ondan yararlanır (Özer, 2007). Ancak, izleyicinin medyadan nasıl yararlandığını ortaya koymada yetenekli değildir. Bu yönde getirdiği önerilebilecek açıklamaları, son derece yetersiz ve indirgemecidir. Bunun yanı sıra, kuramın sanatsal ve kültürel bir vurgusu bulunmamaktadır. Medya metinlerini alıcıların nasıl yorumladığı, kullanımlar ve doyumlar kuramının sorunu değildir. Oysa medyadan yararlandığı kabul edilen insan-bireyin, yukarıda da değinilen bu "yararlanışının öyküsünü" yazmaya girişmesi, kuramın gelişmesine katkıda bulunabilir. Anılan öykü içinde, alıcının yararlanan içerikten hangi anlamları neden, nasıl ve hangi kültürel, sosyal, siyasal, ekonomik ve hatta ideolojik temele dayanarak çıkardığı anlamlı olabilir. Kuşkusuz bu vurgu, zaman zaman alımlama kuramı ya da alımlama çözümlenmesi olarak adlandırılan çalış-



ma geleneğinde, insanların medya 'metinlerini' yorumlarken, onların hangi anlamları ürettiklerine odaklanmayla örtüşmektedir. Alımlama çözümlemesi, anketten daha çok görüşmeler yapmaktadır. Bazı görüşmeler, aynı televizyonu izleyen arkadaşlar gibi küçük gruplarla yapılmaktadır. Vurgu, belli bir arkası yarın gibi özel içerik ile işçi sınıfından kadın izleyicilerin belli bir grubu gibi özel sosyal bağlam üzerinedir.

Doyumlar ise, kullanılış nedenleriyle yakın ilişki içerisindedir. İnsanların, medyayı ondan sosyal ve psikolojik gereksinimlerini karşılamak için kullanmaları, aynı zamanda belli doyumlar aradıklarını göstermektedir. Bunlar ise gereksinim ya da güdüden çıkar ve araç kullanma davranışından önce gelir. Sağlanan doyumlar ise bu kullanma sonucunda elde edilenlerdir (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 191). Konuya buradan bakıldığında, anlamlı sonuç vermeyen hiçbir araştırma, televizyonun ondan yarar ve doyum amaçlı izlenilmediğini vermez. Böyle bir durumda, insanların gereksinimlerini tanımlayamamış oldukları ya da yanlış medya ve/veya içerik seçtikleri yorumu yapılabilir. Doğru tanımlanmamış gereksinimle, izlenen içerik birbirine denk gelmediğinde de, o gereksinim için televizyondan yarar ve doyum sağlamamış olur. Ama, televizyondan doyum sağlanmamış olmaz. Televizyon ondan yarar ve doyum sağlamak için insanların kullanımı için beklemektedir. Ancak, insan doğru seçim yapamamaktadır. Bu da, insanın aktif olarak konumlandırılmasının sorunlu olduğunu önerebilir.

Özetlemek gerekirse, etki geleneğinde, çok sayıda araştırmanın yapıldığı ve birçok kuram ve yaklaşımın geliştirildiği üç dönem yaşanmıştır. 1. dönemde medyanın güçlü; 2. dönemde sınırlı etkileri olduğu kabul edilmiştir. 3. dönemde ise güçlü etkilere dönüş yaşanırken, sınırlı etkiler yaklaşımı tümüyle reddedilmemiştir. Yaklaşım çerçevesinde temel ilgi, medyanın birey üzerindeki etkisini ölçmeye ilişkin olmuştur. Etki kuramı açısından bir noktada daha düşünmek ve düşünce açıklamak yararlı olabilir: Bu alan için "bir ileri iki geri" gittiği şeklinde bir betimleme yapılabilir. Sadece "etki" üzerinde duran kuram, bunun deyim yerindeyse "yavanlığını" görmezden gelmekte, "kendini beğenmiş" duruşunu "heybetli hale" getirerek dışa kapanmaktadır (Özer, 2007; 2016).

