

ÉRIC MAIGRET • Medya ve İletişim Sosyolojisi

© 2011 İletişim Yayıncılık A.Ş. / 1. BASIM
2011-2019, İstanbul (6 baskı)

Sociologie de la communication et des médias
© 2015 Armand-Colin, Paris.
Armand-Colin bir Dunod Éditeur markasıdır.

İletişim Yayınları 1557 • Başvuru Dizisi 57
ISBN-13: 978-975-05-3193-4
© 2021 İletişim Yayıncılık A.Ş. / 2. BASIM
1. Baskı 2021, İstanbul

EDITÖR Melike Işık Durmaz
KAPAK Suat Aysu
UYGULAMA Hüsnü Abbas
DÜZELTİ Remzi Abbas
DİZİN Berkay Üzüm

BASKI Ayhan Matbaası · SERTİFİKA NO. 44871
Mahmutbey Mahallesi, 2622. Sokak, No: 6/31 Bağcılar 34218 İstanbul
Tel: 212.445 32 38 • Faks: 212.445 05 63

CILT Güven Mücellit · SERTİFİKA NO. 45003
Mahmutbey Mahallesi, Devekaldırımı Caddesi, Gelincik Sokak,
Güven İş Merkezi, No: 6, Bağcılar, İstanbul, Tel: 212.445 00 04

İletişim Yayınları · SERTİFİKA NO. 40387
Cumhuriyet Caddesi, No. 36, Daire 3, Seyhan Apartmanı,
Harbiye Mahallesi, Elmadağ, Şişli 34367 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*

GENİŞLETİLMİŞ YENİ BASIM



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).

Anneme...

İçindekiler

GİRİŞ

İletişim Sosyolojisi ve Kuramları	13
İletişim: Üç boyutlu bir nesne.....	14
Sorgulamaların odağında kitle iletişimi.....	18

ÖNDEYİŞ

<i>Bir Nesnenin Oluşturulması</i>	27
--	----

BİRİNCİ BÖLÜM

İletişim Üzerine Düşünmenin Zorlukları	29
Dünyanın en iyi paylaşılan şeyi mi?.....	29
Büyük medyanın kültürel, politik ve ekonomik gayrimeşruluğu.....	30
Eleştirinin aşırısı.....	32
Övgünün aşırısı.....	33
İletişim sorununun merkezinde akıl/teknik gerilimi.....	36
<i>İletişim ve medya</i> sözcükleri.....	38
Sosyolojik söylem.....	40

İKİNCİ BÖLÜM

İletişimin Sosyal Biliminin Eksik Kalan Dönemeci	43
Toplum bilimlerinin ve iletişimin temel kavramları.....	44
Avrupalı öncüler ve medya.....	47
Modernliğe karşı kötümserlik ve ara yol yokluğu.....	52
Amerikan pragmatizmi.....	54
Chicago Okulu.....	59

BİRİNCİ KISIM

İletişimi Kültürleştirmek

Etkiler Sorunu... Ya da Nasıl Bundan Kurtulunur?..... 63

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Doğrudan Etki Kuramları Tuzağı..... 67

Medyanın etkilerinden korku ve bunun kaynakları 68

Propaganda kavramı..... 70

Uyaranların etkileri ve “derialtı şırıngası”..... 75

Reklam, ikna edici iletişimin varlığının kanıtı mıdır? 77

Sonuç..... 79

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Frankfurt Okulu ve Kitle Kültürü Kuramı 83

Kitle kültüründen kültür endüstrisine 84

Savaşa göndermede bulunmanın ağırlığı ve kültürel seçkincilik..... 87

Yöntem sorunları 89

Frankfurt Okulu’nun sonraki kuşakları..... 91

BEŞİNCİ BÖLÜM

Lazarsfeldci Sınırlı Etkiler Kuramı:

