

Kitle İletişiminde Pozitivist Ampirik Geleneğin Kuruluşu:

Lazarsfeld ve Yönetimsel Araştırmalar

İrfan Erdoğan¹
Esra Keloğlu-İşler²
Nurgül Durmuş³

Ampirik araştırmalar çoğu kez toplumun özel veya kamu sektöründeki karar vericilere yardım etmek için yapılır.
Lazarsfeld, 1972:ix

¹ *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi*

² *A.Ü. İletişim Fakültesi araştırma görevlisi*

³ *Gazi Üniversitesi Rektörlüğü okutmanı ve doktora öğrencisi*

Öz

Bu makale kitle iletişiminde pozitivist geleneğin kuruluşunu Lazarsfeld'in katkılarında hareket ederek inceledi. Bu amaçla, Lazarsfeld'in Viyana'da kurduğu ilk araştırma merkezindeki çalışmalarından başlayarak kuram ve yöntem ile ilgili katkıları özlüce ele alındı ve irdelendi. Lazarsfeld'e yöneltilen genel eleştiriler değerlendirildi. Lazarsfeld'in "Yönetimsel ve Eleştirel İletişim İncelemeleri" makalesi özlü açıklamalarla sunuldu. Sonuçta, Lazarsfeld'in iletişim alanına katkılarının doğası tartışıldı. Bu makalenin ana argümanına göre, Lazarsfeld yoğun araştırma faaliyetleri ve kuramsal ve metodolojik çalışmalarıyla pozitivist ampirik geleneği kurdu ve serbest teşebbüs sistemine olası en iyi hizmeti verdi. Bu hizmet geleneği, önce Amerika'da ve sonra bütün dünyada egemen oldu.

Summary

This article studied the establishment of positivist tradition in mass communication by means of Lazarsfeld's contributions. Hence, starting with his work at the first research center he established in Vienna, his theoretical and methodological contributions were briefly presented and scrutinized. General criticisms against Lazarsfeld were evaluated. Lazarsfeld's "Administrative and Critical Communication Research" article was presented with brief explanations. The nature of contributions of Lazarsfeld to the communication field was discussed. The main argument of this paper is that Lazarsfeld established a positivist empiric tradition and provided the best possible service to the interest of the free enterprise system by his extensive research activities and theoretical and methodological works. This service tradition became dominant first in the United States and then all over the world.

Giriş: Konu ve Amaç

Kitle iletişimi araştırmaya konu olduğundan beri çeşitli yöntembilimsel yaklaşımlar geliştirilmiş ve bunlara dayanan araştırmalar yapılmıştır. Günümüzde kitle iletişimi alanında dünyada egemen araştırma yöntemi, yapısal işlevsel yaklaşıma (structural functionalism) bağlı olarak gelişmiş olan pozitivist ampirik gelenektir. İletişimde, özellikle alan araştırmalarının hepsinde, yöntembilimsel hareket noktası yapısal işlevsellik olmuştur. Yaklaşımın gönderici, mesaj, alıcı ve geri besleme bağlamlarında ele aldığı temel kuramsal konular ve sorunlar “etki” üzerine kurulmuştur. Paul Lazarsfeld etki araştırmaları geleneğini başlatan ve egemen paradigma olması yolunda geliştirdiği yöntembilimsel tekniklerle, kendi araştırmaları ve destek verdiği araştırmalarla çok önemli katkılarda bulunmuştur. Bu makale, Paul Lazarsfeld’in çalışmaları ve katkıları ele alındı ve en önemli çalışmalarından biri olan “Yönetimsel ve Eleştirel İletişim Araştırmaları” makalesi, özlü açıklamalarla sunuldu.

Kitle iletişiminde pozitivist yapısal işlevsel yaklaşımın çıktığı ve yayıldığı yer Amerika’dır. Lasswell’in Library of Congress’teki içerik analizi ve Lazarsfeld’in Columbia Üniversitesinde Office of Radio Research merkezindeki çalışmaları gibi ilk incelemeler Rockefeller Foundation ve benzeri özel çıkar kuruluşları tarafından finansal olarak desteklenmiştir. Rockefeller ve araştırmacıları Amerikan kamuoyunu Nazi Almanya’ya karşı nasıl örgütleyecekleriyle ilgilieniyorlardı: Savaşın Amerikan halkına pazarlanması. Lasswell’in görüşüne göre, Amerikan elitleri Nazi Almanya ve Sovyetler Birliği gibi otoriteryan toplumlardan gelen tehlikeye karşı demokrasiyi korumak için kitlelerin duyarlılıklarını manipüle etmeliydiler. Yani, Amerikan zenginleri Lasswell ve benzerlerini araştırma ve propaganda yapmak için finansal olarak desteklemeliydiler. Lasswell ve Lazarsfeld, çevresinde topladıkları ve yetiştirdikleri akademisyenler ve araştırmacılarla, elde ettikleri fonlarla ve yaptıkları araştırmalarla, sadece savaş sırasında değil savaştan sonra da hem

Amerikan iç ve dış politikalarının yaygınlaşması ve meşrulaştırılmasında, hem de kitle iletişim alanındaki araştırmaların yönü ve içeriğinde belirleyici rol oynamışlardır. Paul Lazarsfeld istatistikçi, yöntembilimci, araştırmacı ve lider olarak pozitivist, yapısal işlevselci yaklaşımın ve bu yaklaşımın metodolojisinin ve araştırmalarının hem Amerika'da hem de diğer ülkelerde yayılmasında öncü olmuştur.

Bu makalenin amacı, günümüzde iletişim alanında Türkiye'de hızla yayılan yönetsel araştırma yönteminin doğasıyla ilgili temel bilgileri, bu egemen yönelimin kurucusu olan Paul Lazarsfeld'in katkılarını irdeleyerek sunmak; böylece, iletişim fakültelerinde kuram ve yöntemle uğraşan herkesin bu konuda bilgilenmesine katkıda bulunmaktadır. Çünkü Türkiye'de hemen hepsi DeFleur gibi en sağda ve McQuail gibi liberal-çoğulcu görüşteki çeviri kuram ve yöntem kitaplarında, Lazarsfeld'in katkıları ya hiç ele alınmamakta ya da tarihsiz model anlatısı içine sıkıştırılmaktadır. Daha kötüsü, kuram derslerinde, örgütlü toplumsal yaşamla ilişkisinden kopartılarak biçimlendirilmiş olan McQuail'in derlediği "iletişim modelleri" ezberlenmekte ve ezberletilmektedir. Lazarsfeld'in özellikle kitle iletişimi, kişiler arası iletişim, grup iletişimi ve ampirik yöntem konularında bilinmesi gerekir. Bu makale, aynı zamanda, Türkiye'de Lazarsfeld ile ilgili bu eksikliği ve gereksinimi gidermeye katkıda bulunmak için tasarlandı. Bu amaçlarla, makalede önce, Lazarsfeld zamanındaki gelişmeleri de dikkate alarak, Lazarsfeld'in kitle iletişimi araştırmaları, kuramları ve yöntemle ilgili olarak katkıları, üniversiteyi bitirdikten sonraki çalışmalarından başlayarak kurduğu gelenek ele alındı ve irdelendi. Sonra, Lazarsfeld'in yaklaşımının doğasıyla ilgili eleştiriler üzerinde duruldu. Ardından, Lazarsfeld'in 1941'de yazdığı "Yönetsel ve Eleştirel İletişim Araştırmaları" adlı makalesi, genel yapısı özlüce açıklanarak tümüyle sunuldu. Böylece, bu çok önemli makalede sunulanlar hakkında okuyucunun hem bilgi edinmesi hem de kendisinin de irdelemesi ve bizim irdelemelerimizi irdelemesi sağlanmaya çalışıldı.

Bu makale Lazarsfeld'in değerini düşürmek, ona hücum etmek veya onu övmek için hazırlanmadı. Lazarsfeld'in geliştirdiği ve kullandığı yöntemi ve yaptığı

araştırmaları gözden geçirmek; bir şirket veya kurum için “alan araştırması” yapıyorum diye eline anket alıp veya öğrencilerin eline anketler tutuşturup, Türkiye’de pozitivist ampirist⁴ araştırma yaptığını sananlara öğretici bazı ip uçları vermek; pozitivist ampirizmi, ne olduğunu gereğince bilmeksizin geçersiz sayanlara, kapitalizm kadar geçerli olduğu hakkında bilgiler sunmak; iletişim alanında kesinlikle okunması gereken bir bilim adamını, çalışmalarını ve önemli bir makalesini sunarak, yeni yetişen akademisyen adaylarının yetişmesine katkıda bulunmak için hazırlandı. Lazarsfeld’i bazen eleştirirken, herhangi bir alternatifi meşrulaştırma kaygısı güdümedi. Birilerinin yazdıklarını basit biliş, bilinç ve değerlendirme huyundan vazgeçmemiz gerekir.

Lazarsfeld ve Kurduğu Gelenek

Lazarsfeld (1901-1976) sosyalist hareketi benimseyen, ortanın üstü seviyede, entelektüel Yahudi bir ailede yetişti. Babası avukat, annesi de psikolog ve yazardı. Friedrich Adler gibi önemli insanlar evlerine gelirdi. O zaman (Marksist) devrimci kahraman olarak nitelenen Adler’in önerisiyle ve teşvikiyle matematik alanında eğitim gördü.

Lazarsfeld üniversiteye başladığı zamanlar, Avusturya Katolik tutucular ile sosyalistlerin yarıştığı ve Viyana’da yönetimin, sendikaların ve sosyalistlerin “sivil toplum” kurma çabalarının olduğu bir dönemdi. O sırada, Viyana kavramların açıklanmasında ampirizme ağırlık veren “mantıksal pozitivistimin” merkeziydi. Lazarsfeld genç olarak ve ailesinin sosyalist geleneğinin etkisiyle sosyalist akımın bir parçasıydı. Bu bağlamda gençken hareketin içinde aktif olarak çalıştı. Fakat pazar araştırmasına yöneldiği andan itibaren endüstriyel çıkarların gerçekleştirilmesine yardım eden ürünler ortaya koymaya başladı. Yapıları Amerikan Mertoncu orta yol pozitivist yapısalcı anlayışı yansıtır.

⁴ Deneyci kavramını kullanmadık; çünkü kavram deney yapmayı anlatıyor; “survey Research” (alan araştırması) gerçek deneysel bir araştırma değildir; en iyi şekliyle “ex post facto” “quasi-experimental research” karakterini taşır. Alanda gerçek deney koşulları “survey research” tasarımında kurulmaz, zaten istense de kurulamaz.

Bilimsel yöntembilimci ve araştırmacı olarak Lazarsfeld, ampirist geleneği geliştirme işini yaptı; endüstriyel çıkarların gerçekleşmesinde üniversite ve endüstri işbirliğini kurdu ve araştırma merkezleriyle kurumsallaştırdı.

Paul Lazarsfeld 1925'te Vienna Üniversitesinden Matematik doktorası aldı ve matematik ve fizik öğretneni olarak çalışmaya başladı. Fakat kısa zaman sonra Karl Bühler'in yarattığı Psikoloji Bölümünde yarı-zamanlı asistan olarak çalışmaya başladı. Sosyal psikolojiyi, sosyalist toplumun yaratılmasının dayandığı insan davranışını anlamak için bilimsel yöntem olarak gördü. Lazarsfeld burada, "kaybedilmiş bir devrimin başvurduğu psikolog" gibiydi. Dolayısıyla, başlangıç ve bitiş noktasının birey psikolojisi ve davranışı olmadığı, bu birey psikolojisi ve davranışın da biçimlendiği, toplumsal yapısal üretim tarzı ve ilişkilerinin olduğu düşüncesinden uzaktı. Bireyin yaşadığı yerdeki tercihlerini ve eylemlerini inceleme teknikleri geliştirmek ve bu teknikleri kullanmak için gerekli örgütü (araştırma enstitüsünü) oluşturmak işine girişti. Lazarsfeld "insanları ve eylemleri araştırma" sözüyle, ampirik alan araştırmasından (survey research veya quasi-experimental research) bahsediyordu: Nicel olarak hesaplanacak datayı toplamak için örneklem çıkartmak ve ölçmeler yapmak. O zamanlar, üniversitede bu örgütü/enstitüyü kurmak için yeterli mali kaynak yoktu. Bir girişimci olarak, Lazarsfeld iş adamlarından, kurumlardan, cemiyetlerden ve hükümetten projeler ve fonlar/bağışlar aldı. Böylece, Research Center for Economic Psychology (Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle) araştırma merkezini kurdu. Lazarsfeld 1928'de çeşitli kurumlar ve şirketlerin yardımıyla araştırma merkezini kurduğunda, sosyal bilimlerin önde gelenleriyle birlikte çalışıyordu: Örneğin, Karl Bühler, Marie Jahoda, Hans Zeisel, Gertruda Wagner, Herta Herzog ve Lotte Rademacher. Merkezde kahve, ayakkabı, giyecek, çikolata, parfüm ve diğer tüketici ürünleriyle, kuru temizleme servisiyle, Amerikan izgi filmlerinin kiralanmasıyla, turizmle ve sinemaya gitmeyle ilgili ilk pazarlama araştırmaları yapıldı. Lazarsfeld, aynı zamanda, Radyo Viyana izleyici alan araştırmasını da yaptı. İlk bilinen akademik araştırması Viyana'nın dışında hemen herkesin işsiz olduğu Marienthal köyünde işsizlikle ilgili

araştırmadır. Araştırma resmi istatistikleri ve dokümanları, yerel profesyonellerle görüşmeleri/mülakatları, yazıları, insanların tuttuğu günlükleri ve kayıtları, hayat anlatısı görüşmeleri, gruplara katılımcı gözlemi ve psikolojik testleri yöntem olarak kullandı. Bu bağlamda bir klasik oldu. Lazarsfeld Marienthal araştırmasının sonuçlarını 1932'de Hamburg'da bir psikoloji kongresinde sundu. Lazarsfeld'in bu çalışması ve pazar araştırmasına eğilen araştırma merkezi Rockefeller Foundation'ın Paris temsilcisinin dikkatini çekti. 1933'de kitap olarak yayınlanan ama ancak 1960'larda yeniden basılarak sosyologların dikkatini çeken araştırma sonuçlarından en önemlilerinden birine göre, uzun zaman işsizlik radikalizme değil, ilgisizliğe götürmektedir. Bu kuşkusuz çok ciddi bir bulgudur. Elbette, burada sormamız gereken sorulardan biri, ilgisizliğe götürenin uzun zaman işsiz kalmak mı, yoksa yapısal koşulların getirdiği çaresizlik veya başka faktörlerin mi olduğudur. İşsizlik belli koşulların bir sonucudur; ilgisizliğe götüren bağımsız değişken, işsizliğin kendisi (yani işsiz olma) değildir; hele "ilgisizliği" nedeniyle işçinin kendisi de değildir. İş ve iş bulmayla ilgili olan yapısal faktörlerdir. Bunun anlamlarından biri şudur: Nedensellik bağlarının doğru kurulması gerekir. Bu da birkaç yüz veya birkaç bin kişiden toplanarak elde edilen verilerdeki değişkenleri karşılaştırarak elde edilen sonuçlardan çıkartılırsa, yanlış olma olasılığı çok fazladır. Bir akademik incelemede nedensellik bağı kuramsal gerekçelerden hareket ederek kurulur. Bu pozitivist bilimin ve pozitivist ampirizmin en temel kurallarından biridir. İstatistik sonuçları bize nedensellik bağları vermez, sadece ilişki hakkında olasılıklı sonuç verir.