Öte yandan, 1990'ların başlarında dördüncü bir evre yaşanmaya başladı. Bu evre sınırlı etkiler evresine dönüşü temsil ediyordu ve yapılandırmacı modeller üzerine vurgusu vardı. Bu zamanlarda medya etkilerine çok sayıda eşitlikçi yaklaşımın popülerliğinin yükseldiğini görüyoruz. Bu, sosyal yapılandırmacı yaklaşım olarak anılmaktadır. Bu yaklaşım, medyanın gerçekliği yapılandırdığını ve kamunun medyanın bu gerçekliğine uyup uymadığını tartışmaktadır. Bazı çağdaş kuramcılar, iletişim araştırmalarının hâlâ üç evreden oluştuğunu ileri sürmektedirler ve dördüncü evreye kuşkuyla bakmaktadırlar ama bu son evreyi dikkate almakta yarar bulunmaktadır (Borah, 2015). Elbette bunlara bir beşinci dönem olarak, "yeni medya dönemi"ni eklemek de

mümkündür. Ayrıca, Chicago Okulu'yla Marshall McLuhan'ın iletişim çalışmalarına katkılarını unutmamak gerekir.

Yazının başında iki kamptan söz edilmişti. Eleştirel medya kuramlarında da etki durumu vardır denebilir ama bu, ideolojik bir etkidir. Ayrıca etki durumu yoktur da denebilir ama bu da ideolojik etkiyi hesaba katar. Örneğin araçsalci yaklaşım, etkinin ideolojik olarak varlığını kabul eder. Alımlama çalışmaları özünde ideolojik etki yoktur sonucuna ulaşır. Ancak anlaşılacağı gibi kaba bir şekilde etki vardır ya da yoktur ya da sınırlıdır yerine, bunu daha karmaşık bir anlamlandırma düzeyinde, bağlamsal olarak ele alır ve ortaya koyar.

Bu iki yaklaşım, anaakım ve eleştirel kuram (Frankfurt Okulu) ya da Lazarsfeld ve Adorno örneğinde Lazarsfeld tarafından biraraya getirilmek de istenmiştir ama başarılı olunamamıştır. Nitekim aradaki fark, önemli bir ayrıştırma politik ve epistemolojik duruşlarda yatmaktadır (Slack ve Allor, 1995).<sup>1</sup>

Burada eleştirel medya kuramlarının geniş bir özetini yapmak yerine kitapta ele alınan konular eşliğinde açıklamak yararlı olacaktır. Doç. Dr. Güven Özdoğru, *Marksizmin Mirası* başlıklı çalışmasında şu noktalara değinmektedir: Marksizm ve onun mirası, iletişim alanında sürekli olarak ertelendi ve bu ertelemenin sonucu olarak Marksist kuram, merkezi olmayan bir noktaya hapsedildi. Öte yandan, Karl Marx'ın, ideolojiyi kavrama biçimi ve özne kategorisini ele alma tarzı, Marksist kuramı iletişim alanının merkezine doğru ilerletecektir. Marx tarafından ideoloji, "Camera Obscura" metaforuyla temsil olarak kavranırken, insan doğasının/özünün reddi yoluyla da özne kategorisinin içi boşaltılır. Hem Marx hem de Louis Althusser açısından, özne artık, boşluğu ideoloji dolayımı ile doldurulan tarihsel bir yapıya indirgenir. Bu çalışma Marksist kuramın, medya etkileri paradigmasının gereksinim duyduğu rasyonel zemini ona sunması anlamında, *ilk* medya etkileri kuramı olarak değerlendirilebileceği düşüncesini tartışmaya açar. Diğer yandan, Marksist kuramın iletişim alanında uzun süre görmezden gelinmesini pozitivist paradigmanın tahakkümü üzerinden temellendirmeye çalışır. Çalışma Marksist kuramın temel kavramları olan ideoloji, meta-fetişizm ve yabancılaşmayı medya ve kültür bağlamı içerisinde ayrıntılandırırken, aynı zamanda medya içerikleri üzerinden ideolojiye bakmayı da önerir ve medya içeriklerindeki ideolojiyi görünür kılmaya çalışır.

Prof. Dr. Nazife Güngör, *Frankfurt Okulu Üzerine Kültür Odaklı Bir Değerlendirme* başlıklı çalışmasında şöyle diyor: Frankfurt Üniversitesi bünyesinde 1923 yılında, Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü adıyla kurulan Frankfurt Okulu, eleştirel düşüncesinin önemli bir temsilcisi niteliğindedir.

---

<sup>1</sup> Bir noktaya dikkat çekeceğim: Frankfurt Okulu, anaakım iletişim kuramları içerisinde sayılarak öğrenciyeye anlatılmaz. Frankfurt Okulu, elbette eleştirel medya kuramları içerisinde yer alır ve bu alanda anlatılmalıdır.

