

Andreas Hepp

# Medyatikleşen Kùltürler

*Çevirenler*

Çiğdem Bozdağ

Elif Posos-Devrani

dipnot yayınları

## İÇİNDEKİLER

ÇEVİRENLERİN ÖNSÖZÜ.....	7
NEDEN MEDYATİKLEŞME? İKİNCİ BASKIYA ÖNSÖZ.....	9
1 GİRİŞ.....	27
2 İLETİŞİM KÜLTÜRÜ NE (DEĞİL)DİR.....	35
Her Zaman ve Her Yerde Ama Bir Kitle Kültürü Değil.....	36
İletişim Araçlarından Etkilenmiş Ama Bir İletişim Aracının Hükmünde Olmayan.....	41
Gerçeği Kurgulayan ama Bütünleştirici Bir Program Olmayan.....	48
Teknolojikleşmiş Ama Siber Kültür Değil.....	56
3 KÜLTÜRÜN MEDYATİKLEŞMESİ.....	63
Medyatikleşme ve Dolayımınma.....	67
Medya Mantik(lar)ı.....	76
Bir Meta-süreç ve Panorama Olarak Medyatikleşme.....	87
İletişim ve Medyanın Şekillendirici Gücü.....	97
4 MEDYATİKLEŞME KÜLTÜRLERİ VE MEDYATİKLEŞMİŞ DÜNYALAR.....	117
Bir Kavram Olarak Medya Kültürü.....	118
İletişim Ağları ve Sosyal Ağlar.....	135
İletişimsel Figürasyonlar.....	146

5 MEDYATİKLEŞME KÜLTÜRLERİNDE	
TOPLULUKLAŞMA.....	155
Yerellik ve Yerel-ötesilik.....	160
Bölgeselleşme ve Bölgesizleşme.....	167
Bölgesizleşmiş Topluluklar.....	173
Medyatikleşmiş Topluluklaşmanın Özne Bakış Açısı . . .	183
6 MEDYA KÜLTÜRÜNÜ ARAŞTIRMAK.....	191
Kuram Geliştirme.....	192
Merkezden Kaydırma.....	198
Kalıplan Tespit Etme.....	203
Kültür-ötesi Karşılaştırma.....	207
7 GELECEĞE DAİR ÖNGÖRÜLER.....	211
KAYNAKÇA.....	215
DİZİN.....	235

## Çevirenlerin Önsözü

Günümüz toplumlarının içinde bulunduğu zamanı tanımlamak için kullanılan iletişim çağı, medya çağı veya bilgi çağı gibi farklı terimler aslında genel olarak medyanın, özellikle de dijital bilgi ve iletişim teknolojilerinin artan önemine işaret ediyor. Kullandığımız iletişim araçları giderek çeşitleniyor ve de gündelik hayatımızın da hemen her alanında giderek daha fazla yer bulmaya başlıyorlar. Peki, iletişim araçlarının bu artan önemi kültürle nasıl ilişkilendirilebilir ve bu ilişki farklı araştırmalar içinde nasıl incelenebilir?

Andreas Hepp de bu kitabında, Frankfurt Okulu ve Theodor Adorno'nun tezlerinden, Marshall McLuhan'a; siber kültür yaklaşımından toplumsal yapısalcılığa uzanan, sosyokültürel dönüşüm ve medyanın dönüşümü arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışan farklı kuramları tartışıyor ve medyatikleşme yaklaşımını bundan sonraki araştırmalara da bir çıkış noktası olabilecek bir kuramsal çerçeve olarak geliştiriyor. Bunu yaparken Hepp, medyatikleşme yaklaşımı içindeki farklı duruşları da göz ardı etmiyor ve medyatikleşmeyi Bruno Latour ve Friedrich Krotz'a gönderme yaparak bir panorama ve meta-süreç olarak tanımlıyor.