Bir Kopus, Sınırlı Etkiler........ 95

“İnsanların keşfedilmesi”..... 97

İki aşamalı iletişim akışı..... 100

Yayıma kuramı, kullanımlar ve doyumlar akımı..... 103

Aşırı pozitivizm ve ideolojinin unutulmuşu..... 104

ALTINCI BÖLÜM

İletişimin Matematiksel Modelinden

İletişim Antropolojisine..... 111

Shannon’un matematiksel haber iletisi..... 111

Norbert Wiener’in sibernetik tasarısı 113

İletişim, ahlâk ve her şeyin fizik kuramı..... 115

İnsanla yanıltıcı benzeşim..... 117

İşlevselcilikle karşılaşma..... 119

Palo Alto Okulu ve iletişimin bütüncül modeli..... 120

Sonuç..... 123

YEDİNCİ BÖLÜM

McLuhan ve Teknolojik Determinizm..... 127

“Araç, iletidir”..... 128

Kanıtlar, örnekler ve karşı-örnekler..... 130

Teknik nerede durur?	133
Tarihin bir kurnazlığı: Yorumbilim olarak McLuhançlık	136

İKİNCİ KISIM

İletişimi Kültürelleştirmek

Üretim/Alımlama Oyunu	139
-----------------------------	-----

SEKİZİNCİ BÖLÜM

Göstergebilimden Pragmatığe	141
“Dilbilimsel dönemeç”	142
Yapısalcı dilbilim ve küresel bir iletişim bilimi düşü.	143
Kitle iletişimlerinin göstergebilimi ve semiyotiği: Barthes ve Eco	147
Bir söylemin toplumsal boyutu	150
Pragmatik dönemeç	152
Sınırın ötesinde: Toplumsal alan	154

DOKUZUNCU BÖLÜM

Kültürel Pratikler Sosyolojisi	159
Tüketimler: Pierre Bourdieu’ye göre kültürel pratiklerin hiyerarşisi	160
Kültürel etnikmerkezcilik sorunu	163
Kültürün çağdaş dönüşümleri	167
“Dışlamadan eklettizme”	171
Tüketimden alımlamaya	174
Alımlama üzerine araştırma gelenekleri	176
Michel de Certeau ve alımlama sorunu	178
Sonuç	181

ONUNCU BÖLÜM

Cultural Studies (Kültürel Çalışmalar)	191
<i>Yoksulun kültürü</i> : Halk çevrelerinin bir etnolojisine doğru	191
Stuart Hall’un yeni Marksizmi	193
Kodlama/kod çözümü modeli	194
Amerika Birleşik Devletleri’nin ağır basması	197
Yeni kuramsal konular: Seçkinciliğin köktenci bir eleştirisi	198
Çokanlamlılık ve anlam üzerine genelleşen tartışma	200
“Göstergebilimsel demokrasinin” ve “postmodernizmin” zorlukları	204
Yapılandırıcılıkta daha ileriye: <i>Queer</i> ve sömürgecilik sonrası dönemeçleri	205

ON BİRİNCİ BÖLÜM

İletişim Meslekleri Sosyolojisi	215
Gazeteciliğin işlevselci sosyolojisi: <i>Newsmaking</i> incelemesi.....	216
Eleştirinin dönüşü: Gazeteciler ve çevreleri.....	218
Amaçların çoğulluğu sorunu.....	226
Sonuç: İzleyicisiz bir manzara mı?.....	230

ON İKİNCİ BÖLÜM

Mesleklerden Üretim Mantıklarına	237
Edgar Morin: Tektipleşme ve buluş arasındaki gerilim.....	238
Politik ekonomi: Kültür endüstrilerinden yaratıcı endüstrilere.....	241
Howard Becker: İşbirliği olarak üretim.....	244
Kitle medyası döneminde sanatsal kimliğin meydan okuması.....	247
Bir izleyici ölçümlemesi diktatörlüğü var mıdır?.....	249
Sonuç.....	253

ÜÇÜNCÜ KISIM

İletişimi Çoğulcılaştırmak

<i>Demokrasi, Yaratıcılık ve Düşünümsellik</i>	261
--	------------

ON ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Kamuoyunun Politik Kuramları	263
Gündem belirleme ve sessizlik sarmalı etkileri.....	264
Seçimleri gerçekten medya mı yapar?.....	266
Kamuoyu var mıdır?.....	270
Etkileşim olarak siyasal iletişim.....	273
Kamusal alan kavramına doğru.....	275

ON DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Kamusal Alan Kuramları	281
Jürgen Habermas'ın kamusal alan kuramı.....	283
İletişimsel eylem.....	286
Nancy Fraser'a göre kamusal alan.....	289
<i>Talk Show</i> 'lar: Bozulma mı zenginleşme mi?.....	292
Kamusal deneyim biçimleri.....	295
Çoğulculuşma ve tanıma sürecinin sonuna gitmek.....	298

ON BEŞİNCİ BÖLÜM

Yeni Medya Sosyolojisi	307
Bir iletişim sosyolojisinin üç aşaması.....	308
Postmodernlik çıkmazı.....	311
Öncülere dönüş: Düşünümsellik dönemeci.....	313

Sosyolojiden <i>Cultural Studies</i> 'e... ve geri dönüş.....	319
Yeni medya sosyolojisinin yöntembilimi: Bilgiler zinciri.....	323
Alımlama.....	327
Üretim.....	330
Temsiller.....	330
Kamusal alan.....	334
Toplumsal hareketler olarak "kültürel ürünler".....	335

ON ALTINCI BÖLÜM

İnternet ve "Yeni Bilgi Teknolojileri"	345
İnternet: Bir süpermedyanın vaatleri ve düşleri.....	346
Ütopyanın ötesinde: Tek bir teknik desteğe dayalı ayrışık bir medya.....	349
İnternetin kullanımları: Elektronik postadan sosyal ağlara.....	351
Ekranların maçı: Televizyonun sonu mu?.....	361
Basının ve müzik sektörünün dönüşümü.....	365
Bireycilik ve topluluklar sorunu.....	368
"Elektronik demokrasi" / "İnternet demokrasisi".....	371
Bir politik yeniden yapılanmanın habercisi.....	374
Sonuç	387
İsim Dizini.....	391

GİRİŞ

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ VE KURAMLARI

Bu kitap iletişim kuramlarına bir giriş olarak okunabilir. Kitap, uluslararası araştırma gelenekleriyle bağlantılandırılarak özlü biçimde sunulan düşünce akımları üzerine, birbirini izleyen tematik ve kronolojik açıklamalar önermektedir. Burada 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 (İkinci Bölüm) atlayarak Birinci Bölüm’e, sonra Üçüncü Bölüm’e 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 zihinleri yönlendirmesi düşüncesi üzerine kurulan aşırı indirgemeci kuramların savlarıyla ya da insanlararası iletişimin makine tipi iletişime indirgenmesiyle, bu bahar çok geçmeden oldukça uzun ve kara bir kışa dönüştü.

Dolayısıyla iletişim kuramları tarihi, bir hastanın sıkıntılarının nedenini bulmak amacıyla yapılan soruşturma türünden bir sorgulamadan geçmeli ve geçmişi bu ışık altında değerlendirilmelidir. Bu, makine tipi iletişim konusundaki gelişmelerin yararsız olduğu anlamına gelmiyor; tersine bunlar yararlıdır, ancak bunları, insan iletişimine özgü alanla mesafelendirmek ve insanların dünyasına taşıdıkları fantazmalardan arındırmak gerekiyor. Bu, 20. yüzyılın ortasından başlayarak toplum bilimlerinde aşama aşama gerçekleştirilebilirdi. Ben burada hem teknolojik indirgemeciliğe karşı, hem de bizzat indirgemeciliğe ve bilimselciliğe savrulan bir disiplinin uyguladığı zorbalığın altını çizerek, kendi değerini düşüren postmodernist söylemlere karşı bir iletişim sosyolojisinin varlığını savunmak istiyorum. İşlevselciliğin ve sosyolojizmin, toplum bilimlerinin tasarısı değil, yalnızca tarihsel yönlerinden biri olduğunu anımsatacağım. Son kısımda tarihsel bir sunum yapmaya ve paradigmalar arasındaki çatışmaları betimleyen bir süreçle ana hatlarını ortaya çıkarmak amacıyla sosyolojik girişim ve onun iletişimsel nesneyle olan ilişkilerini aydınlığa kavuşturmaya çalışacağım.

İletişim: Üç boyutlu bir nesne

İletişim üzerine 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. İletişim, 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 ken-

di tanımını ve buna eşlik eden çıkarları aşlamaya, en azından kendi alanının sınırlarını genişletmeye çalışan rakip evrenler arasında oyunlar oynanıyor. İletişim aygıtının pohpohlayıcıları ya da ticari iletişimi ellerinde tutanlar, kendi evrenlerinin yüz yılı 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 normatif sorunlar söz konusudur. Bu tanımda dikotominin pedagojik erdemi, daha çok da bize Antik felsefe tarafından devredildiği için, 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, normatif, 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 değildir.

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.