Kendilerinden önceki eleştirel düşünce geleneklerinin de etkisinde yola çıkan Frankfurt düşünürlerinin temel amacı, kapsamlı bir eleştirel toplum kuramı geliştirmektir. Bu anlamda eleştirel düşünüşün öncülerinden, özellikle de Friedrich Hegel'in ve Marx'ın düşüncelerinden etkilenmişlerdir, ancak içerisinde yer aldıkları dönemin önceki dönemlerden farklılaşan özelliklerini analiz edebilmek ve sorunlara çözüm üretebilmek için yeni kuramsal ve yöntembilimsel çalışmalara gerek vardır. İçerisinde yer aldıkları dönemin önemli dinamikleri vardır. Bir yandan kapitalizm gelişiyor ve yerleşik hale geliyordu. Ama diğer yandan dünya büyük bir ekonomik bunalımın içerisindeydi. Kapitalizmin öncüsü durumundaki Batılı ülkelerin bir kısmında demokratik yönelimler gelişirken (Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere gibi), diğer bir kısmında da diktatörlüğe doğru bir gidiş söz konusuydu. Almanya, İtalya, İspanya, Sovyet Rusya gibi ülkeler daha eşitlikçi, sosyal devletin daha egemen olacağı bir siyasal sisteme geçmek üzere yola çıkmışken, yolculuk diktatörlüklerin kurulmasıyla sonuçlanmış, bu da kitlesel felaketlere yol açmıştı. İşte Frankfurt Okulu düşünürleri tam da bu karmaşayı ve çelişkili durumu anlamak, diktatörlerin ardı sıra sürüklenen kitleleri analiz etmek üzere yola koyulmuşlardı. Ancak Avrupa'ya yayılan faşizm, özellikle de Hitler rejimi onların da kâbusu olur ve bütün entelektüel hayallerini yarım bırakarak hiç değilse canlarını kurtarmak ve yaşamlarını sürdürmek için Amerika'ya taşınırlar. Frankfurt Okulu düşünürleri Amerika'da da akademik çalışmalarını sürdürürler, ancak hem farklı karaktere sahip bir toplumsal ortama gitmiş olmaları hem de Amerikan tarzı akademik anlayışın, alışageldiklerinden özellikle de yöntembilimsel anlamda farklı olması nedeniyle başta planladıkları gibi bir entelektüel ve akademik süreç yaşamalarına engel oluşturur. Ama yine de ortaya koydukları kavram ve kuramlarla bilimsel ve düşünsel yaşama önemli bir katkı yaparlar. Eleştirel bakışları, toplum ve bireye ilişkin analizleri, ortaya koydukları kavram ve kuramlarla Frankfurt Okulu'nun 20. yüzyılın temsil edici eleştirel düşünsel geleneğini geliştirdiği söylenebilir.

Prof. Dr. Erdal Dağtaş'ın yazdığı *Ekonomi Politik Yaklaşım* başlıklı bölümün konusunu, klasik ve Marksist ekonomi politik ile Marksizmi bugüne uyarlayarak yeniden yorumlayan eleştirel ekonomi politiğin medya alanındaki açılımlarının irdelenmesi oluşturmaktadır. Ekonomi politik; üretim, dağıtım ve değişim sisteminin nasıl yönetildiğini ve işlediğini sorgulamaktadır. Ekonomi politik, toplumsal gerçekliğin çözümlenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Eleştirel ekonomi politik ise her türden değer nasıl üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiği (ekonomik); gücün nasıl üretildiği, dağıtıldığı ve uygulandığı (politik) ve bu ilişkilerin toplumsal yaşamı verili bir uzam ve zamanda nasıl düzenlediği sorularıyla ilgilenmektedir. Ekonomi politik biliminin daha açık bir tanımının yapılabilmesi için klasik ekonomi politik ile Karl Marx'ın, klasik ekonomi politiğe yönelik bir eleştiri olarak geliştirdiği Marksist ekonomi politik arasında bir ayrıma gidilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada öncelikle

klasik ekonomi politiğın ne olduğuna yönelik bilgiler aktarılmıştır. Ardından, Marksist ekonomi politik açısından önemli olan bazı kavramlar irdelenmiş ve bu yaklaşımın medya alanındaki yansımalarına vurgu yapılmıştır. Bu anlamda, Marksizmden esinlenen ekonomi politiğın farklı vurgu noktalarına dikkat çeken yaklaşımlar irdelenmiştir. Sonuç bölümünde ise eleştirel ekonomi politik yaklaşımın iletişim ve medya çalışmalarına olan katkısı değerlendirilmiştir.

Doç. Dr. Kenan Duman *Arasalcı Yaklaşım* başlıklı yazısında şunlara değinmektedir: Eleştirel ekonomi politik içerisinde sınıf mücadelesi ve kapitalist devlet mantığı bağlamında araçsalcı ve yapısalcı iki yaklaşım vardır. Çalışmada, kitle iletişim araçları alanında araçsalcı yaklaşım incelenmiştir. Arasalcı yaklaşıma göre, kitle iletişim araçlarının içeriklerini belirleyen temel etmen sahiplik yapısıdır. Kitle iletişim araçları, var olan düzenin ve medyayı kontrol eden egemen sınıfın çıkarlarını korumak ve meşrulaştırmak için çalışmaktadır. Yaklaşım bağlamında önce sınıf egemenliği kuramı incelenmiştir. Sınıf egemenliği kuramı, medyanın şirketler tarafından kontrol edildiğini ve içeriğin özellikle haber içeriğinin bu şirketlere sahip olan bireyler tarafından belirlendiğini savunur. Çalışmada araçsalcı yaklaşım içinde geliştirilen  kuramsal alışma; Dallas Smythe'nin "İzleyicinin Metalaşması", Herbert Schiller'in "Kültür Emperyalizmi" ve Edward S. Herman ve Noam Chomsky'nin "Rıza İmalatı" konularına yer verilmiştir. Çalışmada ayrıca kuram ve kuramcılara getirilen eleştiriler anlatılmıştır. Çalışma sonuç bölümü ile tamamlanmıştır.

Prof. Dr. Burak zetin de *Britanya Kültürel İncelemeler Okulu* isimli çalışmasında şöyle demektedir: Çalışma, Britanya kültürel incelemeler okulunun tarihsel ve kuramsal bir analizini sunmayı hedeflemektedir. Kültürü bütünlüklü bir yaşam tarzı olarak ele alan kültürel incelemeler ekolü, kültürel alana ilişkin son derece incelikli ve ayrıntılı analizler sunmayı başarmıştır. Bu çalışmada ilk olarak okulun tarihsel kökenlerine değinilmiştir. Daha sonra okulun kltrelcilik ve yapısalcılık arasında bir alternatif sunmaya çalışan; kısıtlayıcı yapısalcı belirleyenler içerisinde yaratıcı insan faaliyetine odaklanan erevesi tartışılmıştır. Kültürel incelemeler okulunun anlam, anlamlandırma ve ideoloji üzerine çalışmalarına ayrıca değinilmiştir. Okul, ideoloji ve hegemonya kavramlarını kültürel incelemelerin ve medya çalışmalarının merkezine yerleştirmiş; özneleşme ve kimlik edinme süreçlerine odaklanmıştır. Dinamik, indirgemeci olmayan ideoloji ve hegemonya kavrayışı, eklemleme düşüncesi ile birleşerek medyanın, kültürel formların ve kültürel tüketim pratiklerinin toplumsal iktidar ilişkileri ile bağları ortaya kondu. Çalışmanın son bölümü izleyici araştırmaları özeline kültürel incelemeler okulunun kültürel tüketim süreçlerine ilişkin çözümlenmelerine ayrıldı. Medya mesajlarının alımlanması ile başlayan yolculuk, zamanla medyanın işlevlerine doğru ilerledi. Kültürel incelemeler, etnografik bir yaklaşımla medyanın gündelik yaşam pratiklerindeki, sosyalleşme örüntülerindeki ve kimlik inşa süreçlerindeki yerine odak-

lanan çalışmalara imza attı. Çalışma, kültürel incelemelerin bu canlı araştırma gündeminin potansiyel ve olanaklarının henüz tüketilmediğini iddia ediyor.

Doktor Öğretim Üyesi Canay Umunç, *Yapısalcılık, Göstergebilim ve Medya* başlıklı çalışmasında şu noktaları belirtmiştir: Yapısalcılık, temeli dilin yapısının incelenmesine dayanan, insanın ancak katıldığı pek çok yapı olan sembolik ilişkiler ağı aracılığıyla anlaşılabilceği bir kuramdır. Antropoloji, etnoloji ve dilbilim alanındaki araştırmalardan esinlenen bu kavram, daha sonra sosyoloji, psikoloji, medya gibi sosyal bilimleri de etkisi altına almıştır. Göstergebilim, yapısalcı yaklaşımın bir yöntem olarak uzantısıdır. Göstergebilim, toplumdaki göstergelerin gizil anlamlarını ortaya çıkarmayı amaçlayan multi disiplinler bir alandır. Özellikle, 1960'lardan sonra reklam ve film metinlerinde göstergelerin bilinçli bir şekilde kurgulanması, medya çözümlemelerinde göstergebilim yönteminin kullanılmasında başlıca etken olmuştur. Medyada işlenen toplumsal cinsiyet, ırkçılık, tüketim toplumu vd. sorunlara yönelik mitler, kodlar ve temsiller bu alanın konusunu oluşturmaktadır. Alan araştırmacıları ayrıca farklı göstergelerin, farklı toplumsal, sosyo-kültürel yapıdaki insanlarda nasıl anlamlandırıldığı ile ilgilenmektedir. Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'in yaklaşımlarını temel alan medya göstergebilimi, Roland Barthes, Umberto Eco, Vladimir Propp, Algirdas Greimas ve pek çok yapısalcının anlatsal yapıların çözümlemelerine ilişkin kuramlarıyla günümüze kadar gelmiştir. Bu bölümde yapısalcılık, Saussure ve Peirce'in göstergebilimsel yaklaşımlarından başlayarak medya göstergebilimi incelenmektedir. Yöntem olarak, medyada kullanılan kod ve temsillerin kurgulanma yolları, medya alıcılarının anlamlandırmaları, göstergelerin ardındaki gizil anlamları anlamamızı sağlayan medya göstergebiliminin işlevleri açıklanmaktadır.

Prof. Dr. Nüket Elpeze Ergeç, *Postyapısalcılık ve Medya* isimli çalışmasında şöyle demiştir: Her şeyi bir dizge ve yapı içinde tanımlayan yapısalcılık yaklaşımı, yapıyı inkâr etmeyen ancak buna eklemeler yapan postyapısalcılık düşüncesinde yeniden okunur. Yapısalcılığa getirilen eleştiriler postyapısalcı düşüncüyü doğurur. Postyapısalcı perspektif, yıllar içinde iki temel iddia oluşturur. Bunlardan birincisi nesneliliğin bağlamla ilgili olmasıdır. İkinci olarak hiçbir bağlam mutlak bir kapanış öne süremeyecektir. Postyapısalcılık, nesnel ve evrensel olmaktan çok anlamları akışkan ve değişebilir olarak görür. Medya metinlerinin postyapısalcı yaklaşım yoluyla çoklu okumaların yapılması ve metinlerarasılıkla değerlendirilirken süreklilik, kimlikler, gerçeklik, güç ve iktidar ilişkileri temelinde ele alındığı görülür.

Öğretim Görevlisi Özlem Doruk Şahin, *Post Marksizm ve Eleştirel Medya Araştırmaları* başlıklı çalışmasında özetle şu noktalara vurgu yapmıştır: Post-Marksizm ve eleştirel medya araştırmaları arasındaki ilişkiyi konu edinen bu çalışmada, Essex Okulu temsilcileri olarak da anılan Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe'un görüşlerinden yola çıkılmıştır. Laclau ve Mouffe'un ilk kez 1985 yılında yayımlanan *Hegemonya ve Sosyalist Strateji* başlıklı çalışmalarında ortaya

koydukları Post-Marksist toplum kuramının temel kavramları ve önermeleri, kurama yöneltilen eleştiriler açıklanmış ve genel bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın son kısmında ise Post-Marksist kuramın eleştirel medya araştırmaları açısından taşıdığı potansiyeli ve uygulanabilirliğini göstermek amacıyla iletişim alanından araştırmacıların çalışmalarına yer verilmiştir.

Doç. Dr. Oğuzhan Taş'ın kaleme aldığı *Postmodernlik ve Medya* başlıklı yazıda, postmodernlik sorunu medya, kültür ve toplum ilişkisi bağlamında ele alınıyor. Elektronik imgeler ve iletişim ağlarının günümüz toplumlarındaki hâkimiyetinin gerçeklikle olan ilişkimizi nasıl dönüştürdüğü sorusuna yanıt aranıyor. Bu çerçevede, Jean Baudrillard, Fredric Jameson, Paul Virilio, Sherry Turkle ve Mark Poster gibi kuramcıların görüşleri değerlendiriliyor. Bu kuramcılar, postmodern durumun oluşumunda bilişim ve iletişim teknolojilerine, yeni medya formlarına ve bunların kültür ve kimlik bakımından yarattığı sonuçlara özel bir dikkat yöneltiyorlar. Televizyonun gerçeklikle kurduğumuz ilişkide yarattığı dönüşümün izini süren çalışmaların yerini, zamanla, internetin, *web* uygulamalarının ve sosyal medyanın toplumsal etkilerini anlamaya odaklanan araştırmalar alıyor. Yazıda, bu kapsamdaki belli başlı eserler gözden geçiriliyor ve savdukları tezlerin günümüzde ne ölçüde geçerli olduğu sorgulanıyor. Bölümün sonunda postmodern yaklaşımlara yöneltilen bazı itirazlara da yer veriliyor.

Doç. Dr. Gülsüm Çalışır *Kamusal Alan ve Medya* başlıklı bölümde, Jürgen Habermas'ın geliştirdiği ve farklı görüşlerin de yansıtıldığı "*kamusal alan*" kavramında tarihsel süreçte yaşanan gelişmelerin arka planını, literatür taraması şeklinde ele alıp değerlendirmiştir. Bu bağlamda 15. yüzyılla başlayan ve özellikle de 16, 17, 18 ve 19. yüzyılda ortaya çıkan gelişimlerin ilgili kavramı nasıl değiştirip, dönüştürdüğüne ilişkin bilgeleri kavramsal çerçevede anlatmıştır. Sözkonusu tarihlere kitle iletişim araçlarının, bir başka deyişle medyanın kamuoyu oluşturma gücünü de vurgulayan yazar, gazete ve dergilerle başlayan sürecin günümüzde sosyal medya platformlarına nasıl evrildiğini aktarmıştır.

Prof. Dr. Ömer Özer'in yazdığı *Eleştirel Söylem Çözümlemesi* başlıklı bölümde önce, eleştirel söylem çözümlemesinin ne olduğuna yönelik bilgiler aktarılmıştır. Sonra eleştirel söylem çözümlemesi bakımından önemli olan bazı kavramlar açıklanmıştır. Bunlar "söylem, eleştirel, ideoloji, güç ve bağlam"dır. Sözkonusu kavramlardan ideoloji ve güç oluşturulurken Teun Adrian van Dijk'ın görüşlerinden yararlanılmıştır. Daha sonra eleştirel söylem çalışmaları içinde geliştirilen dört yaklaşıma yer verilmiştir. Bundan sonra alana getirilen eleştiriler anılmıştır. Çalışma sonuç bölümüyle tamamlanmıştır. Eleştirel söylem çözümlemesinin doğuşu, 1991 Ocak'ta Amsterdam'da küçük bir sempozyumda gerçekleşmiştir. Amsterdam Üniversitesi'nin desteğiyle, Ömer Özer tarafından "öncü grup" olarak adlandırılan Gunther Kress, Norman Fairclough, Teun Adrian van Dijk, Theo van Leeuwen ve Ruth Wodak birlikte

iki gün harcamışlar ve söylem çözümlemesi ve özelde eleştirel söylem çözümlemesinin kuramları ve yöntemlerini tartışmışlardır. Toplantı, farklı ve ayırt edici yaklaşımları birbirleriyle karşılaştırmayı olası kılmıştır. Bu yaklaşımlar, 1991'den beri önemli ölçüde değişmiştir; geleneksel kuramlar, yenileştirilerek ya da ayrıntılandırılarak yeni yaklaşımlar bulunmuştur. Ancak ortaya konan temel ilkeler önemli ölçüde kalıcılığını korumuştur. Sözkonusu temel ilkeler; eleştirel söylem çözümlemesinin toplumsal sorunlara yönelik olduğunu, güç ilişkilerinin söylemde yansıdığını, söylemin tarihsel olarak yapılandığını ve toplumsal bir eylem biçimi olduğunu ifade eder. Yine bu kapsamda otoritenin ve ideolojilerin düşünceyi etkileme, dolayısıyla toplumsal eylemleri koşullama gücüne sahip olduğu da vurgulanmaktadır

Prof. Dr. Cen Yaşın, *Yeni Medya ve Eleştirel Kuram* başlıklı çalışmasında şöyle demiştir: İnternet ve iletişim teknolojilerindeki dönüşümler iletişim ortamlarını değiştirdiği gibi, bu tür yapı ve süreçleri açıklayan kuramlar üzerinde de köklü dönüşümlere neden olmuştur. Tartışmanın eleştirel kuram içinde temel eksenini, iletişim sistemindeki değişikliklerin var olan güç ve iktidar ilişkilerini değiştirip değiştirmediği veya daha merkezi olarak yeniden üretilip üretilmediğidir. Yöndeşme, yeni medyayı anlamamanın ve kavramsallaştırmanın temel kavramı olarak akademik tartışmalarda başat bir rol oynamış, farklı boyutları ve etkileriyle tartışılmıştır. Bu bölüm şu başlıklarından oluşmuştur: "Yöndeşmenin Diyalektiği, Ütopya- Distopya ikilemi ve Kaliforniya İdeolojisi, Üretim Bandından Üretim Ağına: Zaman ve Uzamın Yeni Tasarımı, Silikon Vadisi ve İş Gücünde Değişim, Yeni Medya ve Geleneksel Medya'nın Dönüşümü, Yeni Medya ve Ağ Bilimi, Yeni Medya Sistemi ve Ağların Ekonomi Politikası, Yeni Medya ve Kamusal Alan Tartışmaları, Kamusal Alandan Gözetim Toplumuna, Yeni Medyanın Gelişim Evreleri".

Prof. Dr. Huriye Toker, *Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları* başlıklı yazısında özetle şunları anlatmıştır: Biyolojinin kodladığı bireyi, kültürel olarak tanımlayarak, cinsiyet rejimi çerçevesinde kadınlık ve erkeklik bağlamında örülen toplumsal ilişkilere işaret eden toplumsal cinsiyet, politik bir duruşu ifade eder. Bakış açısı, kadınlık ve erkeklik gibi rol ve kimliklerin 'kültür', 'gelenek' gibi genel ve belirsiz kavramlarla nitelenmesine karşı çıkarak, tüm bu ilişki biçimlerini, ataerkil politik yapının doğurduğu, beslediği ve güçlendirdiği, eşitsiz ilişkilerin yaşandığı bir sorun alanı olarak görür. Akademik araştırma alanı olarak toplumsal cinsiyet ve kadın çalışmaları, disiplinlerarası bir bilim alanını tanımlamakta; kadın, feminizm, toplumsal cinsiyet ve politika kavramları üzerinden kuramsal açıklamalarını geliştirmektedir. Alan, içinde kadın tarihi (kadının oy hakkını kazanma tarihi), kadın sağlığı, feminist psikoanaliz ve bunları da içeren toplumsal cinsiyet çalışmalarının ele alındığı toplum bilimleri ve sosyal bilimleri de kapsayan oldukça geniş bir akademik çerçeveyi içine almaktadır. Her ne kadar toplumsal cinsiyet ile ataerkil yapının ilişkisi temel çıkış noktasıysa da kültür, ataerkil yapıyı ve toplumsal cinsiyet eşitsizli-

ğini anlamının önemli bir basamağıdır ve medya da kültürün çıktısı olarak bu yapının şekillendiricilerinden biridir. Eleştirel medya kuramları çerçevesinden toplumsal cinsiyet çalışmalarının ele alındığı çalışmada, toplumsal cinsiyet kavramı, feminist kuram ve kavramsal arkaplan tanımlanarak, toplumsal cinsiyetin kültür ile olan ayrılmaz ilişkisi üzerinde durulmuş ve bu ilişkide medyanın oynadığı rol, eleştirel bir bakış açısıyla ele alınmıştır.

Doç. Dr. Halise Karaaslan Şanlı, *Eleştirel Medya Kuramlarında Yöntem* başlıklı bölümde şu noktalara değinmiştir: “20. yüzyılın başında kurumsallaşarak akademik bir disiplin haline gelen iletişim çalışmaları, farklı kuramsal ve yöntemsel ilgiler temelinde, anaakım ve eleştirel başlıklarıyla tanımlanan iki temel paradigma halinde gelişim göstermiştir. Bu paradigmlar, sosyal bilim felsefesinin temel tartışmalarından köklenmiştir. Diğer bir deyişle, sosyal bilimlerin alanındaki ontolojik, epistemolojik ve metodolojik tartışmalar, iletişim alanının temel kuramsal ve yöntemsel izleğini belirlemiştir. Her iki paradigma da kendi içinde önemli dönüşümler geçirmiş, hem kuramsal hem de yöntemsel açıdan dönemsel gereksinimlere yanıt vermeye çalışmıştır. Bu bölümün amacı, eleştirel iletişim çalışmalarının yöntemsel tercihlerini sergileyebilmektir. Bunun için ilk olarak, tartışmaların kökenine, yani sosyal bilim felsefesine değinilmiştir. Sosyal bilimlerin kurucu kuramı olan pozitivist yaklaşımın ilke ve iddiaları “Pozitivist Yaklaşım ve Pozitivizme Yöneltilen Eleştiriler” başlığı altında değerlendirilmiştir. Pozitivism karşıtı farklı paradigmlar, ortaklıkları ve farklılıkları temelinde “Eleştirel Yaklaşımlar” başlığı altında ele alınmıştır. Bu başlığın ardından, “İletişim Araştırmalarında Yöntem” tartışmaları, “Anaakım İletişim Araştırmaları ve Yöntem” ve “Eleştirel İletişim Araştırmaları ve Yöntem” alt başlıklarıyla incelenmeye çalışılmıştır. Alanın öncülerinin yöntem konusundaki iddialarının sergilenmeye çalışıldığı bu başlıkların ardından, eleştirel iletişim çalışmaları içinde öne çıkan “Frankfurt Okulu”, “Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım” ve “Kültürel çalışmalar” yöntemsel tercihleri üzerinden değerlendirilmeye çalışılmıştır. Epistemoloji ve metodoloji odağında, farklı sosyal bilim paradigmlarının tartışmalarını, iletişim çalışmaları hattına bağlamaya çalışan bu metin, çok sayıda eksiklik içermektedir. İletişim araştırmalarının çok disiplinliliği, “metin” ve araçların çeşitliliği, gelişen teknolojinin doğrudan alanı etkilemesi ve bunların yarattığı yöntemsel çeşitlilik çalışma kapsamına dâhil edilememiştir. Yeni araştırmalarla bu eksikliğin kapatılacağı umudu bakidir.



## Kaynakça

- Bennett, Tony (1982). "Theories of Media, Theories of Society", Ed. M. Gurevitch vd. **Culture, Society and the Media**. N. Y: Methuen: 30-55.
- Borah, Porismita (2015). Media effects theory: Framing effects, agenda-setting, and priming", **International Encyclopedia of Political Communication**, Wiley-Blackwel: 1-12.
- Brown, L. R. (1983). "Kitle İletişim Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi", içinde **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar**, Der. K. Alemdar ve R. Kaya, ve Çev. R. Kaya, Savaş: 21-43.
- Curran, James vd. (1991). "İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar", Çev. Meral, Özbek, **İLEF Yıllık**: 228-253.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2002). **Öteki Kuram**, Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan vd. (2005). "Kitle İletişiminde Pozitivist Ampirik Geleneğin Kuruluşu: Lazarsfeld ve Yönetimsel Araştırmalar", **İletişim**: 1-45.
- Jensen, B. Klaus ve Karl E. Rosengren (2005). "Nitel Bilim Olarak Beşeri Araştırmalar: Kitle İletişim Araştırmalarına Katkılar", içinde **Medya ve İzleyici**, Der. Şahinde Yavuz, Vadi: 55-84.
- Katz, Elihu (1959). "Mass Communication Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for This Journal", **Studies in Public Communication**, 21(6): 1-6.
- Klapper, J. Joseph (1984). "The Effectiveness of Mass Communication", içinde **Media Power Politics**, Ed. Doris A. Graber, Congressional Quarterly Inc., Washington, D.C: 23-35.
- Lang, Kurt (2005). „İletişim Araştırmaları: Kökenleri ve Gelişimi“, içinde **Kitle İletişim Kuramları**, Der. Erol Mutlu, Ankara: Ütopya Yayınları: 27-74.
- McQuail, D. (1983). "Kitle İletişim Araçlarının Etkileri", içinde **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar**, Der. K. Alemdar ve R. Kaya, ve Çev. Z. Alemdar ve R. Kaya, Savaş: 45-83.
- McQuail, D. (1984). "The Influence and Effects of Mass Media", içinde **Media Power Politics**, Ed. Doris A. Graber, Congressional Quarterly Inc., Washington, D.C: 36-53.
- Özer, Ömer (2007). **Medya Şiddet Toplum**, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1725. İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No: 66.
- Özer, Ömer (2016). **Doyumun Öyküsü Twitter Örneğinde Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırmalar**, Konya: Literatürk Academia.
- Perry, K. David (2002). **Theory and Research in Mass Communication Context and Consequences**, Lawrence Earlbaum Associates, Publishers.
- Slack, D. Jennifer ve Allor, Martin (1995), "Eleştirel İletişim Araştırmalarının Politik ve Epistemolojik Kökenleri", Çev. Gülcan Seçkin, **Yıllık '94**, Ankara: A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları: 263-275.
- Tokgöz, Oya (2015). **İletişim Kuramlarına Anlam Vermek Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramı**, Ankara: İmge Kitabevi.
- White, M. White (1950). "The 'Gate Keeper': A Case Study in the Selection of News", **Journalism Quarterly**, 27(4): 383-390.