"Medyatik" kavramı Türkçedeki gündelik kullanımı ile burada anlatılmak istenenden daha farklı bir anlam ifade ediyor ve özellikle de ana akım medyada geniş yer bulan bir kişi veya bir konuyu tanımlamak için kullanılıyor. Ancak yine de bu kullanım içinde de bir kişi veya konunun medya ile yakından ilişkisi olduğu ve bu durumdan etkilenmiş olduğu vurgulanıyor. Bu noktadan yola çıkarak, kökeni 20. yüzyılın basma kadar dayanan ve bugün artık konu ile ilgili İngilizce ve Almanca literatürde geniş bir şekilde yer bulan "mediatization" veya "Mediatisierung" kavramını "medyatikleşme" olarak çevirdik. Ancak kelimenin buradaki kullanımını genel geçer kullanımından özellikle iki temel noktada ayırtıyor. Birincisi, burada medya kavramı, insanların teknik iletişim araçları ile ilgili, zaman içinde kalıplaşan ve doğal olarak

kabul edilen iletişimsel davranışları yoluyla oluşan toplumsal kuramlar olarak ele alınıyor. Buna bağlı olarak, medya ile kastedilen sadece kitle iletişim araçları değil; aynı zamanda mektup, telefon, sosyal medya veya e-posta gibi farklı iletişim araçlarının da bütünü, ikincisi, medya kavramına bu toplumsal yapısal yaklaşımla da ilişkili olarak Hepp, kültürün medya ile ilişkili olarak dönüşümünün, yani medyatikleşme sürecinin yalnızca dijital medyanın yaygınlaştığı döneme indirgenemeyeceğini söylüyor. Buna göre medyatikleşme süreci, aslında modernitenin başlangıcına kadar dayanıyor ve giderek artan bir biçimde etkisini gösteriyor.

İlk olarak 2011 yılında yayınlanan bu kitabın, şimdiden İngilizceye çevrilmiş ve Almanya'da ikinci baskısını yapmış olması, aslında kitabın incelediği konunun güncelliğini ve önemini de ortaya koyuyor. Kitabın çevirmenleri olarak amaçlarımızdan belki de en önemlisi, bu çeviri ile iletişim ve medya alanındaki Türkçe kaynaklara bir katkı sağlamaktı. Ve de umuyoruz ki bu kitaptaki tartışmalar ve önerilen kavramsal çerçeve, Türkiye'de medyatikleşme kavramının daha iyi anlaşılmasını sağlayacak ve Türkçe literatür içinde de kültürün dönüşümü ve medyanın dönüşümü arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara da bir kaynak oluştacaktır.

Bizi bu çeviri konusunda başından beri destekleyen ve iletişim ve medya kuramları açısından oldukça önemli olduğunu düşündüğümüz bu kitabı hazırlayan hocamız Prof. Dr. Andreas Hepp'e ve ZeMKI'deki çalışma arkadaşlarımıza teşekkürü borç biliyoruz. Ayrıca, Dipnot Yayınevi ve Emirali Türkmen'e destekleri ve gösterdikleri sabır ve anlayış için teşekkür ediyoruz. Olduke uzun bir süreç sonunda yayına hazırlanan bu çeviriye yapmamız konusunda bizi destekleyen Görkem ve Faik'e ve tatlı gülüşüyle bize ilham veren Ali'ye de çok teşekkür ediyoruz.

Çiğdem Bozdağ ve Elif Posos-Devrani

## NEDEN MEDYATİKLEŞME?

### İKİNCİ BASKIYA ÖNSÖZ

*Medyatikleşen Kültürler* kitabının ikinci baskısına önsöz yazıyor oluşum, geçen yıllarda medyatikleşmeye olan artan ilgiyi gösteriyor. Bu ilgi sadece Almanya'da değil, uluslararası alanda da mevcut: Günümüzde medyanın önemi tartışıldığında, sadece tek tek medyanın içeriğinden veya medya olaylarından bahsedilmiyor. İnsanları, giderek artan bir biçimde "medyatikleşmenin" genel olarak politikayı, eğitimi, dini, kültürü ve toplumu nasıl etkilediği sorusu ilgilendiriyor. Bu bir yandan bu şu demek oluyor ki medya günümüzde niceliksel olarak daha da geniş bir yer kaplıyor. Diğer yandan ve buna bağlı olarak medya iletişimi insan hayatının farklı alanlarında etkili oluyor. Yani teknik iletişim araçlarının giderek artan yayılması hepimizin üzerinde bir iz bırakıyor. "Medyatikleşme" ile ilgili bu tartışma çoktan iletişim ve medya bilimlerinin sınırlarını aştı. Bu kavramı -en azından Almanca konuşulan ülkelerde- "yeni medyanın" yayılmasının etkilerinin tartışıldığı gazete ve blog yazılarında da bulmak mümkün. Akademik çalışmaların da dışına taşan bu ilgi aynı zamanda bazı sorular da beraberinde getiriyor: Medyatikleşmeye karşı bu ilginin sebebi ne? Elinizdeki bu kitap bu genel ilgi içinde nasıl bir yere oturuyor? Bu ilgiyi hangi bakış açılarından değerlendirebiliriz? İkinci baskı için yazdığım bu önsözde bu sorulara cevaplamaya çalışacağım.

## Medyatikleşmeye Olan İlgi Neden Artıyor?

Neden genel olarak medyatikleşme ile ilgili, özel olarak da kültürün medyatikleşmesi ile ilgili bu tür bir tartışmayı sürdürüyoruz? Bu soruya ikna edici bir cevap şu olabilir: Bu ilginin nedeni, hayatımızda kullandığımız sayısı gittikçe artan ve çeşitlilik kazanan iletişim araçlarıdır. Sadece otuz, kırk yıl önce-sini düşünelim: 1970'lerde medyadan bahsettiğimizde, herkes televizyon, gazete, sinema veya radyoyu düşünürdü. Sonuçta bunların tümü "kamusal alan" dediğimiz şeyle yakından ilgisi olan iletişim araçlarını<sup>1</sup> oluşturuyorlar. Öte yandan bu iletişim araçları "eğlence" amaçlı da kullanılıyorlar. Bugün iletişim araçlarından bahsettiğimizde, tabii ki aklımıza geliyorlar. Ancak iletişim araçları denince aklımıza bunun ötesinde ve belki de bunlardan daha önce Facebook, Twitter, E-posta, WWW, mobil telefon vs. geliyor. Bu tip iletişim araçları günümüz kültürlerine nüfuz ediyor. Bu, sadece özel hayatımızı değil, aynı şekilde hayatımızın diğer alanlarını da etkiliyor: Derinlemesine düşündüğümüzde, günümüzde çoğu meslek, "medya mesleklerine" dönüşmüş durumda, çünkü bu meslekler ya bilgisayar ve ekran başında icra ediliyorlar ya da iş sırasında medya aracılığıyla başka insanlarla iletişim kuruluyor. Ama bir başka örnek verecek olursak, eğitim sistemimizin de bir "medya eğitime" dönüşmüş olduğunu söyleyebiliriz. Günümüz okullarını veya üniversitelerini teknik iletişim araçları olmadan

<sup>1</sup> Almanca'da gazete, telefon, televizyon, radyo, internet gibi iletişim kurumlarına yarayan araçlarının tümü tekil olarak "das Medium" ve çoğul olarak "die Medien" şeklinde tanımlanmaktadır. Ancak Türkçe'deki yaygın kullanımıyla bunlara "iletişim araçları" denilmektedir ve medya kavramı genellikle daha spesifik olarak kitle iletişim araçlarının bütünü tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu metinde hem medya kavramı, hem de iletişim araçları kavramı eş anlamlı olarak, cümlelerin yapısına uygun bir şekilde geniş anlamıyla kitle iletişim araçlarını ve kişilerarası iletişimi sağlayan telefon, e-posta, sosyal medya gibi iletişim araçlarını tanımlamak üzere kullanılmaktadır - ç.n.

düşünebilir miyiz? Bu sebeple de medya günümüz kültürleri açısından da çok farklı bir yer edindi.

2008 yılında, Uluslararası İletişimciler Birliği'nin (ICA) - iletişim ve medya bilimcilerin dünya çapındaki çatı organizasyonu- o zamanki başkanı olarak yaptığı bir konuşmada medyatikleşme kavramım kullanan Sonia Livingstone'un aklında da bu gelişmeler vardı. Sunumunun konusu artarak ilerleyen bir biçimde "her şeyin dolayımlanması" idi, yani her şeyin artarak medya ile ve medya üzerinden gerçekleşmesi durumu. Ve bununla birlikte, medya ile ilgili bilimsel tartışmalarda yaşanan bir değişimi anlattı.<sup>2</sup> Livingstone, iletişim ve medya araştırmalarının, iletişim araçlarını çeşitli sosyal kurumlardan biri olarak ele alıp, onları etkili ama bağımsız olarak gören ve onların insan hayatının diğer alanlarıyla olan ilişkilerinin incelenebileceğini varsayan bir analiz biçiminden uzaklaştığını iddia ediyor. Bugün bunun yerini, neredeyse her şeyin dolayımlanması inceleyen ve bütün kurumların giderek bu dolayım- lanma süreçlerinden etkilenmesi ile gelen değişimi inceleyen bir bakış açısı alıyor. Livingstone, tam da bu değişen bakış açısıyla medyatikleşme kavramımı bağdaştırıyor: Medyatikleşme -diğer kavramların yanında- bizim medya iletişimini yeniden düşünmemiz gerektiğini ve bunu yaparken de, iletişim araçlarını ayrı kurumlar olarak ele almak yerine, daha yoğun bir şekilde, bir yandan medyanın değişimi ve iletişim ve diğer yandan da kültür ve toplum arasındaki karşılıklı etkileşim ilişkisini ön plana çıkarmamız gerektiğini belirtiyor.

Ancak, bunun dışında bir nokta daha var: Bugünü düşünmek için böyle bir bakış açısı geliştirdiğimizde, geçmişin de bu bakış açısından daha iyi açıklanabileceğini görüyoruz. 1970'li yıllarda, toplumsal ve kültürel değişimin bir parçası olan sadece televizyon, gazete, sinema ve radyo muydu? O dönemlerde

<sup>2</sup> Livingstone, 2009, s. 2



de kùltür, telefonun, herkesin ulaşabildiği, gündelik hayatın bir parçası olan bir iletişim aracı haline gelmesi ile de önemli ölçüde değişmemiş miydi? Çocukluk kavramı da, en küçüklerin dahi "hikayelerine" kasetçalarla çok farklı bir şekilde ulaşmasını sağlamasıyla değişmedi mi? Örneğin, daha o dönemlerde siyasetin dönüşmesinde eskisine göre bilginin çok daha farklı bir şekilde işlenmesini sağlayan bilgisayarlar çok önemli değil miydi? Ve daha da eskiye gidecek olursak, çizgi roman, mektup, el ilanları vs.'nin etkileri? Tarihi dönüşümü kavramlaştırabilmek için "medyatikleşme tarihi" gibi bir şey ihtiyacı duymuyor muyuz? Zaten iletişim ve medya biliminin yaklaşımı -kitle iletişim araçları ve kamusal iletişime sapanıp kalması- medya iletişiminin kùltür ve toplum için rolünü tam olarak anlayabilmemiz için hep yetersiz kalmıyor muydu? Medyatikleşme kuramının tezlerini tarihsel olarak düşündüğümüzde, bu sorular ister istemez ortaya çıkıyor.

Bununla birlikte medyatikleşmenin ilgilendiği bir başka noktaya geliyoruz: iletişim ve medya biliminin günümüz toplumundaki rolü. İletişim ve medya bilimi temsilcileri içinde, bu disiplinin günümüzde medya iletişiminin önemi düşünüldüğünde bir "anahtar disiplin" haline gelip gelmediğini sorgulayanlar var (Karmasin, 2003: 55). Bu soruyu cevaplamak zor. Belki de bu soru çok erken sorulmuş veya iletişim ve medya bilimi alanından sayılmayan insanlarca cevaplanması gereken bir soru. Bu sebeple, bana bu soruyla da ilgili olan başka bir soru daha önemli geliyor. Zira eđer medyanın öneminin gittikçe artıyor olduğu tezi doğru ise, iletişim ve medya bilimi alanı için yeni bir toplumsal sorumluluk ortaya çıkıyor. Bu sorumluluk, en az eskiden olduğu kadar önemli olan tek tek ve detaylı araştırmaların yanında, medya iletişiminin kùltür ve toplum için rolünü daha geniş bir şekilde düşünmeyi gerektiriyor. Böyle kapsayıcı bir bakış açısını yakalamak, ancak kùltür ve toplumun dönüşümü ile ilgilenen diğer bilim dala-

nyla işbirliği yapılırsa mümkün olur. Burada, örneğin sosyoloji ve siyaset bilimini, ama eğitim bilimleri ve medyanın teknik özellikleri göze alınır da enformatik ve enformatiğin bir alt dalı olarak "enformatik ve toplumu" düşünebiliriz.

<sup>3</sup> <http://www.mediatisiertewelten.de>

<sup>4</sup> <http://www.kommunikative-figurationen.de>

<sup>5</sup> <http://www.nccr-democracy.uzh.ch>

<sup>6</sup> <http://mediatization.ku.dk>

<sup>7</sup> *Communications: European Journal for Communication Research*, 2010,35(3).

<sup>8</sup> *Culture and Religion*, 2011,12(2).