Araştırmamanın kurduğu diğer bir anlamlı "neden sonuç ilişkisi" de şudur: Hitler gibi demagog bir liderin işsizliğe ve enflasyona çözüm sözü vermesi ve insanların buna inanıp onun peşinden gitmesi. Yani, toplumsal-yapısal nedenlerle çıkmazda olan insana "söz vererek," yani umutsuza umut vererek oy toplanıyor veya destek sağlanıyor.

Marienthal araştırması işsizliğin işsiz insanlar üzerindeki etkisiyle ilgilendi. Bir bilimsel girişimde elbette bu önemlidir. Fakat bundan çok daha önemli olan

işsizliği yaratan koşullardır. İşsiz insanların duyguları ve düşüncelerini öğrenerek, sosyal politikalar işsizliğin son verilmesi yönünde değiştirilmez. Çünkü insanların düşüncelerini öğrenme amacı bu değildir. Bu tür yaklaşımda, herkesin bildiği ve araştırmaya gerek olmayan etik ve duygusallık işlenir; ama asıl sorun ve çözüm üzerinde durulmaz. Bu tür araştırmaların asıl amacı, insanları tanıyarak onların kontrol ve yönlendirilmesi girişimlerine yardım etmektir. Bu tür araştırmalar için, fazla zorluk çekmeden güç yapılarından destek bulunabilir. Eğer ikinci tür araştırma tasarımı yapılırsa, yani işsizliğin yapısal nedenleri üzerinde durulursa, araştırma bulguları “işsizlik” gibi savunulamayacak bir durumu yarattığı için örgütlü yapıyı zor duruma sokar. Hele bir de nedenler sıralanmış ve çözümler sunulmuşsa, yapısal gerçekler sunulduğu için, bu gerçekleri yaratan, bu gerçeklerden faydalanan ve zenginlikleri bu gerçekler üzerinde kurulu olan kişiler ciddi şekilde rahatsız olurlar. Bu tür tasarıma destek bulunamaz.

Lazarsfeld üniversitedeki ve araştırma merkezinde öğrencilerini eğitmek için 1929’da Avrupa’daki ilk istatistik ders kitabını yazdı: A Handbook of Statistical Methods for Psychologists and Teachers.

1931-1932’de Viyana’da 110 bin kişi üzerinde ilk radyo dinleyicisi alan araştırmasını yaptı. Araştırma, dinleyicilerin program tercihleri üzerinde tasarlanmıştı. Lazarsfeld farklı grup dinleyicilerle karşılaştırmalar yaparak izleyici ilgisindeki farklılıkları analiz etti.

Lazarsfeld 1930 ile 1937 arasında yoğun bir şekilde pazarlama araştırmaları, işsizlik, araştırma yöntemleri ile ilgili makaleler yazdı. 1937’de “Magazines in 90 Cities – Who Read What?” başlıklı bir araştırma makalesiyle Amerika’da kitle iletişimi alanında da incelemelere başladı. Bütün araştırmalarında, daima denediği ve geliştirdiği metodolojiydi. Dolayısıyla, yöntem üzerine çalışmaları devam etti. Public Opinion Quarterly ve birçok pazarlama dergilerinde makaleleri yayınlandı.

Avusturya’da kurulan Nazi egemenliğiyle birlikte 1933’te yakınlarının hemen hepsi rejim tarafından hapse atılmaya başlandı. Lazarsfeld 1933-35 arası için

“Rockefeller Travel Fellowship” ödülünü kazandı. Avusturya’da Nazilerin gücü ele geçirmesiyle, Nazilerin kendinden olmayanlara karşı açtıkları baskı ve katliam politikasının başladığı sırada, Lazarsfeld Amerika’ya geldi. Lazarsfeld eğer işsizliğin yapısal sorunları üzerinde dursaydı, bir zamanlar Amerikanın en büyük hırsız olarak nitelenen Rockefeller’in ismini taşıyan Rockefeller Foundation, asla ona burs verip, işsizlikle ilgili araştırmalarını Amerika’da devam etmesi için fırsat yaratmaz ve Amerika’ya çağırmazdı veya bu bağlamda da araştırma yapması için Amerika’ya geldiğinde teşvik bulması mümkün olmazdı.

Aldığı bursla iki yıl Amerika’daki üniversiteleri ve araştırma merkezlerini dolaştı. 1935’te Columbia Üniversitesi Sosyoloji bölüm başkanı Robert Lynd’in yardımıyla Amerika’ya göç etti. Viyana’daki merkezin bir örneğini olarak “Research Center of the University of Newark” araştırma merkezini kurdu. Merkezde pazarlama araştırmaları ve işsizlik üzerine çalışmaya başladı. Lazarsfeld 1935’deki “The Art of Asking Why” makalesinde “neden analizi” (reason analysis) yöntemini açıkladı.

1935’te Amerikanın en önde gelen iki psikologu, Hadley Cantril and Gordon Allport “The Psychology of Radio” adlı incelemelerinde, klasik promosyon veya akademik jargon ile “radyo izleyicileri üzerinde araştırma yapılması” gerektiği sonucunu da sundular. Radyo ile ilgili araştırma gereğine inanan Rockefeller Foundation’dan Marshall, CBS araştırma başkanı olan ve Psikolojide doktorası olan F. Stanton ile konuştu. Marshall ve Stanton radyo araştırmaları için uygun yöntem belirleme üzerine bir araştırma projesi hazırladılar. Projeyi Rockefeller Foundation kabul etti. 1937’de Rockefeller Foundation Princeton Üniversitesine radyonun amerikan toplumu üzerindeki etkilerini incelemek için 67,000 dolar bağışta bulundu. Profesör Hadley Cantril başkanlığında Office of Radio Research kuruldu. Projeyi yönetmek için Lazarsfeld’i yönetici/yürütücü olarak görevlendirdiler ve Lazarsfeld orada da çalışmaya başladı. Bu sırada Newark Research Center New York’ta kiralanmış bir yere taşındı, çünkü iş kontratları New York’tandı.

Lazarsfeld alan araştırması yöntemi ve uygun data/veri analizi teknikleriyle ilgileniyordu ve kitle iletişimiyle hiçbir ilgisi yoktu. Bunu da gerektiğinde açıkça belirtiyordu. Lazarsfeld için kitle iletişimi sadece, insan tercihi ve eylemini incelemek için kendi araştırma araçlarını geliştirebileceği bir davranışsal alandı (Morrison, 1988: 204). Dikkat edilirse, Lazarsfeld için “konunun”, insanın veya kitle iletişiminin anlamı “yöntembilimsel araç geliştirmek için araç” olmasıdır. Ama bu araç, gene o insanları anlamak için geliştirilen bir ölçme tekniğidir. Ama Lazarsfeld hiçbir zaman, örneğin radyo izleme incelemelerinin önemsiz bir iş olduğunu kabul etmedi, onu kendi sosyal ilgisiyle ilişkilendirdi (1940). Lazarsfeld’in sosyal ilgi olarak yazdıklarına bakılınca, açıkça en azından bir sosyal demokrat olduğu görülür.

Lazarsfeld Princeton Radio Project (1937) ile kitle iletişim araştırmaları alanını kurdu.

Stanton ve Lazarsfeld, radyo yayınlarının izleyiciler üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bu “Radio Research Project” araştırması sırasında, “Lazarsfeld-Stanton Program-Analyzer” ismiyle bir veri toplama aracı geliştirdi: İzleyicilerin saniyeden saniyeye sevdiklerini ve sevmediklerini kaydetti. Ardından, sevip sevmemelerinin nedenlerini bulmak için insanlarla derinlemesine mülakat (focus group interviewing) yaptı. Ayrıca, bu araştırmada basit “cross-sectional survey” uygulamalarının (bizde yoğun şekilde yapılan anketle alan araştırmaları türünün) medya kullanımının etkileriyle ilgili sorulara cevap vermedeki yetersizliğini keşfetti. Çok değişkenli çapraz-tablo (cross-tabulation) karşılaştırması kullandı. Pembe diziler (soap opera) ve yarışma programlarını izleyenlerin kullanım ve doyumlarını keşfetmek için niteliksel görüşme tekniğini ve programların karakterlerini belirlemek için içerik analizini geliştirdi (Barton, 2001: 251,252).

Büroda, Lazarsfeld basit örneklem almanın sınırlılığının üstesinden gelmek için kartopu örnekleme (snowball sampling) yöntemini geliştirdi. Yöntem aynı zamanda, kişiler arası ağın belirlenmesi ve analizini mümkün kıldı.⁵

Stanton 1938'de iletişim etki klasiği "Invasion from Mars" yayınının incelemesini yapan psikolog Cantrill'i (1940) destekledi.

1939'da Rockefeller Foundation Radio Research projesi fonu Columbia Üniversitesinde "Office of Radio Research" için yenilendi. Lazarsfeld Columbia Üniversitesine taşındı. 1941'de Sosyoloji Bölümünde doçent oldu ve meşhur sosyolog Robert K. Metron ile tanışıp çalışmaya başladı. Office of Radio Research resmi olarak sosyoloji bölümüne araştırma laboratuvarı olarak eklendi. Merton Office of Radio Research'e yönetici oldu. Ofis alanını genişletti ve diğer tür pazarlama ve sosyal araştırmaları da yapmaya başladı. Columbia Bureau of Social Research radyo araştırmasından sonra, ilgi alanını kitle iletişimi ve kişisel etki incelemelerine kaydırıldı. Kişiler arası iletişimle ilgili olarak 1939'da "The Change of Opinion during the Political Discussion" makalesi başlangıç oldu. Kişiler arası iletişimle ilgisi, sonradan (1955), Lazarsfeld Katz ile birlikte "Personal Influence" başlıklı kitaplarında kullandıkları yöntemde ve bulgularda yansdı. Bu kitapta sundukları araştırma sonuçları ve değerlendirmeleriyle "fikir önderliği" ve "iki aşamalı/basamaklı akış" tezlerini yinelediler. Böylece, doğrudan etki ve hipodermik iğne gibi tezleri çürüttüler.

Lazarsfeld, 1940'ta, B. Berelson ve H. Gaudet ile başkanlık seçimlerinde oy verme tercihlerinin nasıl oluştuğu üzerine yaptığı araştırmada, daha önce "düşünceleri ölçmede yeni araç" (Lazarsfeld ve Fiske, 1938) olarak nitelediği panel tekniğini (panel analizini) kullanarak geliştirdi. Bu araştırmada, iletişimin iki aşamalı/basamaklı akışı hipotezini inşa ve test ettiler. Fikir önderliğini tanımladılar ve belirlediler. Kesişen-baskıların (kişinin içinde bulunduğu gruplardan ve çeşitli ilişkilerden gelen baskıların) karar vermedeki etkilerini ve kişilerarası ortamın etkisini saptadılar. İki aşamalı/basamaklı akış tezinde,

⁵ Bu tür örnekleme ve ölçmeyle ilgili kavramların açıklaması için bkz Erdoğan, 2003.

Charles H. Cooley tarafından ortaya atılan “birincil grubun” etkisinin önemini keşfettiler (Mattelart, 1999: 91; Schiller, 1996: 60) Araştırmanın sonuçları *People’s Choice* (1944) kitabında yayınlandı. Lazarsfeld’in, Berelson ve McPhee ile birlikte oluşturduğu “Voting” yapıtında (1954), kuramsal bağlamda siyasal iletişimin “oy verme’ alanında kapsamlı bir sunum yaptı. Aynı zamanda, bu yapıtta, Lazarsfeld Amerika’da sınıf bilincinin ampirik ölçmesini geliştirdi (1972a: 41).

1944’te merkezin adı “Bureau of Applied Social Research” (Uygulamalı Sosyal Araştırma Bürosu) olarak değiştirildi.

Columbia Üniversitesinde, orta yolcu yapısal işlevselci sosyolog Merton ile kitle iletişimiyle ilgili iki önemli makale yazdı: 1943’te savaş zamanındaki radyo ve propaganda filmlerinin izleyicilerde etkisiyle ilgili incelemeleri özetlediler ve irdelediler (Sills, 1996: 113). 1948’de, “Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action” adlı makalede, kitle iletişiminin toplumdaki ana işlevleri üzerinde durdular. Bu işlevler sonraki bütün iletişim sosyologları tarafından tekrarlandı: Statü sağlama, sosyal normları destekleme ve narkotik etkisi (Sills, 1996: 113; Schiller, 1996: 57; Peterson, 1996: 91). Lazarsfeld ve Merton, kitle iletişim araçlarının sahiplik yapısı ve işlemleriyle ilgili olarak, medyanın büyük ticari endüstriyel şirketler tarafından desteklendiğini, dolayısıyla normal olarak o sisteme tutuculuğu ekerek (cultivation theory) veya gerçek eleştirel görüşün gelişmesini engelleyerek, katkıda bulunacağını beklendiğini, bunun normal olduğunu belirtirler (Schiller, 1996). Bu makalede kitle iletişiminin sosyolojik bir analizi ve irdelemesi yapılmıştır. Fakat bu makalede bile, Lazarsfeld ve Merton hala, bir kitle iletişim kampanyasının nasıl başarılı olacağı üzerinde durarak, asıl irdelemenin bir kampanyanın başarısıyla ilişkili olduğunu sergilemektedirler. Belki de, bu şekilde öneri getirerek, onları destekleyen kaynakların kurumaması ve incinmemesini sağlam kaygısı vardır. Bu bilinemez.

İkinci Dünya Savaşında orduda “Office Of War Information” Birimi yaratılıp Amerikan entelektüelleri buraya toplandığında, Lazarsfeld de ‘danışman’ olarak

görev aldı. İletişimin, siyaset biliminin, sosyolojinin, psikolojinin sosyal bilimlerin diğer alanlarının önde gelenlerinin, sağcı ve solcu, hepsi, psikolojik savaş araştırmasının yapıldığı (ve D. Lerner ve diğerleri tarafından sonradan sürdürülen) bu askeri birimdeydi: Wilbur Schramm, Harold Lasswell, Samuel Stouffer, Leonard Cottrell, Carl Hovland, Hadley Cantril, Charles Dollard, Paul Lazarsfeld, Louis Guttman, Robert Merton, Ithiel de Sola Pool, John Clausen, Edward Barrett, Nathan Leites, Morris Janowitz, Daniel Lerner, Edward Shils, Alexander Leighton, Leo Lowenthal, Hans Speier, Herbert Marcuse, Clyde Kluckhohn, Frank Stanton, George Gallup, Elmo Roper.

İkinci Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında, Lazarsfeld alan araştırmasında çok değişkenli analiz yöntemini geliştirmeye devam etti. Bu bağlamda savaş sırasında ve sonrasında çeşitli araştırmalarda “survey research” tarzını uygulayıp geliştirdi. Lazarsfeld, Patricia Kendall ile “Problems of Survey Analysis” adlı makalesinde (1950) yaklaşımın prensiplerini ve sorunlarını açıkladı.

Lazarsfeld’in araştırma yöntemine kazandırdığı diğer bir analiz de, yapısal işlevselci sosyolojinin temel kuramsal kavramlarından birini ele alan “latent structure analysis” olmuştur. “Latent structure analysis” verilerin çok-boyutlu analiz yöntemini getirdi. Yöntemin genel karakterini 1947’de belirledi ve 1950’lerde yaptığı incelemelerde analizi geliştirdi. Analizle ilgili makale serilerinden sonra, 1968’de Neil Henry ile “Latent Structure Analysis” kitabını yazdı.

Lazarsfeld’in Columbia’daki araştırma bürosunun bir kopyasını Michigan Üniversitesinde “Michigan Survey Center” olarak kurdular ve R. Likert de orada yer aldı. Aralarında rekabet ortaya çıkıncaya kadar, The University of Chicago’s National Opinion Research Center tarafından, 1945-1947 arasında yürütülen iki ulus çapındaki radyo dinleyicileri araştırmasında Lazarsfeld ortak yazar oldu. Üniversitenin güçlü desteğiyle, 1940’in sonlarında Michigan, Columbia’dan daha güçlü olmaya başladı ve Likert’in önderliğindeki Michigan ile Lazarsfeld in Merkezi rekabete girdi ve aralar açıldı.

1950'de Lazarsfeld iletişim araştırmalarına ilgisini yitirdi ve araştırma bürosunun direktörlüğünü bıraktı. Büro 1970'lerin sonlarına kadar varlığını sürdürdü. Fakat yönetsel araştırmanın kitle iletişiminde egemenliğı kazanması ve sürdürmesi devam etti.

Lazarsfeld, yönetsel araştırma (administrative research) ile birlikte, ona paralel olarak, uygulama araştırması (applied research) ve matematiksel sosyolojinin gelişmesine de öncülük etti. 1950 başlarında Matematiksel sosyolojiyle ilgili üç eser verdi. 1960 ve 1970lerde, Lazarsfeld sosyolojinin sosyal hayatın çeşitli alanlarına uygulanması üzerinde çalıştı. Bu bağlamda "The Uses of Sociology" (1967), "Main Trends in Sociology" (1973) ve "An Introduction to Applied Sociology" (1975) yapıtlarını ortaya koydu.

Amerika'da 1950'lerde McCarthyism dehşeti yaşandı: Yoğun bir komünist avı başlatıldı ve Amerika'nın aydınları ya hapse girdi, ya işsiz bırakıldı ya da Amerika'yı terk etti. Suçlanmak için bir solcuyla selamlaşmak, bir toplantıya katılmak, bir sol gazete veya dergi okumak veya birinin iftirasına uğramak yeterliydi. Amerika'da McCarthy'nin komünist avcılığı sürerken, Lazarsfeld ve benzerleri işlerine devam ettiler. Bir zamanlar Amerika'da bir konuşmasında Lazarsfeld kendisini "tatilde/izinde olan bir Marksist" olarak nitelediğinde, arkadaşlarından biri olan Bernard Berelson'un buna alaylı karşılığı şuydu: "Kesinlikle uzun bir tatildi" (Morrison, 1998: 64).⁶ Lazarsfeld'i kurtaran bu uzun tatil değil, yaptığıının doğasıydı. Lazarsfeld'in girişimlerinden biri de Üniversite öğretim üyelerinin davranışları ve tutumları üzerinde bir alan araştırması oldu. İncelemenin sonucu, 1958'de "Academic Mind: Social Scientist in the time of Crisis" kitabında sunuldu. Bu araştırmada Lazarsfeld bağlamsal analiz (contextual analysis) yöntemini kullandı. Araştırma bulgusuna göre,

⁶ Bireyin ne ve nasıl olduğu, kendi hakkında kendinin söylediğı ve başkalarının söylediğıyle belirlenmez; neyi nasıl yaptığıyla, yani kendini ve diğerslerini nasıl ürettiğıyle belirlenir. Özün gizlenmeye çalışıldığı ve/veya özü kavrayacak beyin kapasitesinin körleştirildiğı yerde, söz ve görüntü özü belirler: İnsanlık karakterini yitirenler, insanca değeri insanca ilişkilerle kuramadıkları için, insan kullanma, insan harcama ve öğrenciler

“Amerika’ya bağıllığı ispat etmek” fakülte saflarının içine işlemiştir. Parenti bunu, Komünist avının ürpertici bir etkisi olarak nitelemektedir; çünkü var olan siyasal-ekonomik düzeni herhangi bir şekilde eleştirmek, eleştirenin içinde “komünist yönelimler” taşıdığı şüphesini uyandırıyor, dolayısıyla soruşturma açılmasına neden oluyordu. Parenti, akademisyen olan ve korkan insanlardan bahsetmektedir; ama bir de üniversitelerde akademisyen olarak yer alan, fakat akademisyenliğin doğası hakkında bilgiye sahip olmadığı gibi, akademisyenliği ve akademiye “cehaletin bilgiçlik tasladığı” cahiller ve muhbirler yerine çevirenler de vardır.

1969’da Lazarsfeld ve Menzel halkla ilişkileri incelemek için yeni bir analiz tarzı eklediler: Yapısal veya ilişkisel analiz.

Lazarsfeld kitle iletişimiyle ilgili girişimlerinde araştırmanın içeriğinden çok yöntem üzerinde durdu ve yönetsel araştırma geleneğini kurumsallaştırdı. Yönetsel alan ve uygulama araştırması enstitüleri uluslararasına yayıldı.

Lazarsfeld’in Amerika’da kurduğu ampirik gelenek kısa zamanda egemen konuma geldi. Bu durum, Chicago Okulu geleneğinin iletişim alanında 1930’larda kaybolup gitmesini de beraberinde getirdi.⁷

Amerikan sosyal demokratları (örneğin, Dewey), kitle iletişim araçlarının akılcı kamu ilişkisini oluşturacağı, cemaat duygusunu geliştireceği gibi umutlu beklentilere ve normatif/etiksel görüşlere sahiptiler. Lazarsfeld’in böyle bir etiksel ve normatif kaygısı yoktu: o pozitivist, ve ampirik yöntem bilimci ve araştırmacıydı.

Lazarsfeld’in çalışmalarıyla gelişen akademik egemenlik, uluslararasına yayılan çeşitli kuramlar ve bu kuramların desteklediği araştırmaları ortaya çıkardı: Bunlar arasında en önemlileri kullanımlar ve doyumlar (uses and gratifications), yeniliklerin yayılması (diffusion of innovations) ve gündem hazırlama (agenda setting function of media) olmuştur.

üzerinde baskıyla kurulan egemenlik yoluyla “kendilerini bulurlar”. Bilimsel kapasite yoksunluğuyla birlikte, aptalca didişme, bireysel çekişme ve dedikodu ortamı egemen olur.

⁷ Ayrıntı için Lazarsfeld’i savunan Katz’a bkz: Katz, 2001

Lazarsfeld'in yöntemine yönelik bazı eleştiriler

Lazarsfeld'in geliştirdiği ampirik veri toplama ve ölçmeyle ilgili yöntemlere, yöntemin epistemolojik ve yöntembilimsel çerçevesi bağlamlarında herhangi bir önemli eleştiri bulamayız. Fakat eleştiriler daha çok bilimsel yönelim, bu yöntemlerin kullanımı ve sonuçları, bu yöntemlerin kullanıldığı araştırmaların ve bilimsel ve sosyal amaç ve sonuçların doğası üzerinde toplanmaktadır.

Lazarsfeld'in en önemli özelliklerinden biri de eleştiriye açık olması ve eleştirileri pozitif bir şekilde karşılamaıdır. Eleştiriyle ilgili "eylem" bağlamında, Lazarsfeld medya'nın tepkisini şaşkırtıcı bulmaktadır. Bu tepkiye örnek olarak, Türkiye'de aralarında bir zamanlar öğretim üyesi olan bazı medya yöneticilerinin, "İletişim fakülteleri medyaya düşman öğrenciler yetiştiriyor" gibi sözlerini verebiliriz. Lazarsfeld'in belirttiği gibi, "kitle iletişimi medyasının konu olduğu bir kurumsal hastalık varsa, o da kendine yöneltilen eleştiriye karşı sınırlı tepkisidir. Bu çok şaşkırtıcı bir tepkidir, çünkü eleştiri hakkını garanti eden prensipleri şiddetle savunanlar, medya mensuplarıdır" (1948/1972b:123).

Lazarsfeld'e göre Rusya'daki gibi, başarılı bir devrim mühendisler gerektirir. Viyana'daki gibi hezimete uğramış bir devrimi anlamak için psikoloji gerekir (Lazarsfeld, 1968). Lazarsfeld sosyal psikolojiyi sosyalist toplumun yaratılmasının dayandığı insan davranışını anlamak için bilimsel yöntem olarak görür. Bunu belirten Lazarsfeld başından itibaren pazar araştırması işine soyunur ve etki araştırması yapmaya başlar. Bir yandan sosyalist toplumu ve insanı yaratmak için sosyal psikolojiyle uğraşmaktan bahsederken, öte yandan şirketler için etki araştırması yapılmaz. İki aşamalı/basamaklı akış ve buna bağlı olarak gelen dolaylı etki, dolayısıyla sınırlı etki tezinin egemenliğini kurarak, teori geçerli veya geçersiz olsun fark etmez, yoğun bir ilişkiler ağı içinde yoğrulmuş ve bu yoğurma içinde kendini o yoğurma koşulları içinde yoğuran bitmiş ürünün (izleyicinin) psikolojik tutumlarını, tercihlerini, sevdiklerini, düşündüklerini bilmek, sosyalist insanı yaratmaya yardım etmez; çünkü sosyalist bir toplumda yaşanmıyor; kapitalist bir toplumda (Amerika'da) yaşıyor. Bu

bilgiler ancak Amerikan endüstrilerinin pazar politikalarına, pazarda talebi (izleyiciyi) kullanma ve yönlendirmeye yardım eder. Aynı eleştiriyi 1950'de Berkeley grubuyla çalışan Adorno'nun Authoritarian Personality yapıtı için ve Frankfurt Okulunun teorisiz ampimizmi reddedip, ama teorinin ampimizm ile test edilmesine yönelen anlayışı getirenlerine karşı da yöneltebilir miyiz? Burada elbette ampimizmin pazar araştırması karakterinde olup olmadığı ayırımını yapmamız. Elbette, eğer gerekirse veya bir kuramsal varsayım ampirik yanıt gerektiriyorsa, bu yapılmalıdır. Fakat bu kuramsal inşa "mağazanın iç mimari/peyzaj düzeninin alıcıların satın alma davranışları üzerindeki etkisi" biçiminde olduğu andan itibaren, artık amaç bilimsel bilgi değil, bilimi araç olarak kullanan yönetsel bilgi elde etmek olur. Elbette, bilim daima güç yapısının ya doğrudan ya da dolaylı olarak bir parçası olmuştur. Üretilen bilgi elbette bir şekilde birileri tarafından ve çoğu kez toplumları kontrol edenler tarafından kullanılmıştır. Bu gerçek elbette bilimsel girişimin yönünü ve/veya sonucunu ve sonucunun sonuçlarını (örneğin atomun veya nötronun bulunması ve bu sonucun sonucu olarak, Hiroşima'da insanların kitle halinde öldürülmesi veya günümüzdeki gibi kimyasal silahların yapılması ve sonuçları) belirlemektedir. Ama bu gerçek, istense de istenmese de, bilimsel faaliyetleri durdurmaz: İnsan kendini bulduğu koşulu korumaya çalışırken, aynı zamanda değiştirmeye çalışmıştır ve çalışacaktır.

Lazarsfeld kuramsal bağlamda kendini Avrupalı pozitivist olarak niteler ve Viyana Grubuna/Çevresine (Vienna Circle) yakın sayar (Hardt, 1992: 99). Viyana Çevresi bilimsel bilginin mantıksal analiziyle ilgilenir. Logical empiricism, logical neopositivism ve neopositivism olarak da bilinen mantıksal pozitivistliğe göre bilginin temel olarak iki kaynağı vardır: Birincisi, tümdengelim analize dayanan mantıksal muhakemedir. İkincisi ise, tümevarım senteze dayanır. Bütün pozitivistler felsefenin görevinin bilimi geliştiren yöntemleri anlamak olduğunu belirtirler. Sentezsel tümdengelimsel bilginin olasılığını reddederler. Sadece kanıtlanabilir gerçek şeylerin anlamlı olduğu üzerinde dururlar ve felsefenin birçok ilgi alanını anlamsız bulurlar; dolayısıyla,

ampiristtirler. Lazarsfeld bu anlayışı iletişim alanına taşımış ve egemen yapmıştır.

Frankfurt Okulunun dergisinde yazı yazmak, yazanı eleştirel okulun temsilcisi yapmaz. Aynı şekilde, örneğin medyanın “tekelleşmesini” eleştirmek de, yazarı eleştirel okula veya Marksist okula dahil etmez. Gene benzer şekilde, burjuva sosyologları Paul F.Lazarsfeld ve Robert Merton’un medya izleyicilerinin sistematik olarak medyanın narkotik (dysfunctional narcotization) etkisine tabi olduğunu söylemesi de onları Frankfurt Okuluna dahil etmez. “Gericici” De Fleur’un ve arkadaşlarının “medya bağımlılığı teorisi” diye ortaya attıkları birkaç varsayım onları, örneğin A. G. Frank’ın dahil olduğu “bağımlılık okulunun” bir parçası yapmaz. Bir kitabın başlığının “Halkla ilişkilerde veya iletişimde eleştirel yaklaşımlar” olması onun eleştirel kuramları sunduğunu garantilemez: İçine bakıp gerçekten böyle bir içeriğe sahip olup olmadığını görmek gerekir. “Post-modern durumu yaşıyoruz” diye İstanbul’da veya Türkiye’de yaşanan gerçeklerle asla uyuşmayan bir sürü anlaşılabilir ve süslü laf ebeliği yapmak, ne o laf ebeliğini yapanı ne de o toplumu postmodern yapar. Bu nedenle, teorik inşalar çok iyi anlaşılmalı ve bir akademisyen veya bir söz dizisi bir teorik yapı içine yerleştirilirken, çok dikkat edilmelidir.

Araştırmalarda konunun seçimi fonu veren tarafından belirleniyordu; başka seçenek zaten olamazdı. Bu durum da, kaçınılmaz olarak akademik etik konusunu öne çıkarır. Fakat Lazarsfeld bundan herhangi bir rahatsızlık duymadı. Onun için, destek önemliydi ve gerekliydi. Lazarsfeld araştırma merkezlerini endüstrinin siyasal, sosyal ve ekonomik pazar gereksinimlerine uygun bir şekilde yönetti.

Schiller’in belirttiği gibi, “temel konuların/sorunların biçimlendirilmesi şu şekildeydi: endüstriyel organizasyonlar artık sekiz yaşındaki bir çocuğu günde 14 saat bir makinede çalışmaya zorlamıyorlar; özenle hazırlanmış halkla ilişkiler programlarıyla çalışıyorlar; ülkenin gazetelerinde büyük ve etkili reklamlar yerleştiriyorlar; çeşitli radyo programlarını destekliyorlar; halkla ilişkiler danışmanlarının önerisiyle, ödüllü yarışmalar örgütleyiyorlar, yardım vakıfları

kuruyorlar ve değerli davaları destekliyorlar. Ekonomik gücün doğrudan sömürüyü azalttığı ve büyük ölçüde kitle iletişimi mediasından geçerek yayılan propaganda ile sağlanan daha ince bir tür psikolojik sömürüye yöneldiği görülüyor” (Schiller, 1996: 57).

Kitle iletişimi süreçleri ve etkileriyle ilgili araştırma yaklaşımını yönetsel araştırma olarak niteleyen Lazarsfeld, Frankfurt Okulunun önde gelenlerinin, (Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin ve Herbert Marcuse'nin) yoğun eleştirisiyle karşılaştı. Kitle iletişimi teorisinde en önemli çatışma olarak nitelenen karşılıklı eleştirileri ve savunuları ortaya çıkarttı. Adorno “Radio Research Project” araştırmasında görev alıyordu; fakat “Lazarsfeld-Stanton program analyzer” yöntemini “şu makine” diye niteliyor; anlamsız ve yetersiz buluyor; izleyici yerine medya metni üzerinde durmak gerektiğini savunuyordu. Adorno, ampirik sosyolojinin kuramsal yoksunluğunu ve yöntem bilimin araştırmanın tekniksel pratiklerine indirgendiğini belirtiyordu (Mattelart, 1999: 202).

Frankfurt Okulu ve Lazarsfeld arasındaki tartışmadan biri uygun iletişim araştırması yöntemi üzerindeydi: Yönetsel araştırma görüşüne göre, pratik veya eylem kuramsal varsayımdan çok daha önemlidir. Var olan ekonomik ve siyasal güç arasında ve onlar ile kurulu düzeni destekleyen sosyal güçler arasında güçlü bağ vardır. Yönetsel araştırma orta-seviyede kuramlar üretmek için data analizine dayanır; zenginliğin üretimi, dağılımı ve güç ile ilgilenmez. Rosengren'in belirttiği gibi (1989: 35), yönetsel araştırmalar güçlü olanların çıkarlarını gerçekleştirmek için yapıldı; eleştirel araştırma ise güçsüzlerin çıkarı için.

Lazarsfeld'in eleştirel inceleme (critical research) tanımlaması eleştirel araştırmanın tarihsel geleneğini ihmal etmektedir (Hardt, 1992: 109).

Yönetsel inceleme ekonomik olarak zayıf olan ve kültürel bakımdan sürülmüş, tüketiciler olarak eksik becerileriyle her tür toplumsal iletişime katılması reddedilen veya sınırlanan bireyleri bir köşeye atar (Hardt, 1997:71). Buna en somut örnek reyting sistemidir: bu sistemde marjinal insanlar (yoksullar) reyting dışında

birakılır, çünkü onlar potansiyel alıcı/tüketici olacak ekonomik güce sahip değildirler. Böylece güçsüzün dışarıda bırakılması süreçleri ve alanları genişler. Donsbach ve diğerleri (2001: 227), Lazarsfeld'in konsept ile ampirik göstergeler arasındaki ilişkiye yoğunlaştığını ve "farklı konseptler için nasıl ölçmeler inşa ederiz?" sorusu üzerinde durduğunu belirterek, Lazarsfeld'i savunurlar. Bu savunu Adorno'nun indirgeme görüşünü geçersiz kılmaz, aksine destekler. Çünkü Lazarsfeld ölçekler, ölçme yöntemleri geliştirirken, aslında konseptlerin (kuramsal kavramların) kuramsal gerekçelendirmelerini ya hiç yapmadan veya yetersiz bir tanımlamadan sonra, kavramı ölçme, yani ölçülebilir işlevsel tanımlamalar yapma ve geçerli ölçme aygıtı (ölçme makinesi) geliştirme üzerinde odaklanarak, epistemolojik bir sorunu/konuyu yöntembilimin veri toplama ve ölçme ile ilgili uç bir aşamasındaki mekanik yapı içine sıkıştırılmaktadır. Ampirik yönetime göre, elbette doğru ölçmek için ölçeğin, ölçme aygıtının ölçülmek isteneni ölçmesi gerekir. Bu da geçerli ve güvenilir aygıt (ölçme aleti, ölçek) geliştirmeyi gerektirir. Fakat aygıt amaç değil, araçtır. Dolayısıyla yöntembilim, veri toplamadaki kesinliğe ve aygıtı amaç yapan mekanikliğe indirgenmemelidir. Lazarsfeld bunun bilincindeydi. Bu nedenle, nicel ile nitel çalışmaların karşılıklı bağımlılığına inandığını belirtmiştir (Lazarsfeld, 1972b:xvii). Fakat ampirik gelenek bu bağı kurmaktan çoğu kez yoksundur.

Mills, Lasswell'in formülüyle bağıntılı ampirik araştırmaları "soyut ampirizm" olarak niteler (1959:51): Soyut ampirizmde neyin doğruluğunun kanıtlanacağı ciddi bir konu/sorun olarak düşünülmez; nasıl kanıtlanacağı düşünülür (s.125). "People's Choice" araştırmasında zengin, Protestan, kentli kişilerin Cumhuriyetçilere oy verme yöneliminde olduğunu, aksi türdeki kişilerin de Demokratlara yöneldiğini öğreniyoruz. Fakat Amerikan siyasetinin dinamikleri hakkında çok az şey öğreniyoruz" (s.53). Mills oldukça haklı. Ayrıca, yönelimi bilmenin bilimsel bağlamda anlamı ne? Evet, yönelim bu. Peki, sonrası ne? Asıl sorun bu "sonrası ne?" sorusuyla gelen sonuçlarla daha da derinleşiyor: Araştırma orada bitiyor, çünkü zaten öğrenilmek istenen insanların

yönelimlerinin belirlenmesi ve bu belirlenmeye göre siyasal, ekonomik veya kültürel politikaların, taktiklerin ve stratejilerin tasarlanıp uygulanması veya uygulananların gözden geçirilip ayarlanması. Amaç herhangi bir sosyal, evrensel, bilimsel faydaya yönelik kaygıya bağlı değil. Amaç “parayı verenin, desteği sağlayanın veya bütün endüstriyel yapının çıkarlarına yönelik yönelim, tercih, tutum, düşünce ve davranış bilgisi toplamaktır. Dolayısıyla, Mills, haklı olarak bunu “sosyal araştırmanın bürokratlaştırılması” olarak nitelemektedir (1959:100). Adorno ve diğerlerinin de benzeri nitelemelerinde, bu bağlamda, bir yanlışlık bulunamaz.

Neo-pozitivizmi eleştirirken, Birnbaum (1971:15) neopozitivistlerin, kim, ne, nerede, ne zaman ve nasıl gibi basitçe kesin ve sınırlı sorular sorulması üzerinde ısrar ettiklerini, bunun sosyal bilimlere transfer edildiğini belirtmekte; bu ısrarın özellikle araştırma tasarımında, içerik analizinde yansıtıldığını açıklamakta; Lasswell ve Lazarsfeld’in çalışmalarının bu dar neopozitivist çerçeve içinde yapıldığını anlatmaktadır.

Ampirik sosyoloji ve akademik pazar konusunu irdeleyen Thurnborn (1976: 32,33,34), Lazarsfeld’i sosyolojinin en önde gelen pozitivist yöntembilimcisi olarak niteler: Lazarsfeld’in yaklaşımında, teori, ampirik incelemeleri biriktiren ve genelleştiren bir şey olarak ele alınır. Teoriye bir araştırmanın konusunu tanımlamayan konsept üretimi olarak ilgi duyulmaz.

Peters’e göre (1989: 213) “The People’s Choice” araştırmasında, kamu ve siyasal hayatta besbelli olan bir problem ele alınmakta, açıkça ve yeterlice kuramsal bir yapı inşa edilmemektedir.

İki aşamalı ve ardından çok aşamalı etki (kısaca aslında sınırlı etki ve medyanın gücünün güçsüzlüğü) tezi, kapitalist demokrasinin ve şirket çıkarlarının savunusunu yapan en önemli “sorun çözümlerinden” biridir. Bu tez ile, demokrasinin varlığı ve katılımcı demokrasinin gerçek olduğu savı desteklenir. Bir o kadar önemli olarak, sonradan eklenen “aktif izleyici tezi” yardımıyla da, bilinç endüstrileri (özellikle sinema ve televizyon) ürettikleri ürünlerin doğasıyla ilgili sorunlardan aklanır ve sosyal sorumluluktan sıyrılır: Çünkü etki kişiler

arası ilişkilerden, kapı tutuculardan, fikir liderlerinden geçerek olmaktadır. Dolayısıyla, sistemin medyası, sistemi satmakta ve “aptallar kitlesi” yaratmakta etkin bir güce sahip değildir. Bu bizi etki paradigmasında “kullanımlar ve doyumlara” götürür; o da, aktif izleyici tezini getirir. Böylece, pozitivist işlevselci yaklaşımda etki sorusu çözümlenir ve dikkatler “izleyiciler kendi psikolojik ve sosyolojik gereksinimlerini gidermek için medyayı nasıl kullanırlar? Bu kullanımdan ne tür doyumlar elde ederler?” sorusuna odaklanır. Bu akıllıca dönüştürmede, ilgi hala ‘izleyicinin tercihlerini, sevilerini, düşüncelerini ve yönelimlerini bilme’ üzerinde toplanmakta, dolayısıyla, endüstriyel politikalara yardım etme amaçlanmaktadır. Lazarsfeld ve arkadaşlarının bu çizgideki araştırmaları 1940’larda yoğunlaşmıştır: Örneğin 1944’te Herzog ve Arnheim’in radyo pembe dizileriyle ilgili araştırması, Berelson’un 1945’deki gazetesinin ne tür fonksiyon gördüğüyle ilgili araştırması, Lazarsfeld’in bu bağlamdaki araştırmalarına ek örneklerdir.

Gitlin (1978) Columbia ve Lazarsfeld geleneğinin kitle iletişiminin gerçek etkisini sakladığını ileri sürmüştür. Endüstriden aldığı parayla ilgili olarak Gitlin’in “satılmış” nitelmesi ve diğer benzeri eleştiriler karşısında Lazarsfeld hiçbir zaman herhangi bir eziklik duymamıştır, hatta “satıyor” olarak da niteleneceğini kendisi dile getirmektedir; çünkü şirketlerden destek almakta veya onlar için araştırma yapmakta hiçbir sorun görmemiştir.

Amerikan yayılcılığının, özellikle kırsal alanlardaki yayılcılığının, kuramsal çerçevesini, “diffusion of innovations” kuramıyla kuran Rogers (1994: 312) Lazarsfeld’e yöneltilen “düşmanlığın kaynağının” bu sosyologların, ampirik olmayan Avrupa geleneğinde olması ve sosyal felsefeyle uğraşması; disiplinin sevmedikleri ve anlamadıkları, bilmedikleri bir yöne doğru gitmesi ve onların elinden alınması olduğunu söylemektedir. Rogers belli ölçüde doğru olabilir. Fakat Rogers’in savunusu/saldırısı klasik mantıksal hatalardan (logical fallacy) birine benziyor ve oldukça ilkel. Bu tür “hatalı mantık savunusunu” çok görürüz: Bir bilim adamı ampirik araştırma yapmanın mekaniğini, sürecini çok iyi biliyor olabilir; fakat bir şirketin verdiği parayla araştırma yapmıyor veya

yapmamış da olabilir. Bu durum, ampirik araştırmayla yakalanan gerçeğin belli bir çıkara uygun gerçek olduğunu belirtmesini, eğer geçerli nedensellik bağlarına dayanıyorsa, geçersiz kılmaz. Ayrıca, ampirik tasarımı kullanarak, araştırmacı mükemmel bir araştırma inşa edebilir. Bu sadece tasarımın ampirik çerçeveye uygunluğu gösterir; fakat ampimizmin dayandığı yöntembilimsel ve epistemolojik yapı/çerçeve dışında geçerli olduğunu ve evrensel bir karaktere sahip olduğunu göstermez. Benzer şekilde, Rogers yanılıyor; çünkü ampizmi eleştiren herkes ampimiz hakkında cahil değildir; ampizmi çok iyi bilenler ve eleştirenler de vardır.

Lazarsfeld tüm bu eleştirilerin ve aynı zamanda neyi neden yaptığının çok iyi farkındaydı.

Lazarsfeld: Yönetimsel ve Eleştirel İletişim Araştırmaları

Lazarsfeld 1972'de "Qualitative Analysis: Historical and Critical Essays" kitabında, sosyolojik bilgi üzerinde durduğunu anlatan ve görüşlerini sunan eskiden yazdığı makalelere yer vermiştir. Girişinde bu amacını açıkladığı kitaba 1941'de yazdığı "Yönetimsel ve Eleştirel İletişim Araştırmaları" makalesini de eklemiştir. Hem kendi yönetimsel araştırma yönelimini hem de Frankfurt okulunun eleştirel yaklaşımını ele aldığı makalede, Lazarsfeld her iki yaklaşımı da meşrulaştırmaya çalıştığını belirtmiştir (Lazarsfeld, 1972b:x). Fakat, Lazarsfeld "Critical Theory and Dialectics" makalesinde (1970) Frankfurt Okulunun eleştirel kuramını Horkheimer'in "Traditional and Critical theory" (1937) makalesini temel alarak, "Proletaryasız Marksizm" olarak nitelediği neo-Marksist bir kuram geliştirdiklerini, yoksulluk, işsizlik ve hatta sömürü gibi kavramlar yerine yabancılaşma, fetişizm ve sahte bilinç üzerine odaklandıklarını, ve Adorno'nun 1950'lerde ampimizle değişen ilişkisini ciddi bir şekilde eleştirmektedir.

"Yönetimsel ve Eleştirel İletişim Araştırmaları" makalesinde, Lazarsfeld önce, kitle iletişimi medyasıyla ilgili araştırmaların arttığını, bu araştırmaların amaçlarını ve neler üzerinde odaklandıklarını olumlayarak anlatmakta; bu

sırada, daha doğru ve iyi ölçmelerin yapılması için kaçınılmaz olarak ölçme tekniklerinin de geliştiğini belirtmekte ve bazı salık verici (prescriptive) ve ilişkisel öneriler sunmaktadır:

Son yirmi yılda, kitle iletişim medyası, özellikle radyo, basın ve film, modern toplumun iyi bilinen ve en iyi belgelenen alanlarından bazıları olmuştur. İtinâlı çalışmalar, tüm önde gelen radyo programlarının dinleyici büyüklüğünü ve bu dinleyicilerin cinsiyet, gelir ve birkaç diğer kritere göre kompozisyonunu ortaya çıkarmıştır. Gazete ve dergilerin tirajı, özel olarak düzenlenmiş araştırma ekipleriyle kaydedilmektedir ve diğerleri güncel olarak hangi dergi yazılarının ve hangi reklamların okunduğunu her hafta rapor etmektedir. Kitaplar, radyo programları ve filmler kullandıkları dilin zorluğu ve nüfusun farklı eğitim düzeyindeki kesimleri için ne kadar yeterli oldukları bağlamında test edilmektedir. Farklı gruplardaki insanların tercih ettikleri eğlence türleri her zaman araştırılmakta ve pek çok promosyon kampanyasının başarısı günümüzde sınanmaktadır. Tüm bu araştırma çabaları sırasında birçok önemli yeni teknik geliştirilmiştir. Modern örneklem alma teknikleri, örneğin, çok büyük ilerleme yaptı, çünkü bir çalışmanın, sponsor firmanın ulaşmak istediği nüfus kesimlerini temsil etmeyen bir grup halk arasında yapılırsa pratik değerini kaybedeceği anlaşılmıştı. Görüşme teknikleri benzer nedenlerden dolayı incelştirildi. Bu çalışmaların çoğunun rekabetçi karakteri, gerçekleri dinleme ve okuma yoğunluğuna göre çok daha iyi kaydetme yöntemlerine götürdü. Konular basit kayıt araçlarıyla ölçülmeye izin vermediği durumda, karmaşık tutum ve tepkiler için indekslerin geliştirilmesinde büyük bir ilerleme sağlandı.⁸

⁸ Alandaki genel bir yönlendirme için bkz. Douglas Waples, *What Reading Does to People*, University of Chicago Press, 1940 ve Paul F. Lazarsfeld, *Radio and the Printed Page*, Duell, Sloan and Pearce, 1940. Daha güncel ve spesifik açıklama için Princeton University Press tarafından yayımlanan *Public Opinion Quarterly*, makaleler ve bibliyografya açısından en iyi kaynaktır. (Lazarsfeld'in notu)

Bu tür araştırma fikrinin gerisinde, modern iletişim araçlarının, kişiler veya kurumlar tarafından verili amaçlar için kullanılan araçlar olduğu anlayışı yatmaktadır. Bu amaç mal satmak, nüfusun entelektüel standardını yükseltmek ya da hükümet politikalarının anlaşılmasını garantilemek olabilir; ancak her durumda, araştırmanın işi herhangi bir nedenle araç kullanan kişi için o aracın daha fazla bilinmesini sağlamak ve böylece kullanımını kolaylaştırmaktır.

Bunun sonucu olarak tüm iletişim araştırmaları standart bir dizi probleme odaklanır. Farklı medyaları kullananlar kimlerdir? Özel tercihleri nelerdir? Farklı sunuş yöntemlerinin etkileri nelerdir? İletişim araçlarını kullanan biri, farklı amaçtaki diğer kurumlarla rekabettedir, ve bu nedenle, araştırma, diğerlerinin ne iletiildiğini de mutlaka izlemelidir. Son olarak, iletişim araştırmaları; radyo, basılı medya veya filmlerin etkilerinin, yönetsel kurumların belirlediği amaçlı kullanımla son bulmadığını göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, eğer reklamcılar radyonun özellikle güçlü bir satış aracı olduğunu hissederlerse, o zaman basılı medyanın eline daha az para geçer ve araştırma radyonun nüfusun okuma alışkanlıklarında genel bir gerilemeye sebep olup olmadığına bakacaktır (s.155-156).

Lazarsfeld, bu çalışmaların gelişmesi ve dayandığı ekonomik destek üzerinde durmakta; ardından, desteğe uygun araştırma yapılması gereğini belirtmekte; sosyal faydaya ve düzeni korumaya yönelik uygun politikalar için bu araştırmaların işlevselliğini, bu araştırmalarda genel olarak neler üzerinde durulduğu ve ne yapıldığını bir kurgusal örnekle açıklamakta; anlatmaktadır. Bu araştırmalara “yönetsel inceleme” adını vermektedir:

Bu türden çalışmalar kısmen başlıca basın yayın örgütleri ve radyo şebekeleri, kısmen de üniversiteler ya da vakıflarca

desteklenen akademik kurumlar tarafından gerçekleştirildi.⁹ Sosyal araştırmaların bu yeni dalının sosyal ve politik kapsamını netleştirmek üzere geçen yıllarda hatırı sayılır ölçüde düşünce geliştirildi. Günümüzdeki krizle ilişkisi, Harold Lasswell'in yeni bir çalışmasında oldukça ilgi çekici bir şekilde tartışıldı.¹⁰ Bu türde bir çalışmaya katılmamış biri, 1939 ve 1940 yıllarında gerçekleşen bir dizi tartışma süresince katılımcılar tarafından yazılmış bir "söylenceye" bakarak bu ortamı iyi anlayabilir:

"Somutlaştırmak için, kitle iletişimindeki araştırma işinin neleri içerdiğini resmetmeye yardım eden farazi bir durumla açıklamaya çalışalım.

Hükümet liderlerinin ve kitle iletişiminden sorumlu olanların, ülkedeki yabancı uyruklu gruplarla ilgili politikalar konusunda uzlaşma içinde olduklarını varsayalım. (Kamunun yabancı uyrukluların oturduğu bölgedeki huzur bozucu faaliyetlerin tehlikelerinden haberdar edilmeleri gerektiğine inanıyorlar; ancak genel olarak yabancılara yönelik yaygın antipati minimize edilmeli ve her şeyin ötesinde yabancı karşıtı duyguların patlak vermesinin önüne geçilmelidir.) O halde kitle iletişim kanallarının hizmet etmek zorunda olduğu politika; huzuru bozucu eylemlerin belli tehlikelerine dair kamunun farkındalığını artırmak, aynı zamanda genel olarak yabancılara karşı toleransın inşa edilmesi şeklinde olur.

Akşamları yayınlanan ve toplam dinleyicilerin önemli bir kesimince beğenildiği bilinen bir popüler radyo programının yabancuların huzur bozan eylemlerinin tehlikelerini konu alan

⁹ Üniversiteler arasında özellikle University of Chicago Library School ve University of Minnesota Journalism School, iletişim araştırmaları alanında aktiftir. Dernek fonları ile benzer çalışmalar yapan organizasyonlar; Adult Education Association, American Film Center, Columbia University Office of Radio Research, Library of Congress ve Princeton Public Opinion Research Project'tir. Dergiler arasında Life ve McCall's günümüzde değerli bilgiler yayınlanmaktadır. Radyoya dair materyal, Columbia Broadcasting System ve National Broadcasting Company'nin araştırma müdürleri aracılığıyla elde edilebilir. (Lazarsfeld'in notu)

¹⁰ Harold Lasswell, Democracy Through Public Opinion. George Banta Publishing Co. 1941. (Lazarsfeld'in notu)

bir konuşma içerdiğini varsayın. Bir ya da iki gün sonraki bültenler, her nasılsa, ülkenin çeşitli yerlerinde yabancı gruplara karşı duyguların yayıldığı hakkında haberler verir. Bu yayılmayla ilgili yerel sözlerin raporları akşam haberlerindeki sunumlarda bahsedilenleri taşır. Sonuç olarak, onlarla akşam yayınında söylenenler arasında bir bağ olduğuna dair en azından güçlü bir şüphe doğar.

Hasarı telafi etmeye yönelik dürüst çabalar, ..., hasarın olduğuna dair daha fazla bilgi almayı içerir. Basında yer alan fikirler, etkilerin sadece radyo kanalıyla hissedilmediğini; aynı zamanda bu talihsiz konuşmayla ilgili haberleri yayımlayan gazeteler, konuşmaya göndermeler yapan yerel sözler ve hatta konuşmanın ardından patlak veren olaylarla ilgili geniş bir alana dağıtımı yapılan haber filmlerinde de hissedildiğini açıkça ortaya koyar.¹¹ O halde, yayının olumsuz etkilerini düzeltmek üzere hangi halka ulaşılması gerekir?

Söylenilen bir şey belli ki dinleyicilerin eğilimleri ve mevcut koşullarla –olayların etkisi ve muhtemelen geniş kitlelere ulaştırılan diğer iletilerle– birleşerek, sonraki olaylar için sahneyi hazırladı.

Her radyo istasyonundan, elemanları arasından en uzman olanları, yayınlanan konuşmada neyin bu beklenmeyen patlamalara sebep olduğunu mümkün olduğunca belirlemek üzere dinleyicilerle mülakat yapmak için görevlendirmeleri istendi. Onlardan, söz konusu patlamalarda aktif olarak yer alan kişilerle görüşmelerini özellikle istediler.

Bu tür araştırmada, uzmanların yardımıyla orijinal konuşmadan etkilenen dinleyiciler yeniden belirlendi. Radyo programları, basın bültenleri ve haber filmleri üzerinde çalışıldı, (bunlar) konuya dair, orijinal konuşmanın etkilerine karşı koyabilmek için yeterli ve yeni bir açıklamaya ulaşabilmek

¹¹ Haber filmi: haber niteliği taşıyan, belirli aralıklarla piyasaya sürülen ve önemli olaylar hakkında halka bilgi vermek amacıyla sinema ve televizyonlarda gösterilen belgesel film çeşididir.

amacıyla en geçerli kanıtlar hesaplandı. Şüphesiz başlangıçtaki konuşmacı tarafından sunmak için bir açıklama hazırlanacaktı; ancak kamunun gözündeki konumu ve kimliğiyle kendilerinin kısmında olabildiğince geniş bir etki yaratabilecek diğer kişiler de listeye konacaktı. Hazırlanan tüm materyallerin ... üreticilerin yeni ürünler için pazarı test etmek için ödediklerine oranla çok daha düşük bir maliyetle ön testi yapıldı. Gösterilen içten çabayla geldikleri safhada, sorumlular çare olarak planladıklarının gerçek etkilerini daha fazla sınamak arzularında hemfikirler. Buna uygun bir şekilde, önceden kampanyalarının başarısını ölçmek için gerekli düzenlemeler yapıldı.

Bu söylencenin mutlu sonu, kampanyaları ilerledikçe, sosyal patlamaların yöneldiği gruplara karşı aleni düşmanlık göstergelerinde devamlı bir düşüşün olduğunu göstererek, ilgili kişilerin vicdanlarını rahatlatmalarını sağlayan şekiller dizisi biçimini muhtemelen alabilir.

Başlangıçtaki konuşmacı, sponsorlar ve yayıncılar, ilk masumiyetlerine halen inanmaktadır. Ancak belli hatırlanan şeyler nedeniyle rahatsız hissetmektedir. Örneğin onlardan biri, içerikteki konuşmanın tam zamanında yapılmış bir açıklama olduğu düşüncesiyle yayın için ekstra tanıtım yapılması gerektiğini önerdiğini hatırlamaktadır. Bir diğeri ise konuşmanın temasının, büyük ihtimalle vatansever zeminlerde bir dönem için ülkedeki yabancıların daha sıkı kontrolünü savunan örgütteki önemli bir tanıdık tarafından önerildiğini anımsamaktadır. Nihayetinde, bilinçli amaçları ne kadar masumane olursa olsun, onlar da zamanın Amerikalıları olarak, yayını planlarken aynı eğilimleri paylaştılar ve aynı koşulların gücüne yanıt verdiler, tıpkı dinleyicilerin yaptığı gibi” (s. 156-158).

Bu tür araştırmanın “yönetimsel araştırma” olduğunu belirten Lazarsfeld, bu yönelime karşı üç argümanın olduğunu ve bunların anlamlarını açıkladıktan sonra, kendi yaklaşımının savunusunu yapmaktadır:

Buraya kadar betimlenen araştırma türünü yönetimsel araştırma (administrative research) olarak adlandırmak uygun olacaktır. Bu araştırma, kamusal ya da özel karakterdeki bir yönetsel kurumun yararına yürütülür. Yönetimsel araştırma iki taraftan itirazlara konu olur: Bir tarafta, paralarının karşılığını gerçekten almadıklarını düşünen bazı sponsorların kendileri vardır. Argümana göre, iyi bir tahmin, ampirik bir çalışmayla aydınlığa çıkarılabilecek tüm ayrıntılardan daha pratik öneme sahiptir. Ancak bu itirazın ardında yanlış bir inanış vardır. Gerçi her türlü ampirik çalışmada yol göstermede spekülasyonlar vazgeçilemezdir; eğer dürüstçe yapılırsa, hepsi aynı anda doğru olamayacak bir dizi alternatif sonuçlara götürür. Hangisinin gerçek duruma uyduğuna ancak ampirik çalışmalarla karar verilebilir.¹² Diğer taraftan, mevcut çalışmaların büyük kısmında egemen olan amaçlara yönelik eleştiriler gelir. Eğer yöntemler, sadece dönemimizin sıkıntı veren ekonomik ve sosyal sorunlarıyla ilgili ileri dönük projelere uygulanabilirlerse toplumun hayat koşullarında bir iyileşme sağlayabilecekken, küçük problemleri, genellikle iş dünyası karakterindekileri çözerler. Robert S. Lynd, “Knowledge for What” isimli çalışmasında bu bakış açısını şiddetle savunmuş ve araştırmanın daha hayati hale nasıl getirilebileceğine dair pek çok yol göstermiştir.

Bu iki argümanın hiçbiri araştırmanın iyi belirlenmiş saptanmış belirli amaçlar yararına yapılabileceği ve yapılması gerektiğinden şüphe etmezler. Fakat bu noktada üçüncü bir

¹² Ampirik araştırmanın boşuna olduğuna dair argümanın üstesinden gelmek için daha akıllıca bir yol vardır. Örneğin böyle bir muhalife, kararlarını bir siyasi kampanya süresince verenlerin daha kalıcı politik bağları olanlara nazaran çok değişik faktörlere göre oy verme davranışının nasıl etkilendiğini yapılan çalışmalara dayalı olarak anlatılabilir. Muhalif ise bunu oldukça anlaşılabilir bulup kendisinin bu sonuca akıl yoluyla ulaşabileceğini söyleyebilir. Bunun tersinin gerçekleşmesi ve fiili parti bağları olan kişileri tanımlayan karakterler aracılığıyla kararsızların oylarının büyük oranda tahmin edilmesinin mümkün olmaması, sık karşılaşılan bir durumdur. Mantık yoluyla bazı sonuçlara ulaşıp daha sonra gerçek bilgilerle bunların yanlış olduğunun kanıtlandığı diğer pek çok örnek vardır. (Lazarsfeld'in notu)

argüman ortaya çıkar. İtiraz, birinin tek bir amaç güdemeyeceği ve incelemenin gerçekleşme yollarını bu tür planlama ve çalışmanın içinde gittiği genel tarihsel durumdan yalıtılarak incelenemeyeceğinden yükselir. Modern iletişim medyası öyle karmaşık araçlar haline geldi ki her nerede kullanılırsa kullanılınsınlar, onları yönetenlerin niyetlendiğinden çok daha fazlasını insanlara yaparlar, ve yönetsel kurumları, sahip olduklarına inandıklarından çok daha az seçenekler bırakan kendi momentumlarına sahip olabilirler. Hizmet verilen özel amaca ek olarak ve ondan önce, iletişim araçlarının mevcut sosyal sistemdeki genel rolü üzerinde çalışılmasını isteyen eleştirel araştırma fikri, yönetsel araştırma uygulamasına karşı ortaya atılmıştır. Bu çalışmanın sonraki kısmı, bu fikrin açıklanmasına ve bugünkü iletişim araştırmalarına olası katkılarının kısa bir değerlendirmesine ayrıldı (s.158-160).

Lazarsfeld eleştirel araştırmanın üçüncü karşı argüman olduğunu belirttikten sonra, yukarıda belirttiği gibi, eleştirel yaklaşımın doğasını (ne olduğu, neler üzerinde durduğunu) kendi görüşü çerçevesinde örneklerle açıklamakta ve kendi yaklaşımıyla karşılaştırmalar yapmaktadır:

Eleştirel araştırma fikri Max Horkheimer'in birçok çalışmasıyla geliştirilmiştir.¹³ Yönetsel araştırmadan iki yönden ayrılıyor görünür: Zamanımızın egemen sosyal eğilimlerinin, herhangi bir somut araştırma probleminin aynı zamanda düşünülmesini gerektiren genel eğilimlerin bir teorisini geliştirir; ve tüm gerçek veya arzulanana etkilere göre değer biçilmesi gereken temel insan değerleri fikrini ima ediyor görünür.

¹³ Özellikle karşılaştırınız: *Zeitschrift für Sozialforschung*'ta "Traditional and Critical Theory", VI (1937), sf. 245-295; "Philosophy and Critical Theory" sf. 625-631. Eleştirel sosyal araştırma fikrini sunmak üzere burada kullanılan örnekler, Dr. T.W. Adorno'nun çalışmalarından alınmıştır. (Lazarsfeld'in notu)

Egemen yönelimlere gelince, sahipliğin merkezileşmesinin arttığı bir dönemde yaşadığımızı herkes kabul edecektir. Yine de, büyük ekonomik organizasyonlar üretimlerini en ince ayrıntısına kadar planlasalar da, ürünlerinin dağıtımını sistematik bir şekilde planlanmaz. Başarıları, nüfusun oldukça büyük kesimlerini müşterileri haline getirmek zorunda olan birkaç büyük birim arasındaki rekabetin sonuçlarına bağlıdır. Dolayısıyla, her biçimdeki promosyon, çağdaş toplumda ana güçlerden biri olur. Geniş insan kitlelerini manipüle etme teknikleri iş dünyasında geliştirilir ve oradan tüm kültüre nüfuz eder. Sonuçta her şeyin, iyi ya da kötü olsun, promosyonu yapılır; her geçen gün daha fazla egemen olan “reklam kültürü” içinde yaşıyoruz. Bu genel eğilim, kendisini gizlemesi gerektiği gerçeği nedeniyle yine de daha fazla vurgulanıyor. Satacağı bir ürünü olan satıcı, her bir müşteriye bu ürünün kendi bireysel amaçlarına neden uyduğunu açıklamak zorundadır. Bir ulusal reklamcıya hizmet veren bir radyo sunucusu, milyonlarca dinleyiciye kendisini “sizin” sunucunuz olarak tanıtır.

Böyle bir analiz, şayet bu eğilimlerin insan hayatındaki temel değerlere zarar vereceği anlaşılırsa, güçlü bir ilgi ve endişe unsuru haline gelir. Zamanımızın çok sayıda promosyon kalıbına boğulduğu görüşü, bunun sonucunda insanların her geçen gün daha fazla satranç tahtasındaki piyonlar gibi davrandığı, insan karakterinin temel özelliği olan doğallık ve haysiyetin kaybolduğu izlenimiyle daha da güçlenmektedir. Eleştirel araştırma fikrini daha net anlayabilmek için bunun; en çok ihtiyacımız olanın doğru gördüklerimizi düşünüp yapmak ve kendimizi görünürde kaçınılmaz olana göre ayarlamamak şeklinde daha önce de var olan fikre sahip kişilerce vurgulandığının kavranması gerekir.

Promosyon kültürü yönündeki bir eğilimin teorisi, zamanımızın belirli yönelimlerinin, temel insani değerleri tehlikeye attığı; çünkü insanların kendi potansiyellerini tam olarak geliştirmekten alıkonuldukları sonucuna ulaştırır. Günlük

rekabete hazır olmak için kıymetli vaktimizi geniş bir ilgi ve yetenek yelpazesi geliştirmek için harcamamalı; istesek de istemesek de zamanı çalışma kapasitemizi artırmak üzere kullanmalıyız. Böylece kendimize dair ölçütler edinmeden hayatın tüm alanlarında bizi, kendisine daha fazla bağımlı kılan bir promosyon sistemine boyun eğip onu destekliyoruz ki bu sistem de bize her gün daha teknik araçlar sunuyor ve onları kullanabileceğimiz faydalı tüm amaçları bizden alıyor.¹⁴

İşte böylece eleştirel araştırma için ortam hazırlanır. Modern iletişim araçlarını analiz eden bir eleştirel öğrenci radyoyu, filmleri, basını inceleyecek ve şu türden sorular soracaktır: Bu medyalar nasıl örgütlenmiş ve nasıl kontrol ediliyor? Kurumsal yapılarında, tekelleşmeye, standartlaşmaya ve promosyoncu baskıya doğru yönelim nasıl ifade ediliyor? Örtülü de olsa hangi biçimlerde insani değerleri tehdit ediyorlar? Bu öğrenci, araştırmanın temel görevinin, bu medyaların hangi maksatsız (çoğunlukla) ve genellikle de epey zekice yollarla, berbat olarak düşündüğü süregelen alışkanlık ve sosyal tutumlara katkıda bulunduğunu ortaya çıkarmak olduğunu hissedecektir.

Eleştirel iletişim araştırmaları hangi operasyonlara ayırıştırılabilir? Buna cevap vermek kolay değil ve ilk olarak öğrencinin günlük hayatında gözlem yapmayı ve bunların sosyal açıdan anlamlarını tahmin etmeyi denemek üzere nasıl eğitileceğini tasavvur etmekle işe başlanabilir. Bir sinemada oturmuş on yıl öncenin modasını gösteren eski bir haber filmi

¹⁴ Bu fikirleri netleştirmek için tüketici hareketliliği ve propaganda analizi gibi diğer düşünce akımlarıyla kısaca karşılaştırmak yararlı olabilir. Müşteri hareketliliği, günümüz reklamcılığındaki somut hatalarla ilgilenir ve hatta reklamcığın ekonomik anlamda tamamen israf olduğunu ileri sürebilir. Eleştirel yaklaşıma göre ticari reklamcılık, günümüz toplumunun devamlılığını sağlayan çok sayıdaki promosyon yapılarından sadece biridir ve ekonomik anlamlarından ziyade kültürel anlamları tartışılır. Benzer bir farklılık propaganda analiziyle karşılaştırıldığında da ortaya çıkar. Sorun, insanların belirli yalıtılmış gerçekler bakımından yanlış yönlendirilmesinden değil, başlarını nereye çevirirlerse çevirsinler bir tür promosyona yakalandıkları için kendi değerlendirme standartlarını geliştirme şanslarının giderek daha da azalmasından kaynaklanır. (Lazarsfeld'in notu)

izliyorsun. Pek çok kişi gülüyor. Sadece kısa bir süre önce hoşumuza giden şeyler şimdi niye bu kadar saçma geliyor? Genel baskı nedeniyle bunları kabul ettiğimiz için kendimizden intikam alıyor ve artık bu tarzda kıyafetler lehindeki baskı kalktığından geçen yılın tapıncaklarını alaya alarak durumu telafi ediyor olabilir miyiz? Aynı zamanda bugün reklamı yapılan moda, sadece birkaç yıl sonra gülmek üzere boyun eğiyoruz. Geçmişteki boyun eğişimize gülerek gelecekte üzerimizde kurulacak baskıya kendimizi teslim etmek için güç topluyor olabilir miyiz? Böylece, sıradan bir gözlemciye sinemadaki bir tesadüf gibi görünen şey, bu açıdan bakıldığında büyük sosyal öneme sahip bir araz (semptom) haline gelir.

Veyahut büyük bir içecek firmasının bira reklamında; bir adam Avrupa'daki savaşın dehşetiyle dolu gazetesini tiksintiyle bir kenara atarken gösteriliyor; alt yazıda, böyle zamanlarda sadece kendi şöminenin önünde bira içerken huzur, güç ve cesaret bulunabileceği yazıyor. Huzur gibi böyle temel insani isteklere atıfta bulunan sembollerin, kişisel rahatlık ifadelerine dönüştürülerek tahrif edilip milyonlarca dergi okuyucusuna satış sloganları olarak sürekli sunulmasının sonucu ne olacaktır? İnsanlar yeni bir markanın birasını içerek aynı sonuca ulaşacaklarsa sosyal sorunlarını neden eylemde bulunarak ve fedakarlık ederek çözsünler ki? Sıradan bir okuyucu için reklam, az çok zekice bir satış hilesinden fazlası değildir. Daha eleştirel bir analizle bakıldığında ise, promosyon kültürünün neyle sonuçlanabileceğine dair tehlikeli bir sinyal haline gelir.

Bu yaklaşımı açıklamak için sonraki adım, bunu sadece günlük hayattan bir gözleme değil, güncel sosyal bilimlerdeki ders kitaplarında karşılaştığımız sorunlara uygulayarak atılabilir. Örneğin aileye dair bir metinde, babanın baskın konumunun çocuğu gelecekte karşılaşacağı mahrumiyetleri kabullenmeye ve gerekli olup olmadıklarını sorgulamadan yapması gerekenleri yapmaya hazırlaması dolayısıyla ailenin toplumumuzdaki işlevlerinden birinin nasıl günümüz ekonomik

sistemi için gerekli otoriter yapıyı korumak olabileceğine dair detaylı bir inceleme olması pek muhtemel değildir. Bunu buhran döneminde aileyi inceleyen bir çalışmaya uygulayarak, buhranın ailede hangi değişikliklere yol açtığına dair geleneksel sorulardan vazgeçebiliriz. Aile buhranı etkilemiş olamaz mı? İlgi çekici araştırma soruları geliştirilebilir: Farklı seçkin ailelerin işsizlere yönelik organizasyonlarda inisiyatif kullanmak için kişilerin sıra dışı işler bulma yeteneği üzerindeki etkisi neydi ve daha niceleri.

Bir diğer örnek, dünyaya bakışımız ve günlük sorunlara tepkilerimizin önceki deneyimlerimiz tarafından belirlendiğine dair sosyal psikoloji konusundaki her metinde bulunabilecek bilindik bir gözlemden çıkarılabilir. Deneyim fikri, çok fazla açıklamaya ihtiyaç duymayan psikolojik bir kavram olarak alınır. Fakat “deneyim” olarak adlandırdığımız şeyin tarihsel değişimlere maruz kalması mümkün olamaz mı? Görece durağan, küçük bir toplum yapısı içinde yaşayan; birkaç hafta önce meydana geldikleri için haber olduğunu düşündüğü dikkatle hazırlanmış açıklamaları okuyan; kırlarda dolaşarak saatler geçiren; doğanın ilelebet başa çıkılamayacak bir şey olduğunu ve onun tüm detaylarını gözlemleyebilmek için çok uzun yıllar gerektiğini yaşayarak öğrenmiş bir insan için deneyimin ne anlama geldiğini bir düşünün. Bugün gökdelenlerin hızla boy attığı, yükselenlerin bir gecede yok olduğu; her birkaç saatte bir şok dalgaları gibi haberlerin geldiği, içerikleri sürekli yenilenen haber programlarının önceki haberlerin detaylarını öğrenmemize müsaade etmediği ve doğanın, görkemli bir dağ sırasını filmde sahnelere dönüştüren birkaç anlık görüntü yakalayarak arabalarımızla yanından geçip gittiğimiz bir şey olduğu bir çevrede yaşıyoruz. Deneyimlerimizi, on yıllarca önce mümkün olduğu gibi edinmiyor olamaz mıyız ve eğer böyleyse eğitime dönük tüm çabalarımızın ötesinde bir etkiye sahip olmazlar mı? Nispeten küçük Amerikan topluluklarıyla ilgili çalışmalar göstermiştir ki; yirminci

yüzyıldan itibaren eski tarzda yetişkin eğitime yönelik çabalarda, sürekli bir düşüş yaşanmaktadır. Artık “Professor Quiz” gibi programlarıyla radyo, kitle eğitiminin yeni yapılarını geliştiriyor ki bunlar, eski okuma ve tartışma ortamlarından farklılığıyla, burada kabaca anlatılan gelişimle dikkat çekici bir paralellik gösteriyor.¹⁵

Bir dizi detay ve özelliği dikkate almazsak, bu yaklaşımın temel “işlevişi” dört adımı içerir:

a) Genel gözlemler temeli üzerinde “promosyon kültürü” yönündeki egemen eğilimler hakkında bir teori sunulur. Gerçi teoriyi geliştirmek ve kanıtlarla desteklemek için sürekli çaba gösterilmektedir, (ama) herhangi bir özel çalışma öncesinde bahşedilmiş olarak kabullenilir.

b) Herhangi bir fenomenin özel incelenmesi, (a şıkında sunulan) fenomenin egemen eğilimleri nasıl ifade ettiğini ve geriye dönerek, onları desteklemeye (nasıl) katkıda bulunduğunu tespit etmeyi içerir.

c) Modern, endüstriyel toplumda insan karakterlerine damgasını vurmada “b’nin” sonuçları ön plana çıkarılır ve insanoğlunun haysiyet, özgürlük ve kültürel değerlerini neyin tehlikeye attığı ve neyin koruduğu hakkında oldukça açık olan fikirlerin bakış açısından incelenir.

d) Çözüm olasılıkları, eğer varsa, düşünülür.

Böyle bir yaklaşımın özel iletişim araştırmaları alanı için sahip olduğu değere dönmeden önce, eleştirel araştırma fikrine karşı, çabaların büyük kısmının gerçekleri bulmak veya yapıcı önerilerde bulunmak yerine şeyleri “gözler önüne sermeye” harcadığı itirazını yanıtlamak gerekir. Yapıcı olmanın görelî bir fikir olduğu ve ilgili gerçeklerin ne olduğu sorusunun sadece yerleşmiş prosedürlere göre belirlenemeyeceği kabul edilmelidir. Bu durum, İngiliz Parlamentosundaki Royal Commission’ın

¹⁵Karşılaştırmız: W. Benjamin’in bu dergide yayımlanan Baudlaire üzerine çalışması, Vol. VIII (1939-40) s. 50 ve sonrası. (Lazarsfeld’in notu)

raporları ve on sekizinci yüzyılın ilk yarısındaki Dickens tarzı İngiliz sosyal edebiyatıyla başlayan eleştiri dalgalarına biraz benziyor. O zamanlar görev, yeni endüstriyel sistemin materyal acımasızlıklarını ortaya çıkartmak ve kınamaktı: çocuk işçiler, varoşlardaki koşullar ve benzerleri. Günümüzde bu dehşet verici koşulların tamamı ortadan kalkmış değil; fakat en azından, bir öğrenci, örneğin, göçmen işçiler veya tarım ortakçıları ile ilgili benzer koşulları bulduğunda, ilerleme yönünde bazı adımlar atılabilecek kadar yeterli kamusal bilinç var. Kamuoyu ve kamu yönetiminin eğilimi daha iyi sosyal koşullar yönündedir. Kültürel konularda, benzeri bir gelişme henüz olmamıştır. Yukarıda verilen örnekler, birçok öğrenci tarafından, fazla pratik önem taşımayan bir alanda oldukça anlamsız olarak düşünülecektir. Buna karşın, yerleşmiş başarı standartlarına göre toplumdaki yerimizi bulmakla o denli meşgulüz ki, şu anda bizim için hiçbir şey bozulan temel kültürel değerleri bize hatırlatmaktan daha önemli değildir, tıpkı yüz yıl önce, modern endüstriyel toplum kurulduğunda, endüstri işçilerinin oluşturduğu yeni sosyal tabakanın katlanmak zorunda kaldığı fedakarlıkları görmezden geldiklerini İngiliz orta sınıfına hatırlatmanın tarihsel öneme sahip olduğu gibi. Waller'in da işaret ettiği gibi, yarının ahlaki ölçütleri, bugünkü küçük bir grup entelektüel liderlerin mutlak duyarlılığına bağlıdır.¹⁶ Yirmi otuz yıl önce, ardından gelen kuşakların klasikleri olmaya mukadder olan sanatçılar, kendi yaşadıkları dönemde açlığa terk ediliyordu. Bugün ise yetişen bir yeteneği görmezden gelmeme konusunda oldukça hassasız ve herhangi bir sanatsal gelişim tohumunun büyümesine yardımcı olmaya çalışan burslarımız ve pek çok kurumumuz var. Neden eleştiriye daha dostça olmayı öğrenmeyelim ve daha fazla sabır gösterebileceğimiz ve nihayetinde neyin yapıcı neyin değil olduğunu göreceğimiz biçimleri bulmayalım? (s.160-165)¹⁷

¹⁶ *The Family*, Dryden Press, 1931. (Lazarsfeld'in notu)

¹⁷ Radyo endüstrisinin, bu dönemde sosyal araştırmalarının çoğunun geleneksel yapıda olmasına yol açan ve yeni alanlara genişlemesini engelleyen baskının bir kısmını

Lazarsfeld, eleştirel yaklaşımla ilgili yukarıdaki açıklamalarından sonra, eleştirel yaklaşım ile yönetimsel araştırmalar arasında köprü kurmaya çalışmakta ve bu köprünün olasılıkları üzerinde durmaktadır. Lazarsfeld Avrupa kuramıyla Amerikan ampirizmini kaynaştırmayı ummuştur. Fakat eleştirel araştırmayı kendi yönetimsel araştırma pratiğine zıt olarak görmüştür:

Şimdi de sorunun yönetimsel araştırma yönüyle ilgilenen öğrenciye eleştirel araştırma fikrinin yapabileceği belli katkılar. Eleştirel ve yönetimsel araştırmanın gerçek işbirliğindeki tecrübe bu kadar az olduğu sürece, somut olmak son derece zordur. Bunu sağlamanın bir yolu, bu tür ortak çabalardan kaynaklanan güçlü entelektüel uyarıya dikkat çekmektir. Ampirik araştırmada bir yandan örneklem problemleri ve olası hatalar arasındaki büyük mesafe, diğer yandan çağımızın önemli sosyal problemleri hakkında, kimi zaman kesin bir pişmanlık ya da sabırsızlık duymayan nadir öğrenci vardır. Kimileri sosyal ilgilerini kişisel uğraş haline getirip gelecekte bir gün bu iki yöntemin tekrar birleşeceği umuduyla bunları araştırma prosedürlerinden ayrı tutarak çözüme ulaşıyorlar. Eleştirel araştırma açısından, ampirik çalışmayla bütünleştirilebilecek mevcut bir araştırma uygulamasını hazırlamak mümkün olursa bu; işe dahil olanlara, işlenen sorunlara ve nihayetinde çalışmanın gerçek faydasına büyük katkıda bulunacaktır.

Araştırmanın bu şekilde canlanması, sadece temsili olarak gösterilebilecek ve sistematik şekilde ifade edilemeyecek çok çeşitli biçimde olabilir. Örneğin büyük olasılıkla, kontrol sorunlarına çok daha fazla dikkat verilecektir. Ne kadar iyi

azaltmakta öncülük edebilmesi son derece muhtemeldir. Zaten radyo endüstrisi politika alanında diğer büyük ticari kurumlardan çok daha tarafsız ve dengeli olduğunu kanıtladı. Nüfusun büyük kesimleriyle iletişimi koparmama gerekliliği de onları, ilk başta daha zararsız gibi görünmüş olsa da, araştırma yöntemleri denemeye karşı daha anlayışlı yapmış olabilir. Program içerik ve politikalarının daha dürüst bir analizi, ilk sınama zemini edilebilir. (Lazarsfeld'in notu)

yöntemler kullanırsak kullanalım iletişimin etkileri üzerinde çalışıyorsak, sadece fiili olarak sunulan radyo programları ya da basılı materyallerin etkileri üzerinde çalışmamız mümkün olacaktır. Eleştirel araştırma ise özellikle, kitle iletişim kanallarına asla giremeyen materyallerle ilgilenir: İster büyük gruplar için gerektiği kadar ilgi çekici olmadığından, ister gereken yatırımların karşılığını yeterince veremediğinden, ister geleneksel sunuş yapıları mevcut olmadığından olsun, hangi fikir ve formlar kamuya ulaştırılmadan yok ediliyor?

Bir program yayınlandığında ya da bir dergi basıldığında, eleştirel araştırmanın, içeriği özgün bir biçimde incelemesi mümkündür. Müzik programları alanından bir dizi örnek verilebilir.¹⁸ Radyodaki ağırbaşlı müzik programlarının mutlaka iyi kabul edilmesi gerekmez. Mevcut farkları abartan ve müziğin daha önemli yanlarına gösterilen dikkati eksilten özel program yapımcılarına yönelik tanıtımlar, reklamcılık mantığının eğitsel ortama zorla girişinin bir diğer örneğine işaret eder. “Başyapıtlar” olarak bilinen nispeten az sayıdaki eserin bitmek bilmeyen tekrarları, kamu hizmeti yayınlarını radyonun ticari yönüyle daha uyumlu bir çizgide tutma gereksiniminden kaynaklanır. Böyle bir analizden, radyodaki programlarının gerçekten daha geniş bir müzik zevkine hitap edecek şekilde nasıl hazırlanacağı gibi somut öneriler geliştirilebilir. Radyoların yayın akışının neredeyse yüzde 50’sinin ayrıldığı popüler müziğin sosyal önemi ve muhtemel etkilerine dair bir tartışma da vardır ve bu, eleştirel sosyal araştırma bakımından kitle iletişiminin bugüne kadarki en ayrıntılı analizini temsil eder.¹⁹ Basılı malzemelere yönelik benzer çalışmalar yapılabilir. Örneğin geçen on yılda biyografilerin bu kadar tutmasını sebebi nedir? Bunların içerikleriyle ilgili bir çalışma, hepsinin de her bir bireyin boyun sunduğu toplumun, insanların ya da insan

¹⁸ Bkz. T.W. Adorno, Columbia University Office of Radio Research’teki dosyada “On a Social Critique of Radio Music”. (Lazarsfeld’in notu)

¹⁹ Bkz. T.W. Adorno, bu sayıda “On Popular Music” (Lazarsfeld’in notu)

ruhunun genel kurallarına uygun bir dille yazıldıklarını ve aynı zamanda bahsettikleri tek bir kahramanın emsalsiz büyüklüğü ve önemine işaret ettiklerini göstermiştir.²⁰ Orta sınıf okuyucular arasında bu tarz edebiyatın başarısı, bu okuyuculardan pek çoğunun kendi sosyal sorunlarına ilgilerini kaybettiklerinin bir göstergesi olarak algılandı. Bu biyografiler, sıradan insanların kontrol edemediği ve insanüstü yeteneklere sahip liderler gerektiren olaylara kapılıp sürüklendiğimiz hissini yansıtmaktadır. Böyle bir analizle anti demokratik imalar, aksi takdirde sosyal bilimcilerin dikkatini çekmeyecek edebi bir fenomende biçimlendirilir.

Diğer taraftan, iletişimin gerçek etkileri üzerinde çalışılırken, burada tartışılan eleştirel tutumdan etkilenen birinin önünde daha geniş ufuklar açılır. Sadece tek bir örnek verelim: Radyonun, bireylerin dünyasını genişleterek yaptığı katkıyı övüyor ve bu övgüyü hak ettiğinden şüphe duymuyoruz. Fakat konu bu kadar basit mi? Bir çiftçi, doğanın karşısına çıkardığı sorunlarla başa çıkmak, neyin mantıklı olup neyin olmadığını anlamak, neyin önemli olup neyin olmadığını ayırt etmek için gereken yeteneğe sahip olabilir. Bugün radyo, yeni sorunları olan yeni bir dünya sunmaktadır ki bu sorunların dinleyicilerin kendi hayatlarından kaynaklanması da gerekmez. Bu dünya, hem olayların gerçekleştiği hem de görünmez olduğu sihirli bir karaktere sahiptir ve pek çok dinleyici de, bunu değerlendirebilecek kişisel deneyime sahip değildir. Kadın dinleyicilerin arkası yarınları karşı tutumlarında, çabalarının herhangi bir değişiklik getireceğine gerçekten inanmadıkları halde bu kadınların radyo dünyasına müdahale etmek arzusuyla milyonlarca mektup göndermesi olayında da gözlemlendiği gibi, radyo programlarının etkilerinin bazen son derece rahatsız edici olduğunu biliyoruz. Böyle tesadüfi gözlemlerle yetinmek yerine,

²⁰Böyle bir analiz Institute of Social Research'ten L. Lowenthal tarafından gerçekleştirilmiştir ve bugünlerde yüksek tirajlı Amerikan dergilerinde yayımlanmakta olan pek çok biyografiye genişletilmektedir. (Lazarsfeld'in notu)

insanların gerçeklik karşısındaki tutumlarının radyo sebebiyle, günlük alışkanlıklarına dair yüzeysel gözlemlerle ortaya çıkardıklarımızdan çok da farklılaşmadığını görmek, elbette ki çok daha değerlidir (s.165-167).

Sonuç

Günümüzde iletişim alanındaki yüksek lisans ve doktora tezlerinden başlayarak bütün girişimlerde en çok kullanılmakta olan Lazarsfeld'in oluşturduğu yönetsel inceleme geleneği, kurumların ve şirketlerin kendi iç örgütsel yapısıyla ve dış ilişkileriyle (özellikle müşterileri, izleyicileri, dinleyiciler, oy verenler ve seçmenler ile) olan ilişkilerinde, kontrol mekanizmaları kurma, kurulu olanları gözden geçirme ve yeni kontrol yolları oluşturma amacına hizmet eder. Diğer bir deyimle, bu tür araştırmalar, geniş anlamda, iletişimin egemen sistem tarafından sosyal kontrolünün sürdürülmesi ve kapsamının yaygınlaştırılmasıyla ilgilidir. Yönetsel araştırma ve bunu destekleyen kuramsal çerçevenin hareket noktası, kitlelerin kontrolü için gerekli bilgilerin toplanması, oy verme, satın alma, destekleme, kullanma, harekete geçme, gerekirse en yakınını bile harcama yoluyla kitlelerin (modern serbest kölelerin) kendi sömürülerine katılmalarının sağlanması, tercihlerinin, düşüncelerinin, inançlarının, sevilerinin, dostluk ve düşmanlıklarının belirlenmesi ve yönlendirilmesi üzerine kurulmuştur. Kitle iletişim bazında, bu yeni teknolojilerin hem siyasal hem de ekonomik biliş ve davranış yönetiminde en etkili şekilde kullanma yollarının aranmasıdır. Bu yolların aranmasında akademi ile özel şirketler, özellikle dev kuruluşlar daima işbirliği yapmışlardır: Dev şirketler ve kurumlar kendileri için işlevsel olan bilgi gereksinimini bu yolla elde ederken, akademisyenler de önemli derecede gelir, statü ve şöhret elde etmişlerdir ve hala etmektedirler (Örneğin, Habermas'ın, Huntington'un, Fukuyama'nın, Fiske'nin, McQuail'in ve benzerlerinin kitaplarının küresel alanda yaygınlaşması ne tesadüfidir ne de en doğru açıklamayı getirdiklerinden dolayıdır).

İlk iletişim araştırmaları radyo yayın endüstrisinin hızla gelişmesi ve bu sırada radyoyu kullanarak kendi amaçlarını gerçekleştirmek için kitlelere ulaşmak isteyen endüstrilerin, devletin, siyasal partilerin ve diğer kuruluşların radyoyu kulanma gereksinimini hissetmesi, aynı endüstrilerin ve kuruluşların kitlelerin tercihlerini, düşüncelerini bilmek ve yönlendirmek istemesi ihtiyacından ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Özel teşebbüs olarak örgütlenmiş radyo ve gazete araştırmaları için reyting sistemi kurulmasıyla birlikte, artık, araştırma yapma, reklamcılar, müşterileri ve medya arasındaki ilişkide reklamın fiyatının belirlenmesinde ölçüt olmuş ve dolayısıyla, zorunlu bir girişim haline gelerek daha da yaygınlaşmıştır. Dolayısıyla, o zaman ve şimdi, akademisyenlerin çoğunun alan araştırmaları (survey research) işine sarılmalarının nedeni felsefi, epistemolojik, metodolojik veya bilimsel ilgi değildir. Zaten bu ilgiyle hareket eden akademisyenlerin çok azı “survey research” veya “administrative research” yapar. Eğer yapanlar varsa ki çok enderdir, tasarımlarından bu kolayca anlaşılır: Tasarımlarında yoğun bir bilgi birikiminden hareket ederek ve kuramsal inşadan geçerek çıkartılan varsayımlar ve bu varsayımlardan üretilen hipotezler vardır. Araştırma hipotez, dolayısıyla kuramsal varsayım ve bu kuramsal varsayımdan geçerek kuram testi üzerine inşa edilmiştir. Amaç bir sürü sosyodemografik, tutumsal, görüşsel, tercihsel değişkenlerle ilgili bilgiler toplamak, bu bilgilerin frekans dağılımlarını sunmak ve her değişkeni birbiriyle karşılaştırarak “garbage in, garbage out” türü ”araştırma olmayan araştırma” yapmak değildir. Ama yapılmaktadır; çünkü amaç sadece bazı dağılımsal göstergeleri bulmaktır ki bu bilimsel girişimin en ilksel biçimidir. Bu biçim yönetimsel araştırmalar için yeterlidir, fakat bilimsel araştırma bu seviyenin ötesine gitmek zorundadır.

Pekiyi, bu tür araştırma sonuçlarından hareket ederek, kuram inşa edilebilir mi? Tümevarım mantığına göre, edilir;²¹ ama, günümüzdeki yönetimsel

²¹ Tümevarımın kanıtlanabilirliği sorununda, Hume, Russell ve benzerleri ciddi eleştiriler getirmişlerdir. Popper ve takipçileri de hipotezleri tümevarım yoluyla kanıtlama yerine yanlışlamayı savunmuşlardır.

araştırmalarda edilmiyor. Kuram inşası yeterli felsefi, epistemolojik ve metodolojik bilgi, beceri ve kapasite gerektirir. Ayrıca, yönetsel araştırmalarda zaten amaç bilimsel bir karakter taşımaz. Örneğin, eğer Amerika “Amerika’nın Sesi” radyosu ile propaganda yapmasaydı ve bu propagandanın etkisi yönetsel başarı bağlamında merak edilmeseydi, her yıl bu radyo ile ilgili etki araştırmaları yapılmazdı.

İletişim araştırmalarının ve kuramlarının çıkmasının nedeni radyonun, gazetenin ve televizyonun kendi varlığından kaynaklanan bir şey değildir. Kuram ve araştırmalar geliştirilmiştir, çünkü kitle iletişim araçları belli amaçlar için araç olarak önem kazanmış ve yoğun bir şekilde kullanılmaya başlamıştır. Kitle iletişim araçları düşünsel ve materyal ürün satma aracı olarak önem kazandığında ve kullanıldığında, kitle iletişim araçlarıyla, özellikle sunulanın etkisiyle ilgili araştırma gerekliliği de çıkmış olur. Eğer kitle iletişim araçları endüstriyel yapıların, kurumların ve çeşitli özel çıkarların gerçekleştirilmesinde araç olarak kullanılmasaydı, “yönetsel araştırma” diye bir araştırma türünün kitle iletişiminde kullanılması gereksinimi çıkmazdı ve kitle iletişiminde etki araştırmaları diye araştırmalar olmazdı. Eğer ticari çıkar için (örneğin reklam, promosyon) amaçlı olarak gazete ve radyo kullanılmasaydı, hiçbir şirket ve kurum gelip “benim için etki araştırması yapın” diye bir talepte bulunmazdı.

Lazarsfeld’in geliştirdiği ve günümüzde yoğun şekilde kullanılan yönetsel araştırma (Türkiye’de eline bir anket alıp, sorular sorup, yüzdelere ve ki-kare testine indirgenen, araştırma olmayan araştırmaya dönüştürülmüş araştırma türü), pozitivist-ampirizme karşı sunulan tüm eleştirilere açıktır.²²

Bu yönelim medyanın örgütlenmesi ve iş yapış biçiminin doğası, ideolojik içeriği ve mülkiyet yapısı ve ilişkilerinin sonuçları gibi konular üzerinde durma olasılığını ortadan kaldırdı: Bu tür araştırmalar kimseye para kazandırmazdı ve ayrıca sorunluydu. Bu yaklaşım tarzı ana akım okulun kuramlarında ve araştırmalarında egemen olarak kaldı. Sahiplik ancak sonradan “liberal

²² Bu eleştiriler için bkz Erdoğan ve Alemdar (2005) Öteki Kuram.

ideolojinin” serbest pazar anlayışı bağlamında ele alınıp incelendi. Sahiplik çok sonradan sosyal demokratlar tarafından ele alındı. Liberaller sahipliğin “içeriğe etki etmediği savını kanıtlamak için konuyu irdelediler; etik ve profesyonel bağımsızlık ve özgürlük üzerinde durdular. Fakat yapının doğası asla soruşturulmadı.

Lazarsfeld pazar araştırmasının, kitle iletim araştırmasının, niceliksel ve niteliksel ampirik sosyal araştırmanın babası, modern ampirik sosyolojinin kurucusu olarak nitelenir. Wilbur Schramm gibi akıllı bir işadamıydı: Bir araştırma, enstitü ve bölüm için nereden ve nasıl para ve destek bulacağını çok iyi bilen, bulan ve çalışanları da iyi yönlendiren biriydi (Chaffee and Rogers, 1997: 43).

Lazarsfeld, araştırmalarında Amerika'nın sosyal-demokrat kuramcıları ve filozoflarının Amerikan demokrasisiyle ve demokrasinin sorunları ve çözümleriyle ilgili, özellikle 1890'lardan beri üzerinde durdukları kuramsal inşalarla ilgilenmedi. İletişimin örgütlü faaliyetlerinin ve içeriğinin toplumsal sonuçları üzerinde de durmadı. Lazarsfeld yönetsel, uygulamalı, ampirik araştırma yoluyla Amerikan sisteminin işlevselliğini geliştirme üzerinde durdu: Yapının etkili çalışması için çıkan sorular ve sorunlarla, insanların var oluş sorunlarıyla değil, kurumların ve şirketlerin etkinlik sorunlarıyla ilgilendi. Bu ilgi, Amerikan sosyolojisi, siyaset bilimi ve iletişimde egemen olan pozitivist yapısal fonksiyonalizm kuramı içine düşer. Zaten bu kuramın oluşturucusu T. Parsons ve onu geliştiren Merton'dur; Merton Lazarsfeld'in en yakın çalışma arkadaşıdır.

Lazarsfeld Amerika'nın endüstriyel yapısındaki standartlaşmayı akademik alana taşıdı: Yaşamı ve ilişkileri anlamada nicelikselleştirme, nicelleştirmedeki kurullarla ve yöntemdeki süreçlerle standartlaştırma, bu süreçlerde ve standartlaştırmada, objektiflik dahil, mekanikselleşmeyi geliştirdi. Ayrıca, buna bağlı olarak Amerikan endüstriyel yapısı ile akademik yapı arasındaki işlevsel çıkar işbirliğinin gelişmesine yardım etti. Bu sırada, akademi (öğretim üyeleri, araştırma görevlileri vb.) paranın rengini ve tadını öğrendi. Bu da özellikle

1980'lerden sonra Türkiye gibi ülkelerde neo-liberal politikalar ve uluslararası şirketlerin yoğun çalışmaları, kurumların dış baskılarla araştırmaya zorlanmaları, Avrupa Birliği, Dünya Bankası, IMF ve Alman vakıflarının bilgi toplama istemleri, siyasal partilerin oy avcılığında araştırmayı araç olarak kullanmayı öğrenmeleri, akademik alanda yeni yetişen ve eskiden beri bu işe uğraşmak isteyenlerin yolunu açtı. Ama ne yazık ki, ampirik metodolojiyi doğru olarak kullanan araştırmaya ender rastlanmaktadır. Herkes araştırma yapıyor, ama araştırmaların geçerliliği ve güvenilirliği tasarımların daha en başında yapılan ciddi hatalar nedeniyle ortadan kalkmaktadır.²³ Hipotez çıkartmanın ne olduğu bilinmemekte, anket soruları ve seçenekleri doğru belirlenmemekte, çift-namlulu sorular sorulmakta, dengesiz iki-yönlü ölçekler biçimlendirilmekte, hipotezsiz istatistiksel testleri yapılmakta, çapraz tablolardaki dağılımlar yanlış sunulmakta, aynı dağılımı sunmak için hem yazı, hem grafik hem de tablo kullanılmakta, bulgular ile değerlendirme arasındaki fark bilinmemekte, yüzdeleri sunmak değerlendirme sanılmakta, sonuç çıkartma ya hiç bilinmemekte, ya bulguların tekrarı biçiminde olmakta ya da var olan bilgi birikimi, araştırma soruları/hipotezler ve bulgular arasında bağ kurmaksızın uyduruk birkaç cümleyle geçiştirilmektedir.²⁴ Özlüce, araştırma yöntemlerini ve istatistiği bilen olarak geçinenler veya öyle kabul edilenler tarafından değil de, gerçek anlamıyla istatistiği ve ampirik araştırma tasarımını, özellikle "survey research" tasarımını bilenler tarafından, Türkiye'deki durumun ayrıntılı bir şekilde incelenmesi ve doğruyu yapma yollarının aranması gerekmektedir.

Kaynakça

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2005). Öteki Kuram. Ankara: Erk.

²³ Bununla ilgili araştırmalar ve eleştiriler için bkz Erdoğan, 2006; Erdoğan, N. ve İ. Erdoğan, 2005; Erdoğan, 2001a ve 2001b; Özen, Ş., 2002.

²⁴ Türkiye'deki üniversitelerden birçok akademisyenin çeşitli seviyelerde katkıda bulunduğu, 1999 ve 2004 arasında yapılan beş TRT araştırması ne yazık ki Türkiye'deki feci durumun en iyi göstergelerinden biridir. TRT araştırmalarının incelenmesini okumak için bkz: <http://www.irfanerdogan.com> adresinde "makalelerim" seçeneği içinde.

- Barton, A. H. (2001). "Paul Lazarsfeld as Institutional Inventor". *International Journal of Public Opinion Research*, 13(3):245-269.
- Birnbaum, N. (1971). *Toward a Critical Sociology*. New York: Oxford University press.
- Cantril, H. (1940). *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Cantril, H., & Allport, G. W. (1935). *The Psychology of Radio*. New York: Harper & Brothers.
- Carey, J. W. (1996). "The Chicago School and Mass Communication Research". In E. E. Dennis and E. Wartella (Eds.), *American Communication Research: The remembered history*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum: (pp. 21_38).
- Chaffee, S. H. and Rogers, E. M. (1997). *The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir by Wilbur Schramm*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Donsbach, W. et al. (2001). "Editorial: Paul Lazarsfeld (1901_1976)", *International Journal of Public Opinion Research*, 13(3): 225 -228.
- Erdoğan, İ. (2006) *Ampirik Araştırmalarda Yöntembilimsel Sorunlar: TRT Araştırmaları Örneği*. <http://www.irfanerdogan.com>
- Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı, İstatistiksel Yöntemler, Analiz ve Yorum*. Ankara: Erk.
- Erdoğan, İ. (2001a). "Sosyal Bilimlerde Pozitivist-Ampirik Akademik Araştırmaların Tasarım ve Yöntem Sorunları", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 17-34.
- Erdoğan, İ. (2001b). "Methodology Issues: Problems in Published Empirical Research in Turkey". *Kültür ve İletişim*, 2001, 4 (2): 185-207.
- Erdoğan, N. ve Erdoğan İ. (2005). "Araştırmalarda Veri Toplamaya ve Bulgulara Etki Eden Kirlenmiş Bilinç Üzerine Bir İnceleme". *Selçuk İletişim Dergisi*, 3 (4): 5-17.
- Gitlin, T. (1978). "Media sociology: Dominant Paradigm", *Theory and Society*, 6: 205-253.

Hardt, H. (1992). *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*. New York: Routledge.

Hardt, H. (1997). *Beyond cultural studies - recovering the 'political' in critical communications studies*. *Journal of Communication Inquiry*, 21(2): 70-79.

Hardt, H. (2001). *Social Theories of the Press: Constituents of Communication Research, 1840's to 1920's*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

Jowett, G. S. ve O'Donnell, V. (1992). *Propaganda and Persuasion*. 2nd ed. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Katz, E. and Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: The Free Press of Glencoe.

Katz, E. (1987). "Communications Research Since Lazarsfeld", *Public Opinion Quarterly*, 51(2): 25-45.

Katz, E. (2001). "Lazarsfeld's Map of Media Effects", *International Journal of Public Opinion Research*, 13(3): 270-279.

Kendall, P. and Lazarsfeld P. F. (1950). *Problems of Survey Analysis*. In Merton R. K. and Lazarsfeld P. F. (eds.) "Continuities in Social Research: Studies in the Scope and Method of the American Soldier". Glencau, Illinois: Free Press.

Kendall, P. L. and Lazarsfeld, P. F. (1964). "The Relation between Individual and Group Characteristics in 'the American soldier.'" In Lazarsfeld P. F. and Rosenberg M. (Eds.), *The Language of Social Research: A Reader in the Methodology of Social Research* (pp. 290_296). New York: The Free Press of Glencoe.

Lazarsfeld, P. F., (1940). *Radio and the Printed Page*. New York: Duell, Sloan and Pearce.

Lazarsfeld, P. F. (1941). *Qualitative Analysis: Historical and Critical Essays*. İcinde: Lazarsfeld, P. F., 1972b, s. 155-167.

Lazarsfeld, P. F. (1948). *The Role of Criticism in the Management of Mass media*. *The Journalism Quarterly*, 25:2. (İcinde: Lazarsfeld, P. F., 1972b, s. 123-138).

- Lazarsfeld, P. F. (1968). "An Episode in History of Social Research: A Memoir". In: D. Fleming ve B. Baily (eds.) *The Intellectual Migration: Europe and America 1930 – 1960*. Cambridge; Harvard University Press, s. 270-337.
- Lazarsfeld, P. F. (1970). *Critical Theory and Dialectics*. İçinde: Lazarsfeld, P. F., 1972b, s.168-182.
- Lazarsfeld, P. F. (1972a). "Development of a Test for Class-Consciousness". In Lazarsfeld P. F., Pasanella A. K., and Rosenberg M. (Eds.), *Continuities in the Language of Social Research* (pp. 41-43). New York: The Free Press.
- Lazarsfeld, P. F. (1972b). *Qualitative Analysis: Historical and Critical Essays*. Boston, MA: Allen and Bacon.
- Lazarsfeld, P. F. (1973). *Main Trends in Sociology*. London: George Allen & Unwin.
- Lazarsfeld, P. F. and Fiske, M. (1938). "The Panel as a New Tool for Measuring Opinion". *Public Opinion Quarterly*, 2, 596-612.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., and Gaudet, H. (1944/1968). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Duell, Sloan and Pearce. (1968 baskısı: Columbia University Press).
- Lazarsfeld, P. F. And Merton, K. (1948). "Mass Communication and Popular Taste, and Organized Socail Action". In Schramm W.and Roberts D. F. (eds.) (1971),*The Process and Effects of Mass Communication*. Illinois: U. Of Illinois Press, , pp. 554-578.
- Lazarsfeld, P. F. and Thielens W. jr. (1958). *Academic Mind: Social Scientist in the Time of Crisis*. Glencoe, Illinois;: The Free Press.
- Lazarsfeld. P. F., W. H. Sewels and H. L. Wilensky (eds.) 1967. *The Uses of Sociology*. New York: Basic Books.
- Lazarsfeld, P. F. and Henry N. W. (1968). *Latent Structure Analysis*. Boston: Houghton Mifflin.
- Lazarsfeld, P.F., Retiz J. G., and Pasanella A. K. (eds.) (1975) *An Introduction to Applied Sociology*. New york: Elsevier.

Sills, D. L. (1996). "Stanton, Lazarsfeld, and Merton: Pioneers in Communication Research". In Dennis E. E. and Wartella E. (Eds.), American Communication Research: The Remembered History (pp. 105_116). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Thurnborn, G. (1976). Science, Class and Society. Manchester: NLB.

Wartella, E. (1996). "The History Reconsidered". In Dennis E. E. and Wartella E. (Eds.), American Communication Research: The Remembered History (pp. 169_180). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.