

görgül, görgüculük: ampirik, ampirizm  
 göze: hücre  
 güzelduyusal: bedii, estetik  
 içebakış: “introspection”  
 içgörü: “insight”, “pénétration”  
 imlemek: işaret etmek  
 insanbilim: antropoloji  
 işlemsel: operasyonel  
 işletkel: mekanik  
 işlevsel: fonksiyonel  
 kanıt: argüman  
 kesenkes: mutlaka  
 kişilik tinbilimi: “personality psychology”, “psychologie de la personnalité”  
 olumsal: “contingent”  
 örge: organ  
 örge: organizma  
 örgensel: organik  
 örnekçe: model  
 özdek, özdeksel: madde, maddi  
 özdekçilik: maddecilik, materyalizm  
 özdoğurum: mastürbasyon

özyapı: karakter, mizaç  
 sağın: hekim, doktor  
 sayrılık: hastalık  
 sevgeç: libido  
 sıradüzen: hiyerarşi  
 sonul: nihai  
 tanı: teşhis  
 tanıt: delil  
 tanıtlamak: ispat etmek  
 tepke: refleks  
 tin: can, ruh  
 tinbilim: psikoloji  
 tinçözüm: psikanaliz  
 tinsağaltım: psikiyatri  
 us: akıl  
 usbilim: mantık bilimi  
 usdüzeni, usyapısı: mantık  
 varsıl: zengin  
 yalınç: basit  
 yeğlem: tercih  
<sup>60</sup>yin: vücut, beden  
 yordam, yordambilgisi: teknik, teknoloji

## TÜRK SOSYAL BİLİMCİLERİNİ İLETİŞİM AÇISINDAN OKUMAK



Serdar Öztürk

### Giriş

Batı’da iletişim kuramlarının oluşmasında, iletişim araştırmalarının temellerinin atılmasında ve gelişmesinde, sosyal bilimlerin (ve beşeri bilimlerin) farklı kulvarlarında yer alan bilim insanlarının çalışmaları tali bir rolden ziyade belirleyici bir rol üstlenmiştir.<sup>1</sup> İçlerinde siyaset bilimcilerinin, sosyologların, tarihçilerin ve sosyal psikologların yer aldığı sosyal bilimlerin değişik alanlarında çalışmalarını yürüten bilim insanları, iletişimin bireysel, siyasal, teknolojik, kültürel ve toplumsal boyutlarını incelemişlerdir. Siyaset bilimciler iletişimi, seçim, oy verme davranışları, propaganda ve ikna gibi siyaset bilimini ilgilendiren boyutlarıyla ele almışlar; sosyologlar basının iletişimin toplumsal işleyişine ve etkilerine değinmişlerdir. Daha sonra bu çalışmaları ortak bir şemsiyeye toplayan ‘değerlendirme yazıları’ ile iletişim alanının sınırları çizilmeye çalışılmış ve böylece iletişim alanının özgül niteliği oluşmaya başlamıştır. Lazarsfeld ve Katz’ın *Personel Influence* isimli 1955 tarihli ortak eseri, bu tür çalışmaların sistemli bir şekilde değerlendirildiği ilk önemli yapıttır.<sup>2</sup> Batı’da farklı sosyal bilimlerde elde edilen bulguların iletişim dahilinde okunmasına ve değerlendirilmesine yönelik bu çabalara karşın, Türk sosyal bilimcilerini Türkiye’de henüz emekleme devresinde yeni bir disiplin olan iletişim açısından okumak henüz üzerinde çok fazla düşünülmemiş bir konudur. Konuyla ilgili sınırlı sayıdaki bazı çalışmalar Türkiye’de iletişimin gelişimi, toplum ve siyaset üzerindeki etkileri gibi pek çok hususu yeterince aydınlatmaktan uzaktır. Bu çalışmaların bir diğer özelliği sadece tek bir bilim insanının çalışmalarının iletişim ekseninde değerlendirilmesidir. Değişik aydınların eserlerini iletişim merkezli bir okumayla karşılaştıran herhangi bir çalışma bulunmamaktadır.

Bu makale, anılan boşluğu Fuat Köprülü, Pertev Naili Boratav, Sabri Ülgener ve Doğan Avcıoğlu’nun çalışmaları özelinde bir ölçüde de kapat-

60 “Yin” sözcüğü, Türk Dil Kurumu tarafından, Ankara yöresinde “beden” karşılığı olarak kullanıldığı saptanıp derlenmiştir: TDK (1947), *Türkiyede Halk Ağzından Söz Derleme Dergisi*, Cilt: 3 (İstanbul, Cumhuriyet Matbaası, s. 1532.) “Ruh” karşılığı olarak “tin” sözcüğü de aynı yayında derlenmiştir.

1 Hanno Hardt, *Critical Communication Studies: Communication, History & Theory in America* (Londra ve New York: Routledge, 1992).

2 Jess G. Delia, Ayhan Aydın, “Communication Research: A History”, *Handbook of Communication Science* içinde, Charles R. Berger ve Steven H. Chaffee (der.), (Newburk Park: Sage, 1987), s. 21. Hardt, *Critical Communication*, s. 7.

mayı amaçlamaktadır. Bilindiği gibi Köprülü, tarih, sosyoloji, edebiyat ve halkbilim; Ülgener, iktisat, tarih, kültür sosyolojisi, tarihsel antropoloji; Boratav, halkbilim, kültür sosyolojisi, tarih; Doğan Avcıoğlu ise, iktisat, tarih ve sosyoloji disiplinlerinde çalışmalar yapmışlardır. Makalede bu bilim insanlarının ve aydınlarının çalışmalarındaki iletişim eksenli bazı ortak temalar üzerinde durulmaktadır. Bu ortak temalar, ulaşım yolları, kültür ve yöneten-yönetilen etkileşimi olarak tespit edilmiştir. Bu ortak temaların iletişimi ilintileri nelerdir?

On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında telgrafın icadıyla birlikte zaman ve mekânın ayrışmasına kadar ‘ulaşım’ ile ‘iletişim’ aynı anlamda kullanılmaktaydı. ‘Communication’ sözcüğü hem ulaşımı hem de günümüzde sembollerle yapılan iletişimi içerecek bir anlama sahipti. İletişimi, sembollerin üretimi, içeriği ve alımlanması ve ‘değişik türdeki kaynakların idaresini içeren bir toplumsal faaliyet’ olarak tanımladığımızda<sup>3</sup>, ulaşım yollarının, yazılı formlar ve bireysel hafızada depolanan sembollerin merkez bölgelerden en uç bölgelere kadar taşınabilmesine olanak sağlaması açısından önemi vardır. Telgrafın icadından sonra zaman ve mekânın birbirinden ayrışmasıyla birlikte, ulaşım (transportation), iletişimden (communication) ayrılmaya başladı. Böylece iletişim, genellikle sembollerle yapılan değiş tokuşu ifade ederken; ulaşım, malların, eşyaların ve bedenlerin taşınmasına işaret etti. Gelgelelim kültür tarihçilerinden Asa Briggs ve Peter Burke’ün de vurguladığı gibi, ulaşım, günümüzde dahi iletişimin bir parçası olarak ele alınmakta ve iletişim kavramıyla ilişkisini vurgulamak için ulaşım ‘fiziksel iletişim’ denilebilmektedir.<sup>4</sup>

Kültürün iletişimi ilişkisi ise iletişim araştırmalarının en başından beri vardır. Öncelikle dünyadaki iletişim araştırmaları kültürün önemini kabul etmekle başlamıştır.<sup>5</sup> İletişim ile kültürün ilişkisi, henüz iletişim alanının sınırları çizilmeden alan dışından bilim insanlarıca dile getirilmiştir. Örneğin John Dewey, antropolojik bir yaklaşımla, iletişimi, kültürün bir parçası olarak tanımlamıştır.<sup>6</sup> Amerika’daki iletişim araştırmalarının çoğunda, kültür analizi medya, içerik ve medyanın izleyiciler üzerindeki etkilerine dair bir dizi ampirik gerçeğin araştırılması olarak görülmüştür.<sup>7</sup> Buna karşın kültür eleştirisini analizlerinin merkezine alan Frankfurt Okulu üyeleri ise, medyayı bir ‘kültür endüstrisi’ olarak görmüş, kitle kültürünün tehlikeleri üzerine yoğunlaşmış ve Martin Jay’in de vurguladığı gibi, popüler kültürün ideolojik olduğunu düşünmüşlerdir.<sup>8</sup> Okul’un üyelerin-

den Marcuse, kapitalist toplumlarda kültürün tüketimci ve manipüle edici yönü üzerinde yoğunlaşarak, bireylerin ‘kültürel makine içinde köpekler’ haline geleceklerini savunmuştur.<sup>9</sup> İnşa ettiği ‘iletişim eylem teorisi’ için kültürü, toplumu ve bireyi merkeze alan ve kültürü ‘bilgi deposu’ olarak tanımlayan Frankfurt Okulu’nun son üyelerinden Habermas’a göre ise iletişime katılan bireyler dünyaya ilişkin anlamları bu depodan almaktadırlar.<sup>10</sup> Habermas, medya çalışmasının kültür çalışması, yaşam dünyasının koşulları ve özgürleşimci çıkarlara hizmet eden kamusal alan çalışması olması gerektiğini savunmuştur.<sup>11</sup> 1960’lardan itibaren yaygınlık kazanan İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu ise kültür sorunsalı etrafından anadamar iletişim araştırmalarına<sup>12</sup> eleştiriler yöneltmiştir. Bu eleştirilere göre, kültür, anadamar iletişim yaklaşımı içinde yer alanların savunduğu gibi ‘yüksek’ ve ‘düşük’ gibi ölçütlerle ele alınamaz. Kültür, daha ziyade, tüm bir yaşam biçimini anlatan antropolojik bir anlama sahiptir. Yaklaşımın öncülerinden Raymond Williams’a göre kültür, ‘sıradandır’<sup>13</sup> ve iletişim, kültürü analiz etmede yaşamsal bir unsurdur. Williams’a göre bir toplumda iletişim tartışması, bireylerin toplum içindeki değişik deneyimleri ve toplum hakkındaki duygularıyla ilgilidir. Williams, iletişim kuramının, bireyler, iletişim ve toplum arasındaki ilişkinin anlaşılmasında zorunlu bir adım olduğunu savunur.<sup>14</sup> Stuart Hall ile birlikte Kültürel Çalışmalar yaklaşımı, medyanın kültürel ve ideolojik gücünü merkeze almaya başlamış, analizler artık geleneksel mesaj analizlerinden medya metinlerinin dilsel ve ideolojik yapılanmasına kaymıştır.<sup>15</sup> Böylece iletişim medyasının modern toplumlar da kültürel alanı baskı altına aldığı, gerçekliğin karmaşık parçalarını bir araya getirerek ve gerekirse uzlaştırarak sosyal bütünlüğün anlaşılmasını anlamaya katkı sağladığı savunulmuştur.<sup>16</sup>

9 Herbert Marcuse, *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society* (Boston: Beacon Press, 1964), s. 65.

10 Hardt, *Critical Communication....*, s. 164.

11 Richard J. Bernstein, *Habermas and Modernity* (Cambridge, MA: Polity Press, 1985), s. 11.

12 Anadamar iletişim araştırmaları, en genel anlamıyla eleştirel olmayan iletişim çalışmalarıdır. Bazen ‘yönetimsel iletişim araştırması’ olarak da anılan bu araştırmalar genellikle piyasanın ve siyasal iktidarın yönetimsel ve ticari amaçlarına hizmet edecek ampirik bir araştırma şeklinde tasarlanır. Bu iletişim araştırmaları ile içlerinde eleştirel ekonomi politik, Frankfurt Okulu’nun Eleştirel Teori ve Kültürel Çalışmalar gibi çeşitli yaklaşımların olduğu eleştirel iletişim çalışmaları arasında yöntem, kuram, epistemoloji, bütüncülük ve normatiflik bağlamında önemli farklılıklar vardır. Konu hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz. Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan, *Öteki Kuram* (Ankara: Erk, 2005); Peter Golding ve Graham Murdock, “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, *Medya, Kültür, Siyaset* içinde, Süleyman İrvan (der.) (Ankara: Alp, 2002), s. 59-97; David J. Sholle, “Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgiye”, *Medya İktidar İdeoloji* içinde, Mehmet Küçük (der.) (Ankara: Ark, 1999, İkinci Basım), s. 271; 297.

13 Robin Gable, *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism* (Londra: Verso, 1989), s. 4.

14 Hardt, *Critical Communication....*, s. 183.

15 Stuart Hall, “‘The Rediscovery of Ideology’: Return of the Repressed in Media Studies,” *Culture, Society and Media* içinde, Michael Gurevitch, Tony Bennett, Jamse Curan ve Janet Woollacott (der.) (Londra: Methuen, 1982), s. 56-90.

16 Hardt, *Critical Communication....*, s. 190.

3 John B. Thompson, *Medya ve Modernite* (İstanbul: Kırmızı, 2008), Çev. Serdar Öztürk, s. 37.

4 Asa Briggs ve Peter Burke, *Medyanın Toplumsal Tarihi* (İstanbul: İzdüşüm, 2004), Çev. İbrahim Şenel, s. 24.

5 Hardt, *Critical Communication....*, s. 22.

6 A.g.e., s. 155.

7 Hardt, *Critical Communication....*, s. 192.

8 A.g.e., s. 151.

Yöneten-yönetilen etkileşiminin iletişim alanıyla birkaç açıdan ilintisi vardır. İlki, iletişimin tanımından kaynaklanır. Belirtildiği üzere iletişim, sembollerin üretimini, içeriğini ve tüketimini içeren bir faaliyettir. Bu tanımdan çıkarılacak sonuç, tarih boyunca siyasal iktidarın, ya sembolik iktidarın<sup>17</sup> yanında ya da siyasal iktidarın bizzat kendisinin sembolik iktidarla özdeşleşecek şekilde sembol üretimi faaliyetinde bulunduğu ve bu sembollerini yönettikleri tebarlarına ya da modern dönemde yurttaşlarına iletmeyen yöntemlerini geliştirdikleridir. Ve özellikle modernleşme süreciyle birlikte kamuoyunu öğrenmek, halkı yönetebilmenin temel kriteri haline geldiğinde, yönetilenlere ileti göndermek, artık, tek taraflı bir süreçten çıkarak, ‘çift taraflı’ (ya da iletişim terimleriyle vurgulanırsa) ‘etkileşimli’ ve ‘geri besleme’nin (feedback) önemli hale geldiği bir süreç haline almıştır.<sup>18</sup>

Yöneten-yönetilen etkileşiminin iletişimi ilgilendiren ikinci boyutu, halkla ilişkiler alanında özellikle belirgindir. İletişim çalışmalarının bir kanadını teşkil eden ve iletişim eğitiminde bir bölüm olarak kurumsallaşan halkla ilişkiler, devlet-yurttaş ve özel şirket-müşteri ilişkilerinin sağlıklı bir temele oturtulabilmesi, geliştirilebilmesi ve dönüştürülebilmesi konusuna yoğunlaşır. Gelgelelim özellikle Türkiye’de tarihsiz bir bakış açısıyla ve genellikle teknikler ve stratejiler üzerine yoğunlaşan halkla ilişkiler çalışmaları, örneğin tarihten, edebiyattan ve kültürel çalışmalardan yeterince yararlanmamıştır. Tarihten yararlanmamışlığın en açık kanıtlarından birisi, Osmanlı İmparatorluğu’nda ve Cumhuriyet’in ilk yıllarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin konu edilmemesi ve hatta Türkiye Cumhuriyeti’ndeki halkla ilişkilerin başlangıcının bile 1960’lara yerleştirilmesidir. Oysa örneğin Selim Deringil’in çalışmalarının da gösterdiği gibi<sup>19</sup>; II. Abdülhamit, semboller aracılığıyla kamuoyunu örgütlemeye ve halkla iletişim kurmaya yönelmiştir. En küçük köylere kadar cami yapmanın, Darüşşafaka gibi kurumlar inşa ettirmenin, sünnet törenlerini icra ettirmenin ve tüm bu faaliyetleri basında hem iç hem de dış kamuoyuna duyurmanın modern imaj kurgusuna oturtulan bir iktidar için ne derece önemli olduğunu ise Nadir Özbek’in tarihsel çalışmasından öğrenebilmek mümkündür.<sup>20</sup> Cumhuriyet’in ilk yıllarında kahvehanelerin –ve de halkevlerinin– siyasal iktidar tarafından halkla iletişim kurmanın araçları olarak nasıl kullanıldıkları, nasıl işlevselleştirildikleri, halka ulaşımın kanalları olarak nasıl algılandıklarını ortaya çıkaran bir çalışmanın da gösterdiği üzere<sup>21</sup>, halkla ilişkilerin tarihi, yöneten-yönetilen etkileşimi

merkeze konulduğunda daha eskiye dayanır. Bu nedenle bu çalışmaların iletişim çerçevesinde yeniden okunması ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu makale, iletişim merkezli bu okumanın aynı eksenlerdeki başka çalışmalar için bir zemin oluşturmaya katkı sağlayacağını savunmaktadır. Aslında bu tarz bir okuma, Althusser’in Marx’ın *Kapital*’ini okuma dahilinde ürettiği eseri *Kapitali Okumak*’da kullandığı bir kavram olan ‘septomal okuma’ denemesi olarak da değerlendirilebilir. Althusser, her bilimin ancak bir ‘sorunsal’ içinde sorgulamalarını yaptığını yazmıştır.<sup>22</sup> Bu nedenle de kendisi gibi bir felsefeci *Kapital*’e, iktisadi ya da tarihsel sorular değil ancak felsefi sorular sorarak okuyabilir. Farklı disiplinlerden yapılacak bir okumayla, metin içinde açıkça sorulmamış sorular sorulabilir, bunlara yanıt verilebilir ve böylece ‘metinde görünmez olan’lar görülebilir, ‘gözden kaçanlar’ görünür kılınabilir.<sup>23</sup> Bu anlamda ‘septomal okuma’, ‘önceden var olan şeyi’ ‘dönüştürmek’ anlamına gelen bir üretimdir.<sup>24</sup> Bu üretim, altın cevherini doğada karışık halde bulunduğu toprak, kil ve kaya parçalarından temizleme operasyonuna benzer.<sup>25</sup> Bir bilim insanı böylece kendi çalışma alanı dahilinde bir metni ayıklama faaliyeti içerisinde olabilir. Nitekim, dünyadaki iletişim tarihi literatürü yazılırken, felsefecilerden sosyologlara, tarihçilerden iktisatçılara, edebiyatçılara ve kültür bilimcilere kadar değişik bilim insanlarının çalışmalarında iletişimi ilgilendiren veriler, kavramlar ve kuramlar temel alınmıştır.<sup>26</sup> Bu makale, iletişim biliminin kendi kavramlarından yararlanarak, bu dört bilim insanı ve aydınının eserlerindeki veri ve analizleri ayıklayacak semptomal bir okuma olarak değerlendirilebilir.

## Ulaşım Yolları

Bu biliminsanları ve aydınların çalışmaları iletişim merkezli bir okumaya tabi tutulduğunda çıkarılan ilk ortak temalardan birisinin ulaşım yolları olduğu görülür. Yazarlar, ulaşım yollarının gelişmişliğinin nasıl maddi sonuçlar yaratabileceği üzerine düşünmüşlerdir.<sup>27</sup> Ulaşım yolları, onların çalışmalarında gerek makro gerekse mikro boyutta ve biraz da determinis-

22 Taner Timur, *Felsefi İzlenimler: Sartre, Althusser, Foucault, Derrida*, (Ankara: İmge, 2005), s. 109.)

23 Louis Althusser, “Kapital’den Marx’ın Felsefesine”, *Kapital’i Okumak* içinde, Louis Althusser, Étienne Balibar vd. (der.), (İstanbul: İthaki, 2007), Çev. A. Işık Ergüden, s. 43.

24 A.g.e., s. 54.

25 A.g.e., s. 111.

26 Bu tür çalışmalara örnek olarak şunlar verilebilir: Armand ve Michèle Mattelart, *İletişim Kuramları Tarihi* (İstanbul: İletişim, 1998); Briggs ve Burke, *Medyanın Sosyal Tarihi* ve Hardt, *Critical Communication...*; Thompson, *Medya ve Modernite*.

27 Aslında ulaşım yollarının dünya çapında nasıl maddi dönüşümler yarattığını ilk vurgulayanların başında Karl Marx ve Friedrich Engels gelmektedir. *Komünist Manifesto*’da Marx ve Engels şunları yazarlar: “Amerika’nın keşfi, Afrika’nın gemiyle dolaşılması yükselen burjuvaziye yepyeni alanlar açtı. Doğu Hindistan ve Çin pazarları, Amerika’nın sömürgeleştirilmesi, sömürgelerle yapılan ticaret, mübadele araçlarının ve genel olarak metallerin artması ticarete, denizcilğe, sanayiye o güne kadar görülmemiş bir canlanma sağladı ve böylelikle parçalanmış feodal toplumun devrimci unsurunun hızla gelişmesine yol açtı” Karl Marx ve Friedrich Engels, *Komünist Manifesto* (Ankara: Yordam, 2008), Çev. Nail Satlıgan, s. 23.

17 İktidar türleri ve iletişim arasındaki ilişki için bkz. Thompson, *Medya ve Modernite*, s. 27-37. Thompson’a göre siyasal, ekonomik, zorlayıcı ve sembolik olmak üzere dört iktidar formu vardır.

18 Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Korkmaz Alemdar, *Türkiye’de Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri* (Ankara: AİTİA, 1981); Serdar Öztürk, “Osmanlı İmparatorluğu’nda Kamusal Alanın Dinamikleri”, *Gazi İletişim*, Sayı 21 (2005), s. 95-124.

19 Selim Deringil, *İktidarın Sembolleri ve İdeoloji II. Abdülhamit Dönemi (1876-1908)* (İstanbul: Yapı Kredi, 2002); *Simgeden Millete 2. Abdülhamit’ten Mustafa Kemal’e Devlet ve Millet* (İstanbul: İletişim, 2007).

20 Nadir Özbek, *Osmanlı İmparatorluğu’nda Sosyal Devlet, Siyaset, İktidar ve Meşruiyet (1876-1914)* (İstanbul: İletişim, 2006).

21 Serdar Öztürk, *Cumhuriyet Türkiye’sinde Kahvehane ve İktidar (1930-1945)* (İstanbul: Kırmızı, 2006).

tik bir yaklaşımla Türkiye’nin geri kalmışlığı, ülke içindeki geleneksel kültürün yerini modern kültüre bırakması ve köylerdeki iktidar ilişkilerinin değişmesi gibi farklı açılardan işlenmiştir.

Bu yazarların her birini özgül bir değerlendirmeye tabi tuttuğumuzda, ulaşım yolları konusuna en merkezi ve belirleyici yer veren düşünürümüzün Doğan Avcıoğlu olduğu görülmektedir. Ulaşım yollarına merkezi ve belirleyici bir konum bahşedenlerden bir diğer düşünürümüz ise zihniyet tarihçisi, sosyologu, iktisatçı ve tarihsel antropolog gibi pek çok disiplini kendisinde buluşturan Sabri Ülgener’dir.

Avcıoğlu ve Ülgener, Türkiye’nin geri kalmışlığında on beşinci yüzyıldan başlayarak ulaşım yollarının Batı lehine dönüşümüne hayati rol biçerler. Onların savlarına göre, Batı’nın yeni ticaret yollarını keşfetmesi iki önemli nedene dayanmaktadır. İlki Batı’nın hammadde ve doğal kaynaklar açısından Doğu’ya bağımlı olmasıdır. Bu bağımlılık Batı’yı denizcilğe ve deniz ticaretine yönelmeye, böylece yeni ticaret yollarını keşfetmeye yöneltmiştir. Batı’nın denizcilik ve deniz ticaretine yönelmesinde bir başka neden denize açılmaya elverişli konumudur. Denize açılmaya uygun coğrafik konumlanma yeni ulaşım yollarının keşfinde kolaylaştırıcı rol oynamıştır.<sup>28</sup> Bu gelişim Osmanlı İmparatorluğu üzerindeki etkisini en fazla onaltıncı yüzyıldan itibaren hissettirecektir. Bu yüzyıldan sonra Osmanlı, Ülgener’in deyişiyle ‘çözülme’ ya da ‘ortaçağlaşma’ sürecine girecek<sup>29</sup>; Avcıoğlu’nun deyişiyle Türkiye’nin geri kalmışlık süreci başlayacaktır. Avcıoğlu ve Ülgener, deyim yerindeyse Doğu’daki kervan ticaretinin merkezi olduğu kara yolları ile Batı’da deniz ticaretinin hakim olduğu deniz yolları arasında bir dikotomi kurmuş ve Türkiye’nin Batı karşısında gerilemesinde ulaşım yollarında Batı lehine olan bu gelişime belirleyici rol vermişlerdir.

Avcıoğlu ile Ülgener arasındaki farklılık, Ülgener’in meseleyi tarihsel antropolojik araştırmalarla bir miktar zihniyet dünyasıyla ilişkilendirmesidir: Ülgener’e göre, Doğu’da açık denizlere açılmanın tehlikelerine dair bir zihniyet dünyasının varolması önemli bir oynar.<sup>30</sup> Ona göre ulaşım yollarının değişmesiyle birlikte Osmanlı’da başlayan ticari çöküş zihniyette de durağanlaşmaya yol açmıştır. Ülgener, bu durağanlaşmış çöküş zihniyetini “lonca zihniyeti” olarak adlandırır. Lonca zihniyetinin karşısında “atılğan-dinamik zihniyet” bulunmaktadır. İlki, emretme, kendi içine kapanıklık ve hiyerarşi üzerine kurulurken, ikincisi çalışma, serbest akıl ve mantığın belirlediği unsurlara göre seçme ve uygulama üzerine kuruludur.<sup>31</sup> Lonca zihniyetinde yaşamak için çalışma anlayışı mevcutken, diğeri çalışmayı merkeze almakta

28 Doğan Avcıoğlu, *Türkiye’nin Düzeni: Dün-Bugün-Yarın* (İstanbul: Tekin Yayınevi, C.1, 1995a), s. 50-1; Sabri F. Ülgener, *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası* (İstanbul: Der’in Yayınları, 2006a), s. 178.

29 Ülgener, a.g.e., s. 187; Sabri F. Ülgener, *Zihniyet ve Din: İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı* (İstanbul: Der’in Yayınları, 2006b), s. 3.

30 Ülgener, *İktisadi Çözülmenin*, s. 177.

31 Sabri F. Ülgener, *Toplu Eserler 5: Makaleler* (İstanbul: Der’in Yayınları, 2006c), s. 32-33.

ve Ülgener’in deyişiyle adeta çalışmak için yaşama bu zihniyetin esası olmaktadır. Atılğan-dinamik zihniyeti temsil eden insan ‘faust ruhlu’dur.<sup>32</sup>

Ülgener, birincil kaynaklar kullanarak ulaşım yollarının değişmesiyle kervan ticareti üzerindeki yolların ve ticaretin çöküşe geçmesinin Osmanlı’nın zihniyet dünyasında çözülmeye yol açtığını ayrıntılı incelerken, Avcıoğlu daha ikincil kaynaklardan yararlanır ve çözümlüşün zihniyet dünyasındaki izlerine pek bakmaz. Burada vurgulamak gerekir ki, ulaşım yollarının imparatorluğun çöküşünde merkezi rolünü ilk dile getirenlerden birisi Ülgener’dir. Ülgener’in yanı sıra Ömer Lütfi Barkan da bu konuya ilk değinenlerdendir. Ülgener bu konu üzerinde 1940’larda, Avcıoğlu ise ilk baskısı 1968’de yapılan Türkiye’nin Düzeni’nde durur. Bu kronolojik dizin ve Avcıoğlu’nun Ülgener’in çalışmalarına yaptığı atıfları göz önüne alındığında, Avcıoğlu’nun Ülgener’den etkilendiği söylenebilir. Avcıoğlu’nun konuyla ilgili atıf yaptığı diğer iki kaynak, Bernard Lewis ve Ömer Lütfi Barkan’a aittir.<sup>33</sup>

Buna karşılık Avcıoğlu, ulaşım yolları politikalarında Türkiye’nin dışarıya bağımlılığını da incelemiştir; Türkiye’nin geri kalmasının nedenlerinden birisi olarak ulaşım yolları politikalarında bu bağımlılığı da analizine katmıştır. Avcıoğlu’na göre Türkiye, demiryolu yapımında bile başından beri dış ülkelere bağımlı kalmıştır. Türkiye, dış devletlere ve yapancı demiryolu şirketlerine çeşitli demiryolu imtiyazları vermiş, bu ülke ve şirketler verilen ayrıcalıkları Türkiye’deki siyasal ve ekonomik çıkarları doğrultusunda kullanmışlardır. Avcıoğlu’nun deyişiyle demiryolları, “emperyalist çıkarları gerçekleştirmek için kurulmuştur.”<sup>34</sup> Chester Projesi’ndeki gelişmeleri savına örnek olarak kullanan Avcıoğlu, aslında demiryollarına Türkiye’nin kalkınması ve bir dizi olumsuzlukları önlemek babında önemli roller verir. Demiryolları, ona göre, ülkenin kapalı ve durgun tarımsal ekonomisini canlandıracak, ticareti geliştirecek ve asayışı sağlamada yardımcı olacaktır. Demiryolu, ayrıca, merkezi yönetimin güçlenmesine yardımcı olabilecektir.<sup>35</sup> Ancak demiryollarının ülke çıkarları doğrultusundaki bu kullanımının önkoşulu, bu ulaşım yollarının yabancı ülke ve şirketler tarafından değil, Türkiye tarafından ve Türkiye’nin çıkarlarına hizmet edecek doğrultuda inşa edilmesi ve kullanılmasıdır. Avcıoğlu, öte yandan, demiryolları ile karayolları arasında bir karşıtlık kurar ve özellikle 1950’den sonra Türkiye’nin ABD’ye yaslanarak

32 A.g.e., s. 34.

33 Avcıoğlu her ne kadar atıf yapmasa da Hilmi Ziya Ülken’in de değini düzeyinde konuya temas ettiği görünür: “Avrupa ile Çin ve Hindistan arasında asırlarca köprülük yapan Kuzey Afrika-Mısır-Arap yarımadası yolunu İslam devletleri kapamışlardı. Küçük Asya köprüsünden geçen yolu da, Türkler kesince, Avrupa, Çin ve Hindistan’a ulaşmak için yeni bir geçit arama girişmek zorunda kalmış ve önce Ümit Burnundan dolaşan seyyahlar, sonra da Atlantik ufuklarına açılmağa mecbur olmuşlar ve böylece yolları üzerine düşen Amerika’ya ulaşmışlardır.” Bkz. Hilmi Ziya Ülken, “Cemiyette İlk Basın Hareketleri”, *Siyasi İlimler Mecmuası*, Sayı 285 (1954), s. 305-6.

34 Doğan Avcıoğlu, *Türkiye’nin Düzeni*, C.1, s. 150.

35 A.g.e., s. 141-2. Demiryollarının toplumsal birliğe yaptığı katkı, Marx ve Engels tarafından daha sınıfsal bir bağlamda açıklanmıştır: “Ortaçağ kent soylularının, köyler arası yollarla ancak birkaç yüzyılda ulaşabildikleri bu birliği [işçiler arası birlik, S.Ö.] modern proleterler demiryollarıyla birkaç yılda ulaşırlar” Marx ve Engels, *Komünist Manifesto*, s. 30.

yürüttüğü karayolu inşa politikalarını eleştirir. Ona göre, tıpkı demiryollarında Cumhuriyet’in kurulmasından önce verilen ayrıcalıklar gibi, karayollarında da ABD’ye imtiyazlar verilmiştir. Aslında Türkiye’nin ihtiyacı ve çıkarına karayollarında değil, demiryollarındadır.<sup>36</sup>

Avcıoğlu’nu ulaşım yolları konusunda diğer bilim insanlarından ayıran bir diğer özelliği, köylerdeki iktidar ilişkilerinin kırılmasında ulaşım yollarına biçtiği işlevden kaynaklanır. Avcıoğlu, 1960’lardaki çeşitli monografilerden de yararlanarak<sup>37</sup>, özellikle Doğu Anadolu gibi gelişmemiş bölgelerde ağa, bey ve şeyhlerin egemenliğindeki iktidar yapılanmasında şehir ve köy arasındaki ulaşım bağlantılarının önemine dikkat çeker. Bu bağlantıların artması, ağa tipi iktidar yapılanmasının etkisini kaybetmesine yardımcı olacaktır. Avcıoğlu’na göre gelişmemiş yörelerde halen kapitalizm öncesi ilişkilerin yaşanıyor olmasının kısmi nedenlerinden birisi ulaşım sistemindeki ilkeliktir.<sup>38</sup> Dolayısıyla Avcıoğlu, ulaşım yollarıyla ilgili makro ve mikro analizler yapmıştır.

Ulaşım yolları konusunda Avcıoğlu ve Ülgener arasında makro ve mikro bağlamda bu şekilde benzerlik ve farklılıklar varken; Köprülü ve Boratav arasında da mikro yönelimli benzerlikler bulunmaktadır. Bu iki bilim insanı, Türkiye’deki kültür üzerine incelemelerinde, bazı kültür ürünlerinin gerilemesinde, gelişmesinde veya yok olmasında ulaşım yollarına da paye biçerler. Ancak bu açıklamalarını uluslararası boyuttan ziyade ülke içini dikkate alarak, Ülgener ve Avcıoğlu’na göre daha mikro bir yaklaşım sergileyerek yaparlar.

Hem Köprülü’ye hem de Boratav’a göre âşık tarzı, Karagöz, meddah ve halk şairi geleneklerinin on dokuzuncu yüzyıl sonlarından başlayarak etki ve önemlerini kaybetmelerinde altyapısal ve üstyapısal etmenlerin rolleri vardır. Örneğin âşık tarzının önemini kaybetmesi konusunda Köprülü şunları yazar:

İkinci Meşrutiyet hareketinde ve bilhassa c[C]umhuriyet rejiminin kuruluşundan sonraki maddi ve manevi inkılab[p]lar bu zümreyi yaşatan içtimai şartları kökünden sarsmıştır. Tanzimat’tan beri merkezden muhite doğru yayılmaya çalışan yeni ideolojiler, mektep ve gazete hatta şu son senelerde sinema ve radyo gibi çok kuvvetli ve te’sirli yeni telkin ve terbiye vasıtaları, eski hayat görüşünü tamamıyla değiştirmeye başlamıştır. Memleket içinde her türlü münakele şebekelerinin ve vasıtalarının mütemedi çoğalması, birtakım merkezlerde devlet kapitalizmine dayanan büyük sanayileşme faaliyetinin kuvvetle başlaması, medrese ve tekke gibi Ortaçağ an’anelerini saklayan eski müesseselerin kaldırılması, halk terbiyesine gittikçe daha büyük bir ehemmiyet verilmesi, bütün memlekette maddi ve manevi yeni bir hayat görüşünün başladığını ve yeni bir içtimai nizamın kurulmak üzere olduğunu kat’i sürette anlatmaktadır.<sup>39</sup>

36 Doğan Avcıoğlu, *Türkiye’nin Düzeni: Dün-Bugün-Yarın* (İstanbul: Tekin Yayınevi, C.2, 1995b), s. 571-2; 620; 868-9.

37 Avcıoğlu özellikle Mübaccel Kıray’ın monografilerinden yararlanmıştır. Bunun yanında İsmail Beşikçi ile İbrahim Yasa’nın monografilerine de başvurmuştur.

38 A.g.e., s. 637-640.

39 Fuad Köprülü, *Edebiyat Araştırmaları* (Ankara: TTK, 1999), s. 165-6.

Boratav da benzer anlayışı savunur. Ona göre modern ulaşım bağlantıları sayesinde merkezden çevreye nakledilecek sinema, tiyatro, gazete, radyo gibi ürünler kahvehanelerde hikâye anlatma geleneğini söndürecektir.<sup>40</sup> Boratav, geleneksel ürünlerin yok olmasındaki en önemli nedenlerinden birisinin kır-şehir bağlantısının gelişmesi olduğunu savunmuştur.<sup>41</sup> Bu anlayışını her zaman koruyan Boratav, ölümünden bir yıl önce kendisiyle yapılan bir mülakatta folklorik ürünlerin niçin yok olduğuna dair bir soruya Köprülü’nün yukarıdaki açıklamasına çok benzer bir yanıt vermiştir:

Çünkü köyler boşalıyor. İnsanlar büyük şehirlere geliyorlar. Büyük şehirlerde hayat şartları bambaşka. Sanayileşme her tarafa yayılıyor. İnsanlar artık sanayinin etkisindedir. Köy şehir ilişkisi çok sıklaşıyor. Köylülerin şehirlere gelmelerinin dışında köy ile şehir ilişkisi çöküyor. Bu da gelenekleri unutturuyor. Eski gelenekler yavaş yavaş unutuluyor. Köylerin şartlarına göre gelişen kültür zayıflıyor.<sup>42</sup>

Boratav, 1937 yılında Paris’te yapılan bir konferanstaki izlenimlerinden de yararlanarak ulaşımındaki gelişmelerin kültürel ürünlerin dönüşümündeki etkisini şöyle açıklar:

Seyrüsefer ve nakil vasıtaları değişti. Otomobil atın, kamyon yük arabasının, demiryolu, motörlü kayak, kayığın ve yelkenlinin yerlerini tuttular. Bütün bu hallerde, sürat, gürültü ve bu nakil vasıtalarının sevk ve idaresi için lazım gelen dikkat ile, eski ağır ve muayyen muttarit ritimli yer değiştirmeye bağlı şarkıların uzlaşmaları imkansızdır. Aynı şekilde yürüyüş marşları da artık hemen hemen kalkmıştır. Zira köylü çok defa bisiklet veya motosiklete, sevkiyat askerleri trene biniyorlar; asker bir yerden bir yere kamyonla naklolunuyor.<sup>43</sup>

Dolayısıyla ulaşım teknolojisindeki gelişmelerin, köy-şehir ilişkisinin sıklaşmasının, göçün ve yeni eğlence alışkanlıklarının geleneksel medyayı ortadan kaldırdığı görüşü gerek Köprülü gerekse Boratav tarafından vurgulanmıştır.

Bu benzer anlayışta kimin kimden etkilendiği sorusu sorulduğunda ise Boratav’ın Köprülü’den etkilendiği açıktır. Halkbilime konu olan kültür ürünleri üzerine ilk çalışmalar Boratav’dan önce Köprülü tarafından yapılmıştır. İkinci olarak Boratav, Köprülü’nün öğrencisi olmuş; 1931-1932 yıllarında asistanlığını yapmıştır. Üstelik Köprülü, 1962 basımlı bir çalışmasında Boratav’ın 1930’lu yıllarda yayımlattığı bazı çalışmalarının aslında kendisi tarafından daha önce dile getirildiğini, buna karşın Boratav’ın bunu vurgulamadığından yakınmıştır.<sup>44</sup>

Köprülü ile Boratav’ın bazı kültürel ürünlerin değişiminde, dönüşümünde ve ortadan kalkmasında hem ‘fiziksel iletişim’e (geleneksel medya)

40 Pertev Naili Boratav, *Folklor ve Edebiyat* (İstanbul: Adam Yay., C.2, İkinci Basım, 1991), s. 214.

41 Ayhan Aydın, “Pertev Naili Boratav’la Söyleşi”, *Pertev Naili Boratav’a Armağan* içinde, Metin Turan (der.) (Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 1998), s. 7.

42 A.g.e., s. 7.

43 Pertev Naili Boratav, *Folklor ve Edebiyat* (İstanbul: Adam Yayınları, C.1, 1982), s. 77.

44 M. Fuad Köprülü, *Türk Edebiyat Tarihi* (İstanbul: Ötüken, Üçüncü Basım, 1986a), s. 182, dipnot.

hem de modern medyaya (kitap, radyo ve sinema gibi) işlev biçtiği görülüyor. Köprülü ile Boratav’ı, Batılı eleştirel kültür teorisyenleri gibi, sanayileşme gibi altyapısal etmenleri de özellikle vurgulamışlar. Her iki yazar bu çerçevede ulaşım yollarına da merkezi rol vermişlerdir. Oysa, özellikle Kültürel Çalışmalar yaklaşımında, ulaşım yolları analizlere alınmamış, genellikle çağdaş medyanın kültür yayıcı, kültürü dönüştürüp, manipüle edici ve izleyicilerin bu kültürü alımlaması gibi yönler üzerinde durulmuştur. Buradan dört yazarın çalışmalarının ortak temalarından bir diğerini oluşturan kültürü incelemek gerekir.

### Kültür

Çalışmanın girişinde belirtildiği gibi, iletişim çalışmalarının temellerinin kültür üzerine olan tartışmalardan beslenerek atıldığı düşünüldüğünde, Türkiye’deki iletişim araştırmalarının kökenlerinin öncelikle kültür üzerine yazılanların yeniden bir değerlendirmesinden geçerek bulunabileceği düşünülebilir.

Dört yazarın çalışmalarını kültür kavramını merkeze alarak okuduğumuzda Köprülü ile Boratav’ın açıklamaları arasındaki benzerlikler yine göze çarpar. Her ikisi de geleneksel kültür ürünlerinin tarihsel gelişimlerini, dönüşümlerini, içeriklerini ve başka kültürel ürünlerle ilişkilerini sosyal, siyasal ve ekonomik koşulları değerlendirerek incelemişlerdir. Ancak iletişim eksenli bir okumada göze çarpan hususlardan birisi, bu yazarların ‘popüler kültür’ kavramını kullanmamakla birlikte bu kültürün özelliklerine dair tarihsel ve sosyolojik açıklamalar yapmalarındır.

Bilindiği gibi genellikle iletişim ve sosyoloji disiplinlerinin bir alt alanında konumlanmış popüler kültür konusu Türkiye’de son yıllarda arabesk ve medyadan yansıyan popüler kültür ürünleri gibi daha çok yirminci yüzyıl görüngüleri üzerinde ve yine daha çok Batı’daki gelişmeler merkeze alınarak tartışılmıştır. Tartışmalarda Sanayi Devrimi odağa alınmış ve bu Devrim sonrasındaki kültürel oluşumların Türkiye’deki karşılığı aranmıştır. Bu arayış da kendisini 20. yüzyılın ortasına konumlamıştır.<sup>45</sup>

Köprülü ve Boratav’ın açıklamaları bu nedenle önemlidir. Her ikisi de Türkiye’de popüler kültürün geçmişini, gelişimini ve izlerini anlamamıza yardımcı olacak son derece önemli veriler sunmuşlardır. Köprülü, daha 1920’li yıllarda yayımlanan çalışmalarında ne köylerde ne de sarayda üretilen kültüre tam olarak benzeyen; hem alt kültürün hem de klasik yüksek kültürün özelliklerini içinde barındıran; hem büyü müstik dünyaya, hem de gündelik, dünyevi ve realist dünyaya yer veren; müphem, çelişki ve gerilimlerle yüklü kültür ürünlerinden söz etmiştir. Bunlar aşık tarzı, meddah hikâyeleri ve halk kitaplarıdır. Kentte doğan ve köylerde yaygınla-

şan bu ürünler daha çok sıradan insanın kültürünü temsil etmesine karşın yüksek kültürle de ilişkilidir. Yüksek kültürden kimseler bu ürünleri kendi mekânlarına alabildiği gibi, kendileri de bizatihi, örneğin kahvehane gibi mekânlarda, bu kültürün seyircileri olabilmektedirler. Dar bir zümrenin olmayan, her kesimden insanın tükettiği bir kültürdür bu ürünler.<sup>46</sup>

Boratav da tıpkı Köprülü gibi halk kültürü ile yüksek kültür arasında bağlantıyı sağlayan saz şairlerinin, hem halk kültürü hem de yüksek kültürden etkilendiklerini belirtmiştir. Boratav’ın kendi deyişiyle “folklor edebiyatıyla, yüksek edebiyat arasındaki mesafeyi bunlar” doldurmuşlardır.<sup>47</sup> Köprülü de saz şairlerinin hem halk kültürü, hem de yüksek kültürden etkilendiğini yazmıştır.<sup>48</sup> Boratav, ‘kültürsüz’ sanılan okumamış çoğunluğun Osmanlı Türkiye’sinde “aydınların ortamında oluşup dolambaçlı, gizil yollardan kendisine kadar ulaşabilen sızıntılarla düşün ve anlatım gücünü yoğunlaştır” dığını yazar.<sup>49</sup>

Boratav’ın Karagöz, meddahlık ve aşık tarzı üzerine yaptığı açıklamalar Köprülü’nün yaklaşımıyla paraleldir: Bu ürünler asıl olarak kente aittir, ne üst ne alt kültüre içinde sınıflandırılabilir ve içinde gerilim, çelişki, çatışma, uyum gibi pek çok unsuru barındırır. Boratav, Köprülü’nün zeminlerini hazırladığı çalışmaları ayrıntılandırır, geliştirir ve üzerine yeni ve özgün çalışmalar koyar, ancak kültüre yaklaşım açısından aralarında pek bir farklılık gözükmez.

Bunun dışında Boratav’ın Türkiye’de popüler kültürün gelişimi bağlamında yaptığı özgün bir katkısına değinmek gerekir. Boratav, 1942’de yayımlanan bir yazısında Zonguldak maden kömürü işletmesinde çalışan işçi sınıfı kültürünün ne tam kentli ne de tam köylü olan kültüründen örnekler verir ve bunun incelenmesini folklorun yeni sahalarından birisi olarak nitelendirir. Maden işçileri arasında yeni ‘efsaneler’ türemiştir. Boratav, modern bir sanayi çevresinde ne tam köylü ne de tam şehirlî yaşamı anlatan böyle efsanelerin ortaya çıkışını burada işçilik yapanların ‘sosyal ve psikolojik seviye itibarıyla, eski itiyatların hükmünden kurtulamayacak’ durumda olmalarına bağlar. Çevre modern olsa bile, buldukları konum itibarıyla o modernliğin gerisinde kalanların kültüründen halkbilimcilerin inceleyeceği materyaller çıkabilir. Boratav, bu konuda “Doğmak için müsait içtimai zihniyetler bulunduğu takdirde en modern muhitlerde bile yeni folklor mahsullerinin fıskırdığını görünce şaşmamak lazımdır” der.<sup>50</sup> Boratav doğan bu yeni kent kültürü olgusuna başka birkaç yazısında daha değinir. Bu yazılardan birisinde ku-

46 M. Fuad Köprülü, *Edebiyat Araştırmaları* (Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, İkinci Basım, 1986b), s. 165-193; 195-238; 360-412.

47 Boratav, Pertev Naili, *Halk Edebiyatı Dersleri* (İstanbul: Tarih Vakfı, C.1., 2000), s. 83.

48 M. Fuad Köprülü, “Türk Edebiyatında Aşık Tarzının Menşee ve Tekamülü”, *Köprülü’den Seçmeler* içinde, Orhan F. Köprülü (der.) (İstanbul: MEB Yayınları, 1990), s. 150-179.

49 Boratav, *Folklor ve Edebiyat*, s. 161.

50 A.g.e., s. 117-9.

45 Serdar Öztürk, “Fuat Köprülü’nün Çalışmalarından Türkiye Tarihindeki Popüler Kültürün İzlerini Bulmak”, *Türkiye’de İletişim Düşüncesinin Kökenleri* içinde, Serdar Öztürk (der.) (Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları, 2008), s. 24-28.

marhanelerde kumarçılar arasında oluşan yeni bir kültüre dair bilgiler verir. Boratav’a göre bu yeni kültür ‘eski oyun hurafe ve itikatleri’ ve ‘kader ve talihe inanma’ olgularını inceleyen halkbilim ‘hadiseleri’ değildir. Buna karşın tıpkı maden işçileri örneğinde olduğu gibi kumarhanelerde üretilen kültür ‘aynı psikolojik ve sosyal şartların çocuklarıdır.’<sup>51</sup>

Boratav’ın popüler kültür bağlamında özgün katkıları özellikle, kendisinin ‘piyasa müziği’ adını verdiği müzik türüne dair açıklamalarında daha belirgindir. Boratav popüler kültür kavramı kullanmadan bu müzik türü hakkında bilgiler vermiştir. Tıpkı Adorno<sup>52</sup> gibi halk kültürünü sanat kabul eden Boratav, ancak hiçbir kimliğe girmeyen ‘piyasa müziği’ gibi ara türlerin bu nitelikten yoksun olduğuna inanır. Sanatsallık ölçütü ise Boratav’ı popüler kültürün ‘piyasa müziği’ türlerine karşı çıkmaya yöneltir:

[A]lelade piyasa müziğinin radyomuzda gittikçe yerini sağlamlaştırması meselesi üzerinde nedense kimse duramıyor. Ahmet Adnan gibi tek tük feryat edenlerin sesleri bir müddet boşlukta öttükten sonra sönüp gidiyor. Neden bu mevzu açıkça münakaşa edilemiyor. Niçin? Bilmiyoruz! Mesut Cemil dahi, Ahmet Adnan’ın en ağır tenkitleri bu noktada toplandığı halde, buna hiç dokunmuyor.<sup>53</sup>

Boratav’ın bu incelemelerinde sözünü ettiği kültürün popüler kültür olduğu aşikârdır. Oysa Meral Özbek, 1960’larda ortaya çıkan arabeskin “Türkiye’nin batısı ile doğusunun (kenti ile kırının) karşılaşmasının ilk popüler ürünü olduğu söylenebilir”<sup>54</sup> demektedir. Bundan kasıt eğer büyük çapta bir buluşmanın sonucu üretilen kültürden söz ediliyorsa doğru olabilir; ancak “ilk”ler anlamında kullanılıyorsa kesinlikle yanlıştır. Aslında popüler kültür konusunda daha geriye, Köprülü’nün çalışmalarında belirttiği geleneksel bazı türlere inmek gerekir. Daha önce belirtildiği gibi, Köprülü de kavram kullanmadan yeni bir kültürden bahsetmişti. Köprülü’nün çalışmaları incelendiğinde, sufilerin klasik Arap-Fars edebi metinlerini halkın düzeyine indirmek için yazdıkları halk kitaplarını, özellikle on altıncı yüzyılda kahvehanelerin ortaya çıkmasından sonra aşık tarzını ve Karagöz ve meddah gibi ürünleri Türkiye tarihinde ilk popüler kültür ürünleri olarak kabul etmek gerekir.

Buraya kadar Boratav ile Köprülü’nün genel olarak ‘kültür’, özel olarak da ‘popüler kültür’e yönelik bu açıklamaları, her iki yazarın, Gramsci’den de etkilenecek teorik argümanlarını kuran İngiliz Kültürel Çalışmalarıyla benzer düşünceler ortaya koyduklarını gösterir. Her iki bilim insanı da öncelikle Kültürel Çalışmalar Okulu gibi kültürün antropolojik tanımını benimsemişlerdir. Kültürel Çalışmalar yaklaşımı içerisindeki aydınlar, kültürün ‘sıradan’, ‘tüm bir yaşam biçimi’ anlamına gelen antropolojik tanımını

nı benimsemişlerdi. Köprülü ile Boratav’ın da yaklaşımı benzerdir ve belki de halkbilimi üzerine yazan bu bilim insanlarının halkın sıradan yaşamını merkeze alan bir kültür tanımında birleşmeleri doğaldı. Kavram kullanmadan da olsa, popüler kültüre yönelik yaklaşımları ise bu kültürün gerilimli, çelişkili, hem tutucu hem de direnişi içinde barındıran yönünü, kentli ve pek çok kültürün iç içe geçmiş melez doğasını öne çıkarmaktadır.

Sıradan insanların düşünce dünyalarını anlamada edebiyat ve folklorik ürünlerden yararlanma noktasında Ülgener’in de, Boratav ve Köprülü ile benzeşen noktaları vardır. Ülgener iktisat çalışmalarında incelenen dönemin zihniyetini anlamak açısından bir halk türküsünden bile yararlanmanın önemini dile getirir, çalışmalarında bu tür kültür ürünlerinden yararlanır. Ona göre “insana yaklaşmak, onu hakiki fizyonomisi ile zamanın ve muhitin zihniyetinden duyup anlamaya çalışmak, kültür tarihçisi ile beraber iktisat tarihçisi için de yeni ve kuvvetli bir ihtiyaç”tır.<sup>55</sup> İktisat tarihi mutlaka kültür tarihini göz önüne alarak incelemeler yapılmalıdır.<sup>56</sup> Ülgener, temel eserlerini bu anlayış doğrultusunda üretmiştir. İncelediği dönemin zihniyetini ortaya çıkarmak açısından edebiyat eserlerinden hatta gölge oyunundan yararlanmıştı. Örneğin, Türkiye’de aydın ve sıradan insan arasındaki iletişimsizliği hayal oyunundan yararlanarak açıklar: