



akademia

FRANKFURT OKULU'NDAN POSTMODERNİZME TELEVİZYONA DAİR ELEŞTİREL PERSPEKTİFLER

Modern iletişim çalışmalarının mucitlerinden biri olan Paul Lazarsfeld (1942), "idari araştırmalar" ile "eleştirel araştırmaları" birbirinden ayırmıştır. Lazarsfeld, şirketler ve devlet kuruluşları için yapılan ampirik araştırmaları idari araştırmalara dahil ederken, eleştirel araştırmaları da Frankfurt Okulu'yla ilişkilendirmiştir. Bunlardan eleştirel araştırmalar medyayı toplumsal hayat içinde daha geniş bir bağlamda ele almakta ve yapısı, amaçları, değerleri, mesajları ve etkileri açısından sorgulamaktadır. Dahası, eleştirel araştırmalar medyayı değerlendirirken eleştirel perspektifler geliştirmiştir.

1940'lardan bu yana, medya ve televizyona ilişkin çok sayıda eleştirel yaklaşım geliştirilmiştir. Ben de bu çalışmada, öncelikle televizyon çalışmalarına eleştirel yaklaşımların başlatıcısı olarak Frankfurt Okulu'nu ele alacağım. Sonra da, çok sayıda teorisyenin (sonradan eleştirel televizyon çalışmalarında adlandırıldığı haliyle) temsil politikalarını nasıl değerlendirdiğini, sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk ve cinsellik sorunlarını, ayrıca medya temsiline ve sosyal yaşama ilişkin diğer ana unsurları nasıl irdelediklerini tartışacağım. Bunun ardından, kültürel çalışmalardaki postmodern dönüşün önceki eleştirel modellere nasıl karşı çıktığını ve televizyon çalışmalarına ilişkin ne tür alternatif yaklaşımlar sunduğunu ele alacağım. Son olarak da, televizyon ve medya kültürüne eleştirel yaklaşım konusunda bazı yorumlarda bulunacak, televizyonun üretimini ve politik ekonomisini, etki araştırmalarını ve televizyonun izleyici tarafından kullanımını içine alan kapsamlı bir eleştirel model sunacağım. Bu çalışmada da gösterildiği gibi, eleştirel medya ve televizyon çalışmalarına böylesi çok boyutlu bir yaklaşım ilk olarak Frankfurt Okulu tarafından getirilmiş ve farklı coğrafyalardaki başka bir çok televizyon teorisyeni tarafından İngiliz kültürel çalışmalarından eleştirel feminizme kadar uzanan ve çoğu kez birbirleriyle çatışan perspektiflerle geliştirilmiştir.

Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrileri

Klasik Frankfurt Okulu perspektifinden bakıldığında, ticari televizyon, Horkheimer, Adorno ve arkadaşlarının adlandırmasıyla bir "kültür endüstrisi" biçimidir. Nazi Almanya'sından ABD'ye taşınan Frankfurt Okulu film, popüler müzik, radyo, televizyon ve diğer kitle kültürü formlarının yükselişine ilk elden tanıklık etmiştir.¹ Kendilerini sürgün hissettikleri ABD'deki medya üretimi, genelde, büyük şirketlerce denetlenen bir ticari eğlence formudur. Bu nedenle, Frankfurt Okulu, kültürün kapitalist üretim ilişkileri içinde endüstrileşmesi ve ticarileşmesine dikkati çekmek amacıyla "kültür endüstrileri" terimini kullanmıştır. Bu terimin belirttiği durum en belirgin olarak, film ve televizyon endüstrilerinin hemen hiç devlet desteği almadığı ABD'de en belirgin şekilde yaşanmaktadır.

Frankfurt Okulu, kitle iletişimi ve kültür çalışmalarında sistematik ve kapsamlı bir eleştirel yaklaşım başlatmış ve kültür endüstrilerine yönelik ilk eleştirel teoriyi oluşturmuştur.² 1930'lu yıllarda, Frankfurt Okulu, kültür ve iletişim çalışmalarına eleştirel ve disiplinler-üstü bir yaklaşım getirmiş, kitle kültürü ve iletişiminin sosyal ve ideolojik etkilerine ilişkin izleyici alımlama

* Prof. Douglas Kellner: Kaliforniya Üniversitesi, Sosyal Bilimler ve Karşılaştırmalı Eğitim Bölümü, Eğitim Felsefesi Başkanı.

çalışmalarını, medyanın politik ekonomisine yönelik eleştirileri ve metin analizini birleştirmiştir. Seri üretilen kültürün endüstrileşme sürecini ve sistemi işleten ticari zorunlulukları işaret etmek üzere “kültür endüstrisi” terimini kullanmıştır. Eleştirel teori düşünürleri, endüstriyel üretim bağlamında kitlesel olarak iletilen bütün kültür yapıntılarını (artifacts) analiz etmiştir. Endüstriyel üretimde, kültür endüstrisi emtiaları seri imalatın diğer ürünleriyle aynı özellikleri göstermektedir. Bu özellikler metalaştırma, standardizasyon ve kitleselleştirmedir. Ancak, kültür endüstrileri, mevcut kapitalist toplumlara ideolojik meşruiyet kazandırmak ve bireyleri o sistemin toplumsal oluşum çerçevesine entegre etmek şeklinde özel bir işleve sahip olmuştur.

Kültür endüstrisi konusundaki ilk temel çalışmalar Adorno’nun popüler müzik (1978 [1932], 1941, 1982, ve 1989), televizyon (1991) ve yıldız falı gibi popüler fenomenlere (1994) ilişkin analizlerini, Lowenthal’in popüler edebiyat ve dergi çalışmalarını (1961), Herzog’un radyolardaki pembe dizilerini (1941), ayrıca, Horkheimer ve Adorno’nun kültür endüstrisine ilişkin ünlü çalışmasında (1972 ve Adorno, 1991) geliştirilen kitle kültürü perspektif ve eleştirilerini içermiştir. Kitle kültürü ve iletişimine ilişkin eleştirileriyle Frankfurt Okulu üyeleri, eleştirel sosyal teoride, kitlesel olarak iletilen kültürü ve televizyonu sistematik olarak analiz eden ve eleştiren ilk araştırmacılar olmuştur. “Kültür endüstrisi” dedikleri şeyin günümüz toplumlarının yeniden üretiminde ne kadar önemli olduğunu gören ilk sosyal kuramcılar da onlardır. Gerçekten de, günümüz toplumlarında, kitle kültürü ve iletişim boş zaman faaliyetinin merkezinde yer almakta, önemli sosyalizasyon araçları ve politik gerçeklik araçları olarak işlev görmektedir; bu nedenle de, çeşitli ekonomik, politik, kültürel ve toplumsal etkileri açısından günümüz toplumlarının önemli kurumları olarak görülmeleri gerekir.

Ayrıca, eleştirel teorisyenler, kültür endüstrilerini politik bir ortamda incelemiş ve kültür endüstrilerini, işçi sınıfının kapitalist toplumlara entegrasyonunun bir biçimi olarak kavramsallaştırmıştır. Frankfurt Okulu, kitle kültürünün ve tüketim toplumunun yükselişinin, -klasik Marksist senaryoya göre devrimin aracı olan- emekçi sınıfların üzerindeki etkilerini inceleyen ilk neo-Marksist gruplardan biri olmuştur. Kültür endüstrileri ve tüketim toplumunun çağdaş kapitalizmi stabilize etme yollarını da araştırmış ve bu amaçla, sosyal eleştiri normları ve politik mücadele hedefleri olarak işleyecek yeni politik değişim stratejileri, sosyal dönüşüm araçları ve politik özgürleşme modelleri oluşturmaya çalışmıştır. Bu proje, Marksist projenin yeniden değerlendirilmesini gerektirmiş, bazı problemleri pozisyonlar oluşturmuşsa da, Marksist projeye önemli katkılar sağlamıştır.

Avrupa faşizminin mağdurları olarak Frankfurt Okulu üyeleri, Nazilerin kitle kültürü araçlarını faşist kültüre ve topluma itaati sağlamak için nasıl kullandığına ilk elden tanıklık etmiştir. ABD’deki sürgün dönemlerindeyse Amerikan medya kültürünün de son derece ideolojik olduğuna ve ABD kapitalizminin çıkarlarını desteklemeye çalıştığına inanmışlardır. Dev şirketlerin kontrolündeki kültür endüstrileri kitlesel üretim yapılarına göre organize edilmiştir. Bu endüstriler seri üretim yapmakta, böylece son derece ticari bir kültür sistemi yaratmakta, yaratılan sistem de kapitalizmin değerlerini, hayat tarzlarını ve kurumlarını satmaktadır.

Bugünden geçmişe bakıldığında, Frankfurt Okulu’nun çalışmaları, 1930’larda baskın durumda bulunan bir devlet kapitalizmi ve tekelci kapitalizm döneminin teorileştirilmesi olarak görülebilir. O dönemde, hem devlet kuruluşlarının hem de dev özel şirketlerin bulunduğu büyük kuruluşlar ekonomiyi yönetmektedir. Tek tek bireyler devlet kuruluşlarının ve şirketlerin kontrolüne bırakılmıştır. İstek, zevk ve davranışların tek tipleşmesini isteyen seri üretim ve homojenleşmiş sermaye rejimini ifade etmek amacıyla bu dönem sıklıkla “Fordizm” olarak anılır. Bu dönem, ihtiyaç, düşünce ve davranışların tek tipleşmesi ve bir ‘kitle toplumu’ oluşturulmasıyla karakterize edilmiş bir kitlesel üretim ve tüketim dönemidir. Frankfurt Okulu, bu durumu ‘bireyin sonu’ olarak tanımlamıştır. Artık bireysel düşünce ve eylem, sosyal ve kültürel gelişmenin motoru değildir. Birey, dev şirketlerin ve kuruluşların karşısında boyun eğdirilmiş haldedir. Devir, kendini şirketlerle özdeşleştiren erkek ve kadınlar, gösteriş amaçlı tüketim ve kitle kültürüne sahip savaş

sonrası ABD'de baskın durumdaki temkinli, asetik, kurallara uygun hareket eden ve muhafazakar şirket kapitalizmi dünyasına denk düşmektedir.

Bu dönemde, medya kültürü, son derece organize durumda ve kurallara uyumlu bir toplumsal düzene uygun düşünce ve davranış tarzları oluşturma sürecine yardımcı olmuştur. Bu nedenle, Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrileri teorisi, yeni bir döneme doğru önemli bir tarihsel değişimi ifade etmektedir. Bu yeni dönemde, standardizasyon ve homojenlik esaslı bir toplumu ve seri imalat ürünlerine yönelik homojen ihtiyaç ve arzular temelinde bir tüketim toplumu oluşturmak için kitlesel tüketim ve kültür vazgeçilmez niteliktedir. Bahsedilen dönem, kültürel yönüyle, son derece kontrollü bir şebeke radyo-televizyon ağına, yavan top-kırk pop müzik programlarının, cilalı Hollywood filmlerinin, ulusal dergilerin ve seri üretilen diğer kültür yapıtlarının bulunduğu bir dönemdir.

Frankfurt Okulu, televizyon ve medya çalışmalarına üretim ve politik ekonomi, metin analizi ve izleyici/alımlama araştırmaları boyutlarını dahil eden bir model sunmuştur. Frankfurt Okulu bütün bu boyutları ele almakta ve en önemlisi de, bunlar arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Gerçekten de, Frankfurt Okulunun eleştirel teorisi Büyük Resmi ortaya koymakta, ekonomi, devlet, toplum ve gündelik hayat arasındaki ilişkileri analiz etmektedir (Kellner 1989). Bu nedenle, televizyona ilişkin eleştirel bir teori, ekonomi, devlet ve televizyon arasındaki ilişkileri açıklamalı, televizyonun üretim süreçlerini, metinlerini ve sosyo-politik etkilerini, ayrıca izleyici kullanımlarını spesifik sosyal organizasyon türleri içindeki kendi kurumsal rolü bağlamında analiz etmelidir (bkz Kellner 1990). Bu doğrultuda, televizyona ilişkin klasik Frankfurt Okulu modelini ele alacak ve diğer eleştirel yaklaşımlara geçmeden önce Frankfurt Okulu içindeki bazı spesifik televizyon analizi girişimlerine değineceğim.

Frankfurt Okulu ve Televizyonun Yükselişi

Aydınlanmanın Diyalektiği adlı çalışmasında, Horkheimer ve Adorno televizyonun kitle kültürünün görüntüyle sesi, imgeyle anlatıyı birleştiren yeni bir biçimini oluşturduğunu ve böylece, kültür endüstrisinin üretim, metin ve alımlanma türlerinin cisimleştiği bir kurum olarak önem kazanacağını öngörmektedir. Televizyonun endüstrileşmiş kültürün prototipik bir yapıtı olacağını öngören Adorno ve Horkheimer şunları yazar:

“Televizyon, radyoyla sinemanın sentezini hedefler. Bu hedef, yalnızca çıkar sahipleri tam mutabakata ulaşmadığı için geciktirilmiştir. Ancak bu sentezin sonuçları oldukça büyük olacak ve estetik malzemeyi keskin bir şekilde yoksunlaştıracak kadar yoğunlaşacaktır. O kadar ki, endüstrileşmiş kültür ürünlerinin tümü üstün körtü gizlenen özdeşliklerinin zaferini neredeyse yarın açıkça ilan edebilecek gibidir. Wagner'in Gesamtkunstwerk düşü, bütün sanatların bir eserde birleşmesi hayali bizimle alay edercesine gerçekleşir. Böylelikle sözün, imgenin ve müziğin birbiriyle uyumu Tristan'da olduğundan çok daha kusursuz bir biçimde elde edilir; çünkü toplumsal gerçekliğin dış yüzeyini itiraz etmeden kayda geçiren tüm duyuşsal unsurlar ilke bakımından aynı teknik süreç içinde üretilir ve bu sürecin birliğini esas içerikleri olarak dışa vurur... Televizyon, Warner Brother'ları, seri müzisyenlerin ve kültür muhafazakarlarının Warner Brotherlar için hiç kuşkusuz nahoş olan konumlarına kolaylıkla itebileceği bir gelişme yolunu işaret etmektedir.” (1972: 124, 161).

Aydınlanmanın Diyalektiği çalışmasındaki kitle kültürü eleştiri modelinin ardından, Frankfurt Okulu'nun televizyona yaklaşımı, televizyonu hakim kültürel üretim ve alımlama sistemi içinde analiz edecek, onu kendi kurumsal ve politik çerçevesine yerleştirecektir. Aynı şekilde, metin ve izleyici çalışmasını ideoloji eleştirisiyle birleştirecek, televizyon metinleri ve izleyicilerinin spesifik sosyal ilişki ve kurumlara nasıl dahil edildiğini kavramlaştırarak analiz edecektir. Bu yaklaşım, politik ekonominin Marksist eleştirisini izleyici ve etkilere yönelik psikanaliz çalışmalarından ilham alan derin yaklaşımlarla ideolojik eleştiriyle ve metin analiziyle birleştirmektedir.

T.W. Adorno'nun “Televizyona nasıl bakmalı” başlıklı makalesi (1991), klasik bir Frankfurt Okulu analizine ilişkin çarpıcı bir örnek vermektedir. Adorno'nun makalesinin başında televizyonun izleyiciler üzerindeki etkilerini incelemenin ve “derin psikolojik kategorilerden” yararlanmanın önemi vurgulanır. Yazar daha önce, radyo ve popüler müziğin izleyiciler

üzerindeki etkileri konusunda yapılan ilk araştırmalardan birinde Paul Lazarsfeld’le işbirliği yapmıştır (bkz Lazarsfeld 1941). Adorno, Otoriteryan Kişilik (Adorno ve diğerleri 1969 [1950]) konusunda çalışırken Beverly Hills’teki Hacker Foundation’ın bilim branşının müdürlüğünü yapmış, kitle kültürü fenomeninin sosyo-psikolojik kökenlerini ve etkisini incelemiştir. Bu çalışmalarından biri televizyon (Adorno 1991) diğeri ise Los Angeles Times’daki astroloji sütunu (Adorno 1994) üzerinde yoğunlaşmıştır.

Frankfurt Okulu’nun yüksek ve aşağı kültür arasında keskin ve sorunlu bir ayrım yaptığı yönündeki genel izlenim dikkate alındığında, Adorno’nun çalışmasına “özerk sanat ve kitle iletişim araçları arasındaki dikotominin” yapıbozumuyla başlaması ilginçtir. Bu ilişkinin “son derece karmaşık” olduğunu vurgulayan Adorno, popüler ve elit sanat arasındaki ayrımların tarihsel şartların bir ürünü olduğunu ve abartılmaması gerektiğini ileri sürmüştür. Adorno, eski ve yeni popüler kültüre ilişkin tarihsel bir inceleme yaptıktan sonra, “çağdaş televizyonun çok katmanlı yapısını” analiz etmiştir. Frankfurt Okulu’nun medya kültürü metinlerini ideolojiye indirgediği düşüncesine karşın, Adorno’nun örtülü ve açık içerik arasındaki ayrımları ve “çok biçimli anlamları” vurgulaması ve popüler televizyonda bulunan “çeşitli anlam katmanlarını” analiz etme çağrısında bulunması da ilginçtir. Adorno şunları yazar:

Televizyonun etkisi, başarı veya başarısızlık, sevme veya sevmeme, onaylama veya onaylamama gibi terimlerle yeterince ifade edilemez. Aksine, derin-psikolojik kategorilerin ve daha önceki kitle iletişim araçları bilgisiyle, televizyonun potansiyel etkisinin (izleyicinin çeşitli kişilik katmanları üzerindeki etkisinin) araştırılabileceği bir dizi teorik konseptin açığa çıkarılmasına çalışılabilir. Televizyonda gösterilen materyalin tipik sosyo-psikolojik uyarıcısını hem tanımlayıcı hem de psikodinamik seviyede sistematik olarak araştırmanın, ön varsayımlarını ve total kalıplarını analiz etmenin ve muhtemelen oluşturacakları etkiyi değerlendirmenin zamanı gelmiş görünmektedir...(1991: 136).

Adorno, 1950’li yılların başlarındaki televizyon şovlarından almış olduğu örnekleri son derece formül esaslı, itaati ve uyumu yeniden üretmeye yönelik programlar olarak görme eğilimindedir. Televizyondaki stereotipleştirmeyi, “sahte-gerçekçiliği” ve oldukça basmakalıp biçim ve anlamları eleştirmektedir. Bu yaklaşım, 1950’li yıllardaki televizyonun bazı yönlerini doğru bir şekilde yakalamakta, fakat çağdaş televizyonun artan karmaşıklığını anlamada yetersiz kalmaktadır. Adorno’nun “örtülü anlamlar” a yaklaşımı son derece ilginçtir. Ancak, televizyon metinlerine yönelik psiko-analitik ve ideolojik okumaları ve televizyon metinlerinin etkilerine ilişkin tahminleri öncü niteliğindedir.

Adorno’nun çalışması, şebeke televizyonunun ürettiği metin türünü ve bu türün ürünü açısından da izleyiciyi ele almaktadır ve Frankfurt Okulu geleneğinin televizyonla ilgili az sayıdaki somut çalışmasından biridir. Horkheimer, Adorno, Marcuse, Habermas ve Frankfurt Okulu’nun diğer önemli teorisyenleri televizyon üretimi, metinleri ve izleyicileriyle hiçbir zaman sistematik olarak ilgilenmemiş olmakla birlikte, eleştirel toplum teorisini geliştirirken veya çağdaş toplumsal fenomenlere ilişkin yorumlarında televizyonun önemini sıkça vurgulamıştır. Frankfurt Okulu’nun sosyalizasyonun niteliğinde meydana gelen değişikliklere ilişkin analizinin ardından, örneğin Herbert Marcuse, Eros and Civilization (Eros ve Uygarlık) adlı çalışmasında (1955) sosyalizasyonun başat unsuru olarak ailenin gerilediğini ve radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yükseldiğini belirtmiştir:

İçgüdülerin baskıcı örgütlenişinin kolektif olarak gerçekleştiği görülmektedir. Ben, bütün bir aile dışı araçlar ve aracılıklar dizgesi tarafından zamanından önce toplumsallaştırılmıştır. Daha okul-öncesi düzeyi gibi erken bir evrede çeteler, radyo ve televizyon uyuşum ve başkaldırı kalıbını saptar; kalıptan sapmalar aile içerisinde olmaktan çok aile dışında ve aileye karşı cezalandırılır. Kitle iletişim uzmanları istenen değerleri iletirler; etkililik, sertlik, kişilik, hayaller ve romantik aşka ilişkin eksiksiz bir eğitim sunarlar. Aile böyle bir eğitimle rekabet edemez (97).

Marcuse televizyonu, tek boyutlu bir toplumu yönetme ve baskı altında tutma aracı olarak görür. Kendi ifadesiyle, “bilginin kontrolü ve bireylerin kitle iletişimine massedilmesiyle birlikte,

bilgi yönetilmeye ve sınırlandırılmaya başlandı. Birey, neler olup bittiğini gerçekte bilmez. Olan şey, eğlence makinesinin aşırı güçlenmesi ve eğlencenin bireyi diğer bireylerle, bütün muzır fikirlerin dışlandığı bir anestezi ortamında buluşturmasıdır.” (104). Bu görüşün temelinde, televizyon bir manipülasyon ve sosyal baskı aygıtının bir parçasıdır. Marcuse, *One-Dimensional Man* (Tek Boyutlu İnsan) adlı kitabında (1964), ticari radyo ve televizyonun saçmalıklarının, kendisinin otantik kültürün ve muhalif düşüncenin ölümüne ve bireye ilişkin analizlerini doğruladığını ileri sürmüştü, televizyonu çağdaş kapitalist toplumların sosyal ve kültürel yeniden üretimi için gerekli düşünce ve davranışları yeniden üreten aygıtın bir parçası olarak ifade etmiştir.

Frankfurt Okulu'yla Başlayan/Frankfurt Okulu'ndan Sonraki Eleştirel Görüşler

Frankfurt Okulu üyeleri doğrudan televizyonun kendisi hakkında çok az şey yazmış olmakla birlikte, eleştirel teori yaklaşımı, 1960'lardan sonra gerek Yeni Sol'un gerekse diğer çevrelerin medya görüşlerini, ayrıca akademi içinde kitle iletişimi ve televizyona ilişkin eleştirel yaklaşımları önemli ölçüde etkilemiştir. Antoloji niteliğindeki *Kitle Kültürü* adlı kitap (editörler: Rosenberg ve White, 1957), Adorno'nun televizyon hakkındaki makalesini, ayrıca Frankfurt Okulu'nun yaklaşımından etkilenen bir çok çalışmayı içermektedir. Eleştirel iletişim araştırmalarında, şebeke televizyonunun kapitalist bir kurum olarak pek çok eleştirisi bulunmaktadır. Ayrıca, C. Wright Mills'in önceden yazdığı gibi (bkz Kellner 1989: 134ff), Herbert Schiller, George Gerbner, Dallas Smythe ve diğerleri gibi televizyon ve medya eleştirmenleri de Frankfurt Okulu'nun kitle kültürüne yaklaşımından etkilenmiştir.

Yeni Sol perspektifler açısından bakıldığında, 1972'deki “Televizyon Hakkında On Üç Tez” adlı çalışmasında Frankfurt Okulu'na benzer bir şekilde bir manipülasyon aracı olarak televizyon eleştirisine yer veren Todd Gitlin, ondan sonraki araştırma ve yazılarında ABD'deki televizyona odaklanmış ve televizyon konusunda kendi tarzında bir Frankfurt Okulu yaklaşımı geliştirmiştir (1980, 1983, 2002). 1987'de çıkarılan *Watching Television* adlı derlemede, Gitlin'in ve diğer düşünürlerin televizyona bir neo-Frankfurt Okulu yaklaşımı sergiledikleri çalışmalar yer almış ve dönemin bir çok teorisyeninin televizyon konusundaki yazıları Frankfurt Okulu'na yaklaşımları temelinde şekillenmiştir.

Şüphesiz, medya kültürü Frankfurt Okulu modelindeki kadar kitlesel ve homojen olmamıştır. Frankfurt Okulu'nun perspektiflerinin çıkış ve etki dönemlerinde dahi sorunlu olduğu söylenebilir. Konuyla ilgili (Walter Benjamin (1969), Siegfried Kracauer (1995), Ernst Bloch (1986) ve Weimar kuşağındaki diğer düşünürlerin yaklaşımları gibi) başka yaklaşımların daha tercih edilebilir olduğu da ileri sürülebilir. Kültür endüstrisinin orijinal Frankfurt Okulu modeli spesifik bir sermaye rejimi döneminde medya kültürünün önemli sosyal rollerini ifade etmiştir. Grup, egemen şirket çıkarlarının ihtiyaçlarına hizmet eden, ideolojik yeniden üretimde ve bireylerin kültürlerini egemen ihtiyaç, düşünce ve davranış sistemine göre oluşturmada önemli rol oynayan yüksek seviyede ticari bir televizyon sisteminin hala faydalı olan bir modelini sunmuştur.

Bugün, televizyon eleştirisi teorilerine Frankfurt Okulu'nun görüşlerini dahil etmek, yalnızca sistematik bir Frankfurt Okulu yaklaşımı getirmekten daha moda olmuştur. Ancak, Frankfurt Okulu'nu indirgeyici, ekonomist ve yalnızca tek boyutlu bir “manipülasyon teorisi” sunan bir yaklaşım olarak kolayca reddetmek de –bu tür yaklaşımlar okulun yazılarından bazılarında mevcut olsa bile- yanlış olacaktır. Gerçekten de, Frankfurt Okulu'nun televizyonu ve medya kültürünün diğer kurumlarını politik ekonomi, metin ve kültürel yapıntıların izleyici tarafından alınması açısından inceleyen sistematik atılımı günümüzde de faydalı olmaya devam etmektedir. Kültüre metin temelinde bir yaklaşımla ampirisist sosyal bilimler temelindeki iletişim teorisi arasındaki bölünmenin üstesinden gelen Frankfurt Okulu, medya kültürünü ciddiye alınması gereken ve sahip olduğu önemin ve karmaşıklığın anlaşılması için çok sayıda disiplinin devreye sokulmasını gerektiren karmaşık ve çok boyutlu bir fenomen olarak görmektedir. Televizyon, kültür endüstrileri içinde merkezi rol oynamaya devam etmektedir. Bu nedenle, eleştirel teorisyenler bugün televizyon konusunda, Frankfurt Okulu geleneğinin üzerine inşa edilecek yeni yaklaşımlar aramalıdır.

Geçmiş on yıllardaki diğer eleştirel çalışmalar küresel medyanın ulusal kültürler üzerindeki etkisini araştırmış, Batıdaki medya kartellerinin kültür emperyalizmine veya küresel medya ve tüketim kültürünün sızmasına karşı çıkmıştır (Schiller, 1971; Tunstall, 1977). Schiller ve diğer düşünürler televizyonun politik ekonomisi ve şirket çıkarlarının desteklenmesinde oynadıkları ulusal ve küresel rol üzerinde odaklanmıştır. Mass Communications and American Empire (Kitle İletişimi ve Amerikan Emperyalizmi) adlı çalışmasında (1971), Herbert Schiller, ABD’de ticari yayıncılık endüstrisinin yükselişini, şirket kapitalizmi ve orduyla karşılıklı bağlantılarını, iletişim ve elektroniğin Vietnam’da yaşanan türden karşı devrim faaliyetlerinde ve küresel bir kapitalist ekonomi imparatorluğunu desteklemede kullanımını ele almıştır.

Televizyona politik ekonomi yaklaşımları, televizyon programlarının üretiminde şirketlerin ve ticari çıkarların hakim olmasının sonuçlarına ve TV programlarının reklamcılarının kaygılarına yönelme ve olası en büyük kitlesel izleyiciyi sağlama alma yollarına özel önem vermektedir. Herman ve Chomsky (1988), şirketler, reklamlar, medya kapı tutucuları ve geleneksel kontrolün ana akımdan ve standart sayılandan sapan belli türleri nasıl dışladığını gösteren “filtreler”den bahsetmiştir. Medya emperyalizmi üzerine araştırma yapan düşünürler, ABD programları, yayın kuruluşları ve yapılarının ithal edilmesinin küresel düzeyde yayıncılığı nasıl etkilediğini ele almıştır.³

Bazı eleştirel yaklaşımlar televizyonun toplumsal etkileri üzerine yoğunlaşmış, çoğunlukla da televizyondaki aşırı şiddet suçlanmıştır. Televizyon ve şiddetle ilgili bazı yazılarda, şiddetin medyada temsilinin doğrudan sosyal problemlere yol açacağı ileri sürülmüştür. Ancak, Annenberg İletişim Fakültesi’nden George Gerbner ve arkadaşları şiddet ve medyaya yönelik daha sofistike bir sosyal ekoloji yaklaşımı geliştirmiştir. Gerbner’in grubu, televizyon şiddetinin “kültürel ortamı”nı araştırmış, şiddet temsillerindeki artışları takip etmiş ve şiddeti uygulayanı, kurbanın kim olduğunu ve hangi mesajların medya şiddetiyle bağlantılı olduğunu betimleyen “mesaj sistemlerini” açıklamıştır. “Ekme analizi” şiddetin etkilerini araştırmış ve medyadaki şiddet görüntülerini yoğun olarak izleyenlerin bir “vasat dünya sendromu” gösterdikleri sonucuna varmıştır. Bu sendrom, depresyondan, sağ kanat kanun ve nizamdan yana politikacılara oy veren korku içindeki bireylere ve şiddet tutumu gösterilmesine kadar uzanan bir değişiklik göstermektedir (Gerbner 2003).⁴

Şiddet ve medyaya ilişkin bir diğer yaklaşım Eysenck ve Nias’ın çalışmasında (1978) yer almaktadır. Bu yaklaşıma göre, medyada şiddetin sürekli sunulması, izleyicileri şiddet içeren davranış ve eylemlere karşı hissizleştirmektedir. Bütün dünyada gençlerin şiddet kullanımındaki yaygınlaşma ve ABD, İngiltere, Fransa, Almanya ve diğer yerlerde gençlerin işlediği cinayetlerin medyada sansasyonel bir şekilde verilmesine yönelik örnekler odak noktasını medya ve şiddete, rap müzik, video ve bilgisayar oyunlarına, televizyon ve filme, ayrıca şiddeti destekleyen diğer gençlik kültürü öğelerine çevirmiştir.⁵

Toplumdaki şiddetin artması nedeniyle televizyonun bir sosyal problem olarak görülmesine ilaveten, 1960’lardan bu yana, sol liberal ve muhafazakar medya eleştirmenleri ana akım medyanın aşırı tüketimcilik ve şeyleşmeyi desteklediği iddiasında hemfikir olmuştur. 1960’larda, ABD Federal İletişim Komisyonu başkanı Newton Minow, 1960’lardaki televizyonu “Geniş bir Çöp Diyarı” olarak isimlendirmiş ve bu terim, televizyonun artan bayalığı ve düşük kültür seviyesi olarak algılanan şeye saldırmak üzere hem muhafazakar hem de sol liberal eleştirmenler tarafından kullanılmıştır. Bu görüş, Daniel Bell’in çalışmasında sosyolojik terimlerle ifade edilmiştir. Bell, The Cultural Contradictions of Capitalism (Kapitalizmin Kültürel Çelişkileri) (1978) adlı çalışmasında, popüler medyada sunulan ve kapitalist işletmelerin desteklediği duyusal-hazcı kültürün temel geleneksel değerlerin altını oyduğunu ve giderek ahlak dışı bir toplum yarattığını ileri sürmüştür. Bell, bu sosyal trende karşı çıkmak için geleneğe ve dine dönme çağrısı yapmış, medya kültürünün ahlakı, iş etiğini ve geleneksel değerleri yok ettiğini ifade etmiştir.

Neil Postman, Amusing Ourselves to Death (Televizyon Öldüren Eğlence) adlı çalışmasında (1986), popüler medya kültürünün ve özellikle de televizyonun önemli bir

sosyalizasyon gücü olduğunu, geleneksel okuryazarlık becerilerimizi yıktığını ve bu yolla da eğitimin altını oyduğunu ileri sürmüştür. Postman, medyanın negatif sosyal etkilerini eleştirmiş, eğitimcileri ve vatandaşları medya eleştirilerini yoğunlaştırmaya çağırmıştır. Kitap kültürünü ve okur yazarlığı öven Postman, medyanın ve tüketim kültürünün alçakça etkilerine karşı koymak için bir eğitim reformu çağrısında bulunmuştur.

Gerçekten de, bugüne kadar, çocukları ve televizyon türünden iletişim araçlarını ele alan uzun bir gelenek bulunmaktadır (bkz Luke, 1990). Postman (1986) gibi eleştirmenler, aşırı televizyon izlemenin zihinsel gelişmeyi engellediğini, dikkat sürelerini kısalttığını ve gençliğe parçalanmış, bölünmüş ve imaj esaslı kültürel deneyim alışkanlığı kazandırdığını, dolayısıyla, televizyonun ve diğer elektronik medyanın çocuklar için sosyal bir problem olduğunu ileri sürmüştür. Savunucuları, bazı televizyon programlarının eğitsel faydası bulunduğunu vurgulamakta, sadece zararsız bir eğlence olduğunu veya izleyicilerin popüler medyadan kendi anlamlarını oluşturduğunu ileri sürmektedir (Fiske, 1989 ve 1993).

İngiliz kültürel çalışmaları medya, tüketimcilik, gençlik hedonizmi, aşırı materyalistlik ve artan şiddete yönelik negatif tasvirlerle karşı çıkmış ve bir çok sosyal problemde medyanın günah keçisi yapıldığını iddia etmiştir. Stuart Hall ve Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'ndeki arkadaşları, Policing the Crisis (Krizlerin Denetimi) adlı çalışmalarında (Hall ve arkadaşları, 1978), gaspçılık ve gençlik şiddeti hakkında medya kaynaklı bir "ahlaki panik" olarak düşündükleri durumu analiz etmiştir.

Birmingham grubu, medyanın manipülasyon perspektifine karşı çıkararak, aktif bir izleyicinin medya materyallerini eleştirel olarak izleyip onlardan gereken şekilde yararlanabileceğini ortaya atmıştır. Stuart Hall'ın "Kodlama/Kod Açma" başlıklı klasik makalesine (1980) dayanarak, İngiliz kültürel çalışmaları, farklı grupların televizyon haberlerini, dergileri nasıl okuduğunu, nasıl tüketim yaptığını ve çeşitli medya unsurlarından nasıl yararlandığını incelemeye başlamıştır. Charlotte Brunsdon ve David Morley, Everyday Televizyon: Nationwide (Her Gün Televizyon: Bütün Ülkede) (1978) adlı çalışmalarında, izleyicilerin televizyon haberlerini tüketmedeki farklılıklarını incelemiş, Ien Ang (1985) ile Liebes ve Katz (1990) ise Hollanda, İsrail ve diğer yerlerdeki çeşitli izleyicilerin Amerikan televizyon dizisi Dallas'ı nasıl tüketip ondan yararlandığını araştırmış; John Fiske (1987; 1989a ve 1989b) de, bütün dünyadaki bir çok alanda aktif izleyici ve tüketiciyi göklere çıkaran bir dizi kitap yazmıştır.

Ancak, gerek İngiliz kültürel çalışmalarındaki eleştirmenler, gerek bir çok sahada ve pozisyonda çalışan akademisyenler, gerekse de bir çok toplumsal hareketteki bireyler 1960'lardan bu yana medyayı cinsiyetçilik, ırkçılık, homofobi ve diğer baskıcı sosyal fenomenlerden dolayı eleştirmeye başlamıştır. Temsil politikaları, önemli sosyal grupların negatif ve pozitif temsilleri arasında ayırım yapılması, zararlı ve faydalı medya etkileri ve temsil politikaları başlığı altında birleşen tartışmalar büyük önem kazanmıştır.

Muhalif Toplumsal Hareketler ve Temsil Politikaları

1960'larda yapılan çoğu televizyon eleştirisi pek sofistike olmayıp teorik olarak az gelişmiştir. Çoğu kez politik ekonominin indirgeyici nosyonlarını, basit medya etki modellerini ve tek boyutlu medya mesajları modellerini temel almıştır. Ancak, 1960'lardan bugüne kadarki dönemde, pek çok eleştirel teori küresel düzeyde dolaşıma sokulmuş ve televizyon araştırmalarında yer alan bir çok düşünür gelişmiş eleştirel söylemleri benimsemiştir.

Frankfurt Okulu, İngiliz Kültür Çalışmaları ve Fransız yapısalcılar ile postyapısalcılar arasında bulunan eleştirel medya teorisyenlerinin çığır açan çalışmaları, kültürün sosyal bir yapı olduğunu, oluştuğu spesifik ortamın sosyal ve tarihsel değişimleriyle doğası gereği bağlantılı olduğunu ve sosyal hayatın toplumsal cinsiyet, ırk, sınıf, cinsellik ve diğer boyutlarının medya temsillerinde toplumsal olarak yapılandırıldığını ortaya çıkarmıştır (bkz Durham ve Kellner, 2001). Medya ve kültürel çalışmalar, temsil politikalarının eleştirel sorgulamasını yapmış,

televizyon ve medyadaki toplumsal cinsiyet, sınıf, ırk, etnisite, milliyetçilik, cinsel tercih ve diğer temel unsurları tam olarak analiz etmek için feminist, gey ve lezbiyen yaklaşımlardan, ayrıca eleştirel ırk ve çok kültürlülük teorilerinden yararlanmıştır.

Kültürel çalışmalar, metinleri benimseyip kullanan izleyicilerle ilgili temel belirleyicileri, medya yapılarının farklılık ve itaat eksenindeki sosyal boyutları olarak kabul etmiştir. Bu yaklaşımlar, dönemin sosyal hareketlerinden oldukça etkilenmiştir. Feminist hareket kadınların medyadaki temsil şekline karşı çıkmakta, cinsiyetçilik ve eşitsizlik temelinde eleştiri getirmekte, kadınların daha olumlu temsillerinin sunulmasını ve kültür endüstrilerine daha çok kadının katılmasını istemektedir. Siyah ve kahverengi güç hareketleri beyaz olmayan insanların televizyon ve diğer medya organlarında temsillerini eleştirmekte, bu insanların medyaya daha fazla dahil edilmesi, gerçekçi ve olumlu temsil edilmeleri çağrısında bulunmaktadır. Aynı şekilde, gey ve lezbiyen hareketler de medyayı alternatif cinsellikleri görmezlikten gelmesi veya olumsuz sunması nedeniyle eleştirmekte ve daha fazla temsil talebinde bulunmaktadır.

Bütün bu muhalif hareketler televizyona ilişkin eleştirel perspektiflerin geliştirilmesini sağlamış, çoğu kez yeni televizyon eleştiri biçimleri oluşturmuş ve temsil politikalarını televizyon çalışmalarının hayati bir parçası olarak konumlandırmıştır.⁶ İngiliz kültürel çalışmalarındaki gelişmeler, dışlayıcı olmayan temsil politikalarına ve televizyon eleştirisine yönelik bu hareketi temsil etmektedir. Başlangıçta işçi sınıfının ilerici ve muhalif potansiyeliyle, daha sonra da gençlik kültürüyle ilgilenen İngiliz kültürel çalışmalarındaki araştırmacıların çoğu, 1960'lı ve 1970'li yıllardaki sosyal hareketlerin baskısıyla feminist bir boyutu benimsemiş, ırk, etnisite ve milliyet konularına daha fazla ilgi göstermiş ve cinsellik konusunda yoğunlaşmıştır. Bu dönemde, şimdiki küresel kültürel çalışmalar içindeki ırk, toplumsal cinsiyet, seks, milliyet, vs. gibi muhtelif söylemler geliştirilmiştir. Giderek karmaşıklaşan, kültürel olarak melez ve diasporal bir küresel kültür ve entegre bir toplum temsil, politika ve medya formları arasındaki etkileşimin sofistike bir şekilde kavranmasını gerektirmiştir.

1970'li yıllardaki yoğun feminist film ve kültür eleştirisine rağmen, 1980'li yıllara kadar çok az sayıda feminist televizyon eleştirisi yapılmıştır.⁷ Feminist film eleştirisinde olduğu gibi, başlangıçtaki çalışmalar da kadınların görüntüsü ve temsilleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Fakat kısa bir süre sonra, televizyonun ve anlatı aygıtlarının kadını nasıl konumlandırıldığını, televizyonun erilik ve dişilği nasıl yapılandırdığını analiz eden daha sofistike anlatı analizleri yapılmıştır. Bunun yanı sıra, televizyonun kadınların günlük hayatında nasıl işlev gösterdiğine, televizyon kuruluşlarının son derece erkek egemen ve patriyarkal olduğuna ve kapitalist yapısına vurgu yapan daha sosyolojik ve kurumsal analizler ortaya çıkmıştır.

Örneğin, Carol Lopate'ın (1976) çığır açan makalesinin izinden giden Tania Modleski (1983), televizyonun günlük organizasyonunun kadınların hayatlarına ilişkin kalıpları takip etme şeklini irdelemiştir. Beyaz diziler, evdeki kadınlara avuntu ve fanteziler sağlarken, bir yandan da onları ideolojik olarak konumlandıran parçalanmış sürekli bir anlatı sunmaktadır. Ahlaki belirsizlik ve form açıklığı, bir çok izleyiciye mekan açmakta, farklı okumaları mümkün kılmakta ve kendi izleyicileri için öngörülebilir hazlar sağlamaktadır. Beyaz dizi anlatılarıyla reklamların anlatıları arasındaki farklılıkları ele alan Modleski, bu modların kadınların "ahlaki ve ruhani kılavuzlar" ve "ev köleleri" olma şeklindeki ikili rollerine hitap ettiğini ve böylece patriyarkal kapitalizmin değerlerini ve tabi olma konumlarını yeniden ürettiğini ileri sürmüştür.

Bir çok gey ve lezbiyen teorisyen, medyanın gey cinselliğine ilişkin negatif temsiller üzerinden homofobiye nasıl desteklediğini eleştirmiştir. Larry Gross'un "Out of the mainstream: Sexual minorities ve the mass media" (Ana Akımın Dışında: Cinsel Azınlıklar ve Kitle İletişim Araçları) (1989) başlıklı çalışmasında, şirket medyası kültürünün gey ve lezbiyenlerin marjinalleştirildiği bir cinselliği tanımlayıp çerçevelediği ve onların hayatlarını "sembolik olarak imha ettiği" belirtilmektedir. Gross'a göre (1989:136), lezbiyenlerin ve gey erkeklerin "anormal şekilde stereotipik sunumları, olumlu veya hiç değilse sıradan portrelerinin sunulmaması, ahlaki düzenin korunup kollanmasına hizmet etmektedir". Gross, alternatif temsil çağrısında

bulunmuştur. Bu çağrı, günümüzde giderek görünür hale gelen gay ve lezbiyen medya yapımcıları tarafından bir ölçüde duyulmuş ve cevaplandırılmış, hatta ABD'nin şebeke televizyonu bile giderek gay ve lezbiyen karakterleri sunmaya başlamıştır.

Beyaz tenli olmayanlara yönelik tutumları ele alan çeşitli eleştirmenler, medya kültürünün film, televizyon ve diğer alanlarındaki ırkçı temsillerini irdelemiştir.⁸ Örneğin Herman Gray (1995), medyadaki yapıları ve uzlaşmaları, ayrıca yazınsal üretimin sosyo-politik şartlarını ele alan bir analizinde şebeke televizyonunda siyahların temsil yörüngesini incelemiştir. Gray'ın ırk ve temsil incelemesi, siyahların son dönemdeki temsilleriyle daha önceki sunumları arasındaki bağlantıları ortaya koymaktadır. Gray, "televizyonun ilk yıllarında başlayan ırk ve etnisite temsilleri bugün hala söylemsel belirleyici olmaya devam etmektedir" ifadesini kullanmıştır (1995: 73). Gray'e göre, günümüzdeki kültürel üretim, önceki dönemlerle hala diyalog içindedir. Gray bu bağlantının ilerici ve gerici yönlerinin farkındadır. Daha da önemlisi, Gray, televizyonun siyah temsilindeki belli dönem noktalarını tanımlamakta, söz konusu "belirgin momentleri" oluşturdukları kültürel ve politik bağlama yerleştirmektedir. Gray'in analizi, farklılık politikalarını karmaşık ve anlamlı bir şekilde ele alan kitle kültürü metinleri olasılıklarını karşımıza çıkarmıştır.

Bir çok eleştirmen, medyanın bağımlı grupları nasıl sosyal olarak aşağılayıcı bir şekilde sunduğunu açığa çıkarmak için toplumsal cinsiyet, ırk, sınıf, cinsellik ve diğer tabii konuların temsilleri arasında bağlantı kurmanın önemini vurgulamıştır. Öznelliğin oluşturulmasındaki kimlik belirleyicileri olarak ırk, sınıf, toplumsal cinsiyet ve diğerleri arasındaki bağlantıların kurulmasına dikkati çeken ilk ve en verimli Afrikalı Amerikan entelektüellerinden biri bell hooks (1992) olmuştur. bell hooks, kariyerinin ilk yıllarında feministlere meydan okuyarak, farklı ırk ve sınıftan kadın ve (ve erkeklerin) farklı deneyimler yaşadıklarını kabul edip buna karşı çıkmaları çağrısında bulunmuştur. "Eating the Other" (Ötekini Yemek) (1992) adlı çalışmasında, hooks, "Öteki"nin bir arzu objesi olarak kültürel yapılandırılmasını ortaya koymakta ve bu durumu tüketicilik ve şeyleşmeyle, ayrıca ırk hakimiyeti ve tabiiyet sorunlarıyla bağlantılandırmaktadır. "Ötekilik"in kutsanmasının baştan çıkarıcılığına karşı da uyarıda bulunan hooks, kültürel benimseme ile kültürel takdir konularını tartışmak ve kitle iletişim temsillerindeki kişisel ve politik nitelikteki zıt akımları ifşa etmek amacıyla medyadaki çeşitli kültür yapıntılarını (giysi katalogları, filmler, televizyon ve rep müzik) kullanmıştır.

Elaine Rapping, toplumsal cinsiyet, ırk ve sınıf dinamikleriyle ilgili bir dizi kitap yazmış, kitaplarında televizyonu güncel sosyal ve politik sorunlarla ilişkilendirmiştir. Rapping, The Looking Glass World of Nonfiction Television (Kurgusal Olmayan Televizyonun Ayna Dünyası) adlı çalışmasında (1986), yerel ve ulusal haberler, spor gösterileri, ulusal ritüeller, güzellik gösterileri ve başkanlık politikalarına ilişkin bir çalışmaya, ayrıca televizyon belgeselleri, özel raporlar ve tatlı haberlere (soft news) ilişkin çalışmalara yer vermiştir. Rapping, televizyon filmlerine ilişkin araştırmalarının yer aldığı The Movie of the Week (Haftanın Filmi) başlıklı çalışmasında (1992), televizyon filmlerine ilişkin olarak, bugüne kadar her nasılsa hem film hem de televizyon düşünürleri tarafından ihmal edilmiş olan çığır açıcı bir analiz yapmıştır. Rapping'in son dönemdeki Law ve Justice As Seen on TV (Televizyonda Görüldüğü Haliyle Hukuk ve Adalet) başlıklı çalışması (2003), suçla ilgili filmlerin ve mahkeme filmlerinin tarihini incelemiş, Menendez kardeşler davasından O.J. Simpson cinayet davalarına ve Timothy McVeigh'in Oklahoma City bombalama davasına kadar gerçek suç ve adalet problemlerinin televizyon filmlerinde nasıl temsil edildiğini analiz etmiştir.

Televizyon temsilleri çoğu kez kadınları, beyaz tenli olmayanları, çeşitli azınlık üyelerini ve onların sosyal problemlerini mağdur ve nesne olarak yapılandırmaktadır. Ana akım televizyon kanalları kadın hareketlerini veya toplu mücadele formlarının olumlu temsillerini nadiren vermekte, kadınlar üzerinde, tecavüz ve ev içi şiddet gibi spesifik sosyal problemlere ilişkin bireysel örnekler olarak yoğunlaşmaktadır. Aynı şekilde, beyaz tenli olmayan kişileri gösteren televizyon dizileri, Afrikalı Amerikalı veya Latinler gibi grupların kültürel özgüllüklerini

vurgulamak ya da baskı altındaki grupları eleştiride bulunurken yahut politik hareketler olarak örgütlenirken göstermek yerine, tipik beyaz orta sınıf Amerikan davranış değer ve kurumlarına göre ele almaktadır.

Eleştirel televizyon eleştirmenleri ırk, toplumsal cinsiyet, sınıf, cinsellik ve diğer temel boyutların temsil politikaları arasında karşılıklı bağlantılar olduğunda ısrar etmeye başlayınca, eleştirel televizyon akademisyenleri de televizyon endüstrisi, metinler, izleyiciler ve sosyal bağlam konularında araştırmalara başlamıştır. Örneğin, Julie D'Acci, Cagney and Lacey ile ilgili çığır açıcı çalışmasında temsil politikalarının televizyon yapım sürecinde televizyon metin ve anlatılarının inşası ve sunumunda, izleyici alımlaması seviyesinde ve spesifik sosyo-tarihsel ortamla bağlamında nasıl rol oynadığını inceleyen "bütünlüklü bir yaklaşım" çağrısında bulunmuştur (1994, 2002). Ancak bu "modern yaklaşımlar" televizyon ve kültürel çalışmalardaki postmodern dönüşümün eleştirisine tabi olmuştur.

Eleştirel Televizyon Çalışmalarında Postmodern Yönelim

80'li ve 90'lı yıllarda kültürel popülistme doğru postmodern bir yönelim yaşanmıştır. Bu yönelim, metin ve üretim aygıtlarına değil izleyiciye, televizyon ve popüler kültürün ideolojik fonksiyon ve etkilerine değil verdikleri hazza vurgu yapmakta, televizyon eleştirisini derin gömülü anlamlar ve karmaşık etkilerden ziyade televizyondaki imaj ve görünümde yoğunlaştırmaktadır (bkz Best ve Kellner, 1987, McGuigan 1992 ve Kellner 1995). Televizyon tarihinin önemli bir bölümünde, oyunun adı öykü anlatıcılığı olmuştur. Televizyonun postmodern açıklamasındaysa, anlatı merkezden alınıp yerine imaj ve görünüm konulmuştur. Genellikle "postmodern" olarak tanımlanan programlarda (MTV'nin müzik klipleri ve diğer programları, Miami Vice, Max Headroom, Twin Peaks, yüksek teknoloji reklamları, vs.) yeni bir görünüm ve hissediş olduğu ileri sürülmektedir: Zorlayıcı ve son derece suni estetik görüntüler kendilerini televizyon diegesis'inden** ayırır ve büyülenmenin, baştan çıkarıcı hazın, yoğun fakat parçalanmış, geçici estetik deneyimin merkezi haline gelirken, gösteren (signifier) özgürleşmiş, imaj da anlatı karşısında öncelik kazanmıştır.

Bu bildik postmodern konum belli bir gerçeklik barındırıyorsa da, yapılan tanımlar bazı yönleriyle yanıltıcıdır. Özellikle, postmodern imaj kültürünün temel olarak sığ ve tek boyutlu olduğu şeklindeki bildik açıklama sorunludur. Fredric Jameson'a göre, postmodernizm "belki de, yeni tür bir sığlık ve derinliğin, en düz ifadesiyle -bütün postmodernizmlerin üstün formel özelliği olan- yeni bir yüzeyselliğin ortaya çıkışını" göstermektedir (1984: 60). Jameson'a göre, modernizme ve modern kendiliğe (selves) özgü bireysellikten ve canlı enerjiden mahrum oldukları iddia edilen postmodern kendiliklerde postmodern imaj kültüründeki "duyguların zayıflaması" (waning of affect) tekrarlanmaktadır. Postmodern metinlerin ve postmodern kendiliklerin derinliksiz, sığ, yüzeysel olduğu, özsüz ve anlamsız olarak veya geçmiş bağlantısı olmadan anın yoğunluk ve hiçliklerinde kaybolduğu söylenebilir.

Jameson'un duyguların zayıflaması kategorisine özel önem veren Gitlin (1987), örneğin Miami Vice'in postmodern anlamsızlık, boşluk ve bıkkınlığın doruk noktası olduğunu iddia eder. Ancak bu okumaya rağmen, birileri de Miami Vice'in yoğun duygu, değerler çatışması ve oldukça spesifik politik mesaj ve pozisyonlarla dolup taşıdığı iddia edebilir. (bkz Best/Kellner 1987 ve Kellner 1995). Grossberg (1987) de, Miami Vice'in ve diğer postmodern kültürün anlam ve derinliği yok ettiğini ileri sürmekte ve şu ifadeyi kullanmaktadır: "Miami Vice, eleştirmenlerin söylediği gibi, tamamen yüzeyledir. Yüzey de kendi kolektif tarihsel atıklarımızın alıntılarının bir toplamından, mobil bir Trivia oyunundan başka bir şey değildir. Bazı yönlerden mükemmel bir televizyon imajı, minimalist (küçük sahneler, sabit uzun çekimler, vs.), fakat somuttur" (1987: 28). Grossberg, Miami Vice ve diğer postmodern metinlerin temel ayırt edici özelliğinin (anlamlara, ideolojiye, politikaya, vs.) "kayıtsızlık" olduğu iddiasına devam etmekte ve bu

** Anlatılan durum ve olayların gerçekleştiği (kurgusal) dünya, ç.n.

durumu billboardlara benzetmektedir. Grossberg'e göre, kültürel alanımız hakkında bilgi edinmek için metinlerin okunup araştırılmasından ziyade billboardların taranması gerekir.

Bu postmodern okumalara rağmen, Miami Vice'in oldukça çok-anımlı, ideoloji ve mesajlarla, son derece spesifik anlam ve değerlerle dolu olduğunu iddia edeceğim. Yüksek teknoloji pırılısının arkasında, çok sayıda anlam, çoklu özne konumu ve son derece çelişkili ideolojik sorunsallar bulunmaktadır. Bu şov, tutkuyla sadık bir izleyiciye sahiptir ve bu izleyici de açık bir şekilde kendi yoğun duygusal yatırım ve tutkularına sahip bu diziye karşı kayıtsız değildir. Miami Vice'in metninin yorumsamacı ve eleştirel bir şekilde okunmasının onun çok anlamlılık bolluğuna ulaşma imkanı verdiğini, dolayısıyla, bu tür yapıntılarla çok hızlı yol almanın hatalı olacağını, ancak bazı izleyicilerin bu yapıntılarla bağlantılı olabileceğini daha önceden iddia etmiştim (Kellner 1995: 238ff).

Tek boyutlu postmodern metinler ve kendilikler; Marksçı öz ve görünüm, doğru ve yanlış bilinç, ideoloji ve gerçek modeli, Freudçu örtülü ve açık anlamlar modeli, varoluşçu otantik ve otantik olmayan varoluş modeli ve semiyotik gösteren ve gösterilen modeli gibi yorumsamacı derin modellerin sürekli uygun olup olmadığını sorgulamaktadır. Bu nedenle, postmodernizm bir bütün olarak yorumsamanın ölümüne işaret etmektedir. Yorumsama yerine, Ricoeur (1970) "kuşkucu yorumsama" terimini kullanmıştır. Postmodernistler, kültürel sembol ve metinlerin çok anlamlı modernist okumasını reddederken, metinlerin yüzeyinin ardında hiçbir şeyin bulunmadığını, anlamların eleştirel bir sorgulamayla keşfedilecek ve açıklanacak bir çok anlamlılık veya anlam derinliğinin söz konusu olmadığını ileri sürmektedir.

Metinlere ve kendiliklere ilişkin bu bakış açısından yola çıkıldığında, postmodern bir televizyon araştırmasının anlam veya önem arayışından ziyade, kültürel metinlerin yüzeylerini veya biçimlerini tarif etmeye dayanması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Best ve Kellner (1987), sığ, postmodern imaj kültürü varsayımıyla bağlantılı bu biçimci ve yorumsama karşıtı postmodern analiz türüne karşı çıkmış ve alternatif bir "politik yorumsama" modeli tanımlamıştır. Bu model, hem imajı hem anlamı, hem yüzeyi hem derini, ayrıca kültürel yapıntıların hem politikasını hem de erotizmini analiz etmek üzere postmodern teoriyi ve diğer eleştirel teorileri temel almaktadır. Biçim, yüzey ve görünüm analizi de önemli olmakla birlikte, imaj, anlatı, ideoloji ve anlamların böyle açıklayıcı ve diyalektik bir şekilde analiz edilmesi, postmodern kültür modeli olarak kabul edilen metinlerin analizinde bile muhtemelen hala önemlidir. Medya kültürünün imaj, fragman ve anlatıları ideoloji ve çok anlamlılıkla doludur. Dolayısıyla, belli postmodern düşüncelere (Foucault 1977; Baudrillard 1981; ve Deleuze/Guattari 1977) rağmen, ideoloji eleştirisi hala önemini korumakta ve eleştiri cephanemizin vazgeçilmez bir silahı olmaya devam etmektedir.⁹

Bir başka sorunlu postmodern yaklaşım televizyonun saf bir gürültü ve kara delik olduğunu ileri süren Baudrillard (1983b ve 1983c) ile bağlantılıdır. Bu kara delikte bütün anlam ve mesajlar, imaj ve bilgilerin kesintisiz yayılımından doğan bir kaleydoskop ve anaför içinde toplam doyum noktasına gömülmüştür. Burada anlam çözülmüştür. Yalnızca, ayrık imajların büyümesi, hiçbir imajın artık fark edilebilir bir etki yapmadığı bir mediascape içinde ışıdamakta ve titreşmektedir. Baudrillardçı görüşe göre, imgelerin artan hızı ve miktarı postmodern bir zihinsel ekran yaratır. Burada imgeler öyle hızlı uçup gitmektedir ki gösterme işlevlerini yitirir ve yalnızca diğer imgelere işaret ederler; bu sonsuza kadar böyle sürmektedir. Yine burada, imgelerin çoğalması öyle bir doygunluk, uyuşukluk ve kayıtsızlık yaratır ki, tele-izleyici, parçalara ayrılmış aynalardan yapılmış bir eğlence evinde, çok sayıda anlamsız imgenin sonsuz oyunu içinde ebediyen kaybolmuş durumdadır.

Şüphesiz, televizyon, yüzeysel imgelerin sığ ve tek boyutlu bir çöp diyarı olarak yaşanabilir; başka bir şeye gönderme yapmayan ve anlamsız saf gürültü olarak da işlev gösterebilir. İnsan, imgelerin akışı, hızı ve yoğunluğuyla ile boğulabilir (veya bunlara kayıtsız kalabilir). Öyle ki, televizyonun gösteren olma işlevi merkez dışı kalabilir ve toptan çökebilir. Ancak, insanlar belli şov ve etkinlikleri düzenli olarak seyretmektedir. İnsanları büyüledikleri konularda çoğu kez inanılmaz uzmanlığa ve bilgiye sahip çeşitli dizi ve starların fanları vardır.

İnsanlar kendi davranış, tarz ve tutumlarını belirlerken televizyon imge ve anlatılarını örnek almaktadır. Televizyon reklamları tüketici talebinin yönetiminde rol oynamaktadır. Bir çok analist, televizyonun politik seçimlerde merkezi öneme sahip olduğu, seçimlerin televizyon ekranında oynanan bir imgeler meydan savaşı haline geldiği ve televizyonun yeni yönetim sanatında temel rol oynadığı kanaatine varmıştır (Kellner 1990, 1992, 1995, 2001, ve 2003a ve 2003b).

İngiliz kültürel çalışmalarının da uzun süre iddia ettiği gibi, farklı izleyiciler televizyonu farklı şekillerde izlemektedir. Bazıları için televizyon insanların gelişigüzel izlediği veya geçmişi yahut geleceğiyle bağlantı kurduğu parçalanmış imgeler kolajından başka bir şey değildir. Bir çok insan bugün bir programdan diğerine “zap” yapacakları, kanal atlayacakları veya “bakalım neler oluyor” diye genel olarak bakacakları, imge parçalarının akışını kesecekleri cihazlar kullanmaktadır. Bazı izleyiciler bütün programları yalnızca imgelerin yüzeyine, reklamlara, station break’lere***, vs. yoğunlaşarak, bir programdan diğerine akarak, birbiriyle bağlantısız bir dizi gösterenin oyunundaki anlamı yıkarak izlemektedir. Bir çok kişi, bir gece önce ne izlediğini hatırlamamakta veya bir önceki gecenin programlarının tutarlı bir açıklamasını yapamamaktadır.

Ancak, televizyon aygıtının kendisinin anlamın altını acımasızca oyduğunu ve gösterenleri gösterilenler olmadan derinliksiz, etkisiz ve anlamsız sığ, tek boyutlu bir hipermekana yıktığını iddia etmek abartılı olacaktır. Bu nedenle, saf imaj halinde parçalanan, referanssız, içeriksiz ve etkisiz –en sonunda saf gürültü haline gelen- postmodern kültür nosyonuna karşılık, bir çok eleştirmen televizyonun ve diğer kitle aracı kültür formlarının günümüzdeki kimliğin yapılandırılmasında, düşünce ve davranışların şekillendirilmesinde temel rol oynamaya devam ettiğini ileri sürmektedir. Geleneksel olarak mit ve ritüele atfedilen işlevlerden bazılarını bugün televizyonun üstlendiği söylenebilir (yani, insanların sosyal düzene entegrasyonu, başat değerlerin kutsanması, taklit edilecek düşünce, davranış ve toplumsal cinsiyet modellerinin sunulması, vs., bkz Kellner 1979 ve 1995). Ayrıca, televizyon miti, Levi-Strauss’un geleneksel mitin işlevi olarak gösterdiği şekilde toplumsal çelişkileri çözmekte ve Barthes’in tarif ettiği şekilde çağdaş değer ve kurumları idealize eden ve böylece kurulu yaşam düzenini yücelten mitolojiler sunmaktadır (Kellner 1979 ve 1982).

Sonuç olarak, postmodern kültür analizlerinin çoğu fazlasıyla tek taraflı ve sınırlıdır. Ya odak noktalarını yalnızca biçim, imaj ve görüntüyle sınırlandırmakta ya da eleştirel analizi tümünden terk edip yerine cafcıflı, totalize edici metaforlar (karadelikler, içe patlama, dışkımsı kültür, vs.) koymaktadır. Oysa, imge ve metinlerin çok anlamlı niteliğini açıklayan ve çoklu kodlama ve kod açma olasılığını onaylayan spesifik çalışmalar bağlamında hem biçim hem içerik, hem imge hem anlatı, hem postmodern yüzey hem de derin ideolojik problemler analiz edilebilir.

Bu nedenle, Frankfurt Okulu, İngiliz kültürel çalışmaları ve televizyon yapımını ve politik ekonomiyi, metinleri, alımlama çalışmalarını ve sosyo-politik bağlamı çok perspektifli bir çerçevede içinde parçalara ayırarak inceleyen diğer entelektüellerin eleştirel televizyon çalışmaları için en kapsamlı ve esnek modeli sunduklarını düşünüyorum. Bazı projeler için, bir perspektif (diyelim ki feminizm veya politik ekonomi) yoğun olarak benimsenebilir. Fakat çoğu proje için, belirgin eleştirel perspektiflerin birleştirilmesi, çok daha sağlam bir yaklaşım sağlar ve televizyonun çok yönlü yapım, metin, etki ve kullanımlarını kavrama ve eleştirmeye yardımcı olan çok daha sağlam bir yaklaşım sunar.

Metin analizi yaklaşımlarının yahut izleyici ve alımlama çalışmalarının tek taraflılığından kaçınmak için, eleştirel televizyon çalışmalarının kendisinin çok perspektifli olmasını ve kültüre yukarıda belirtildiği şekilde politik ekonomi, metin analizi ve izleyici alımlaması perspektiflerinden ulaşılmasını önermekteyim. Metin analizi bir çok perspektifi ve eleştirel yöntemi kullanmalı, izleyici alımlama çalışmaları geniş kapsamlı özne konumlarını veya

***Radyo ve televizyonda istasyon ismi ve yerinin verildiği zaman, ç.n.

izleyicilerin kültürü kendine mal ettiği perspektifleri ortaya koymalıdır. Bu ise, televizyon kültürü metinlerindeki sınıf, ırk ve etnisite, toplumsal cinsiyet ve cinsel tercih boyutlarını analiz etmenin önemini gören ve bu boyutların izleyicilerin televizyonu okuma ve yorumlamadaki etkisini araştıran çok kültürlü bir yaklaşımı gerektirmektedir.

Ayrıca, eleştirel bir televizyon araştırması cinsiyetçiliğe, ırkçılığa veya spesifik sosyal gruplara (örneğin geyler, entelektüeller, vs.) karşı önyargılara karşı çıkmalı ve her türlü egemenlik ve baskıyı destekleyen metinleri eleştirmelidir. Yapım, metin analizi ve izleyici okumalarının kültürel çalışmalarda verimli bir şekilde nasıl kesiştiğine örnek olarak Madonna fenomenini ele alabiliriz. Madonna ilk kez Reaganizm döneminde ortaya çıkmış ve 1980'li yılların materyalist ve tüketim odaklı değerler sistemini kendinde cisimlendirmiştir ("Materyal Kız"). Madonna'nın ortaya çıkış dönemi aynı zamanda, MTV ile bağlantılı olarak imajların, moda ateşinin ve yoğun ürün pazarlamasının arttığı bir dönemdir. Madonna, MTV'nin ilk müzik klipi süperstarlarından biridir. İmgeleri izleyici yığınlarını çekecek şekilde bilinçli olarak oluşturulmuştur. İlk dönem müzik videoları yirmi yaş altı genç kızları (yani, Madonna olmak isteyenleri) hedeflemiştir. Fakat daha sonra, konserlerindeki ırklar arası cinsellik ve çok kültürlü "aile" imgeleriyle hedef kitlesine siyahları, ABD'deki Latin Amerikalıları ve azınlık izleyicileri de almıştır. Kliplerinin giderek karmaşıklaşması ve politikleşmesi (örneğin, "Like a Prayer," "Express Yourself," "Vogue," vs.) nedeniyle Madonna, gey ve lezbiyen izleyicilerin, ayrıca feminist ve akademisyen izleyicilerin de ilgisini çekmiştir.

Bu nedenle, Madonna'nın popülaritesi büyük ölçüde onun pazarlama stratejilerinden ve çeşitli izleyici kesimlerini çeken müzik klipi ve imgelerinin üretilmesinden kaynaklanmıştır. Madonna'nın müzik, film, konser ve halkla ilişkiler konularındaki becerilerinin kavramsallaştırılması, kullandığı yapıntıların üretim ve alımlama bağlamlarında yorumlanmasını gerektirmekte, böyle bir yorumlama ise, MTV, müzik endüstrisi, konserler, pazarlama ve imgelerin üretiminin tartışılmasını içermektedir (bkz Kellner 1995). Madonna'nın popülaritesinin anlaşılması, yalnızca bireyler olarak değil, fakat spesifik grupların üyeleri olarak izleyiciler üzerinde yoğunlaşmayı da gerektirmektedir. Bu izleyiciler örneğin bireysel kimlik mücadelelerinde Madonna'nın güç verdiği yirmi yaş altı genç kızları veya Madonna'nın popüler ana akım kültürel yapıntılar içinde alternatif cinsellik imgelerine dahil ederek güçlendirdiği geyleri kapsamaktadır. Fakat, Madonna'nın politikalarının ve yarattığı etkilerin değerlendirilmesi de, Madonna'nın çalışmalarının, yalnızca, kimliği imge ve tüketim açısından tanımlayan bir tüketim kültürünü nasıl yeniden üretebileceğinin analizini gerektirecektir. Eski Madonna fanlarının süperstarın evrimini ve (İngiliz yönetmen Guy Richey ile ikinci evliliğini yapması ve 2001'deki Drowned Dünya turu gibi) son dünyevi durumlarını nasıl değerlendirdiğinin, ayrıca Britney Spears veya Mariah Carey gibi daha genç pop şarkıcıların bulunduğu günümüzde bugünkü Madonna fanlarının onu nasıl gördüğünün incelenmesi ilginç bir proje olacaktır.

Kısacası, eleştirel ve çok kültürlü bir televizyon çalışması kültüre, televizyon dizilerinden Madonna gibi fenomenlere, MTV'den televizyon haberlerine veya 2000 ABD başkanlık seçimleri (Kellner 2001) veya ABD'deki 2001 terör saldırıları ve ABD'nin tepkisine ilişkin medya temsilleri (Kellner 2003a) gibi spesifik durumlara kadar bir çok yapıntıya uygulanabilecek kapsamlı yaklaşımlar sağlayacaktır. Söz konusu kapsamlı perspektifler politik ekonomi, metin analizi ve izleyici araştırmalarını içine alacak ve bireylerin başat kültürel formların anlamlarını, mesajlarını ve etkilerini ayırt edebilmelerini mümkün kılacak eleştirel ve politik perspektifler sağlayacaktır.

Bu nedenle, eleştirel bir televizyon ve kültür araştırması, medya pedagojisinin bir parçası olup, bireylerin medya manipülasyonuna karşı koymasına ve kendi özgürlük ve bireyselliklerini geliştirmelerine imkan verecektir. İnsanlara kendi kültürleri üzerinde egemenlik kazanma, alternatif kültürler ve politik değişimler için mücadele edebilme gücü verecektir. İşte bu nedenle, kültürel çalışmalar yalnızca geçici bir akademik moda değil, daha iyi bir toplum ve daha iyi bir hayat mücadelesinin bir parçasıdır.

Kaynakça

- Adorno, T.W. (1941) "On Popular Music," (G. Simpson ile birlikte), Studies in Philosophy and Social Science, Cilt. 9, no 1: 17-48.
- _____ (1978 [1932]) "On the Social Situation of Music," Telos 35 (İlkbahar): 129- 165.
- _____ (1982) "On the Fetish Character of Music and the Regression of Hearing," in Arato ve Gebhardt 1982: 270-299.
- _____ (1989) "On Jazz," in Bronner ve Kellner 1989: 199-209.
- _____ (1991) The Culture Industry. Londra: Routledge.
- _____ (1994) The Stars Down to Earth and Other Essays on the Irrational in Culture. Londra: Routledge.
- Adorno, T. W. et al (1969 [1950]) The Authoritarian Personality. New York: Norton, 1969).
- Ang, Ien (1985) Watching Dallas. New York: Methuen.
- Arato, Andrew ve Eike Gebhardt (1982) The Essential Frankfurt School Reader. New York: Continuum.
- Baudrillard, Jean (1981 [1973]) For a Critique of the Political Economy of the Sign. St. Louis: Telos Press.
- _____ (1983a) Simulations. New York: Semiotext(e).
- _____ (1983b) In the Shadow of the Silent Majorities. New York: Semiotext(e).
- Bell, Daniel (1978) The Cultural Contradictions of Capitalism. New York: Basic Books.
- Benjamin, Walter (1969) Illuminations. New York: Schocken.
- Best, Steven ve Douglas Kellner (2001). The Postmodern Adventure. Science Technology, and Cultural Studies at the Third Millennium. New York ve Londra: Guilford ve Routledge.
- Bloch, Ernst (1986) The Principle of Hope. Cambridge: MIT Press.
- Bronner, Stephen ve Kellner, Douglas (1989) Critical Theory and Society. A Reader. New York: Routledge.
- Brunsdon, Charlotte ve David Morley (1978) Everyday Television: "Nationwide." Londra: British Film Institute.
- Brunsdon, Charlotte, D'Acci, Jule ve Spigel, Lynn (eds) (1997) Feminist Television Criticism: A Reader. Oxford: Oxford University Press.
- Deleuze, Gilles, ve Felix Guattari (1977) Anti-Oedipus. New York: The Viking Press.
- Dines, Gail ve Jean M. Humez, (eds.) (2003) Gender, Race, and Class in Media. Sage. Londra ve Thousand Oaks, Ca.
- Durham, Meenakshi Gigi ve Douglas Kellner, editors (2001) Media and Cultural Studies: KeyWorks. Malden, Mass. ve Oxford, UK: Blackwell.
- Fiske, John (1986) "British Cultural Studies and Television." In R. C. Allen (Ed.), Channels of Discourse. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 254-289.
- Fiske, John (1987) Television Culture. New York ve Londra: Routledge.

- Fiske, John (1989a) Reading the Popular. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, John (1989b) Understanding Popular Culture. Boston: Unwin Hyman.
- Foucault, Michel (1977) Language, Counter-Memory, Practice. New York: Cornell University.
- Gerbner, George (2003) "Television Violence: At a Time of Turmoil and Terror," in Dines ve Humez, 2003: 339-348.
- Gitlin, Todd (1972) "Sixteen Notes on television and the Movement." In George White ve Charles Newman, eds., literature and revolution. New York: Holt, Rinehart ve Winston.
- _____ (1980) The Whole World is Watching. Berkeley: University of California Press.
- _____ (1983) Inside Prime Time. New York: Pantheon.
- Gitlin, Todd, editör (1987) Watching Television. New York: Pantheon.
- _____ (2002) Media Unlimited. How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives. New York: Metropolitan Books.
- Gray, Herman. 1995. "The politics of representation in network television." In Watching Race: Television and the Struggle for "Blackness", 70-92. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gross, Larry. 1989. "Out of the mainstream: Sexual minorities and the mass media." In Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power, ed. Ellen Seiter, 130-149. New York: Routledge.
- Gross, Larry, ve Woods, James D. 1999. "Introduction: Being gay in American media and society." In The Columbia Reader on Lesbians and Gay Men in Media, Society, and Politics, 3-22. New York: Columbia University Press.
- Grossberg, Lawrence (1987) "The In-Difference of Television," Screen, Cilt 28, Nr. 2: 28-46.
- Hall, Stuart et al (1978) Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order. Londra: Macmillan.
- Hall, Stuart (1980) "Encoding and Decoding" in Culture, Media, Language. Londra: Hutchinson.
- Herman, Edward, ve Noam Chomsky (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York: Pantheon.
- Herzog, Herta (1941), "On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches," Studies in Philosophy and Social Science, Vol. IX, No. 1: 65-95.
- hooks, bell. 1992. "Eating the other: Desire and resistance." In Black Looks: Race and Representation, 21-39. Boston: South End Press Horkheimer, Max ve T.W. Adorno (1972) Dialectic of Enlightenment. New York: Herder ve Herder.
- Jay, Martin, The Dialectical Imagination, (Boston, Little, Brown and Company, 1973).
- Jhally, Sut ve Lewis, Justin (1992) Enlightened Racism: The Cosby Show, Audiences, and the Myth of the American Dream. San Francisco: Westview Press.
- Kellner, Douglas (1989) Critical Theory, Marxism, and Modernity. Cambridge ve Baltimore: Polity ve John Hopkins University Press.
- _____ (1990) Television and the Crisis of Democracy. Boulder, Col.: Westview Press.

- _____ (1990). Television and the Crisis of Democracy. Boulder: Westview Press.
- _____ (1992) The Persian Gulf TV War. Boulder: Westview Press.
- _____ (1995) Media Culture. Cultural Studies, Identity, and Politics Between the Modern and the Postmodern. Londra ve New York: Routledge.
- _____ (1997) "Critical Theory and British Cultural Studies: The Missed Articulation," in Cultural Methodologies, edited by Jim McGuigan. Londra: Sage: 12-41.
- _____ (2001) Grand Theft 2000. Lanham, Md.: Rowman ve Littlefield.
- _____ (2003a) Media Spectacle. New York ve Londra: Routledge.
- _____ (2003b) September 11 and Terror War: The Dangers of the Bush Legacy. Lanham, Md.: Rowman ve Littlefield.
- Kracauer, Siegfried (1995) The Mass Ornament. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Lazarsfeld, Paul (1941) "Administrative and Critical Communications Research," Studies in Philosophy and Social Science, Vol. IX, No. 1: 2-16.
- Lewis, Justin "Mass Communication Studies," in Miller 2002: 4-6.
- Lowenthal, Leo (1957) Literature and the Image of Man. Boston: Beacon Press.
- _____ (1961) Literature, Popular Culture and Society. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Luke, Carmen (1990) TV and Your Child. Londra: Angus and Robertson.
- Marcuse, Herbert (1955) Eros and Civilization. Boston: Beacon Press.
- Marcuse, Herbert (1964) One-Dimensional Man. Boston: Beacon Press.
- McGuigan, Jim (1992) Cultural Populism. Londra ve New York: Routledge.
- Miller, Toby (2002) (ed.) Television Studies. Londra: BFI Publishing.
- Modleski, Tania (1982) Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women. Hamden: Anchor.
- Morley, David (1986) Family Television. Londra: Comedia.
- Noriega, Chon (2000) Shot in America: Television, the State, and the Rise of Chicano Cinema. Durham: Duke University Press.
- Russo, ve L. Torres (Eds.), Third World Women and the Politics of Feminism, 51-80. Bloomington: Indiana University Press.
- Postman, Neil (1986) Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business. New York: Viking.
- Rapping, Elaine (1986) The Looking Glass World of Nonfiction Television. Boston: South End Press.
- _____ (1992) The Movie of the Week. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- _____ (2003) Law and Justice As Seen on TV. New York: New York University Press.

- Rosenberg, Bernard ve David Manning White, editors (1957) Mass Culture. Glencoe, Ill: The Free Press.
- Schiller, Herbert (1971) Mass communications and the American Empire. Boston: Beacon Press.
- Sreberny, Annabelle (2002), "Media Imperialism," in Miller 2002: 21-23.
- Steinert, Heinz (2003) Culture Industry. Cambridge, UK: Polity Press.
- Sussman, Gerald "The Political Economy of Television," in Miller 2002: 7-10.
- Torres, Sasha (ed.) (1998) Living Color: Race and Television in the United States. Durham: Duke University Press.
- Tunstall, Jeremy (1977) The media are American. New York: Columbia University Press.
- White, Mimi (1986) "Ideological Analysis of Television," in Allen 1986: 134-171.
- Wiggershaus, Rolf (1994), The Frankfurt School. Cambridge, UK: Polity Press.

Notlar

1. Frankfurt Okulu'nun tarihi için, bkz. Jay 1973 ve Wiggershaus 1994; Frankfurt Okulu okuyucuları için, bkz. Arato ve Gebhardt 1982 ve Bronner ve Kellner 1989; Frankfurt Okulu'nun toplumsal ve medya eleştirisinin değerlendirilmesi için, bkz. Kellner 1989a ve Steinert 2003.
2. Frankfurt Okulu'nun eleştirel analizi ve medya ve televizyon çalışmalarının değerlendirilmesi için, bkz. Kellner 1989, 1995, ve 1997, ve Steinert 2003.
3. Televizyon çalışmalarında politik ekonomi araştırmalarına faydalı bir genel bakış için, bkz. Susman, Miller 2002; (kavramın daha çoğulcu ve melez bir küresel medya dünyasında nasıl sorunsallaştırıldığına ilişkin analiz de dahil) medya emperyalizmi söylemlerine ilişkin mükemmel bir genel bakış için, bkz. Sreberny, Miller 2002.
4. Televizyon ve şiddet çalışmalarına ilişkin bir inceleme için, bkz. Morgan, Miller 2002.
5. Günümüz televizyonunu ve iddia edilen zararlı ve faydalı etkileri hakkındaki tartışmanın her iki tarafını anlatan çalışmalar için, bkz. Barbour, 1994 ve Dines ve Humez, 2003.
6. Temsil politikaları çalışmalarına örnek için, bkz. Gilroy 1991; McRobbie 1994; Ang 1998, ve Durham ve Kellner, 2001'de, ayrıca Dines ve Humez 2003'te derlenen metinler.
7. Feminist televizyon eleştirisinin ortaya çıkışına ilişkin önemli katılımcılarından biri tarafından hazırlanmış mükemmel bir açıklama için, bkz. Kaplan 1987. Feminist televizyon eleştirisine ilişkin bir antoloji için, bkz. Brunson, D'Acci ve Spigel 1997 ve çağdaş feminist televizyon eleştirisine ilişkin genel bilgiler için bkz. Miller 2002'de Toplumsal Cinsiyet başlığı altında toplanan çalışmalar.
8. Televizyonda ırk ve temsil için, bkz. Jhally ve Lewis 1992, Hamamoto 1994, Gray 1995, Torres, ve Noriega tarafından derlenen 1998 antolojisi, 2000.
9. Burada belirtilen konulara ilişkin tartışmalar, ayrıca ideolojik eleştiriye biçimci analiz, sosyolojik yorumlama ve politik eleştiriyle birleştiren bir program için, bkz. Kellner 1995. Televizyon çalışmalarındaki ideoloji eleştirisi için, bkz. White 1986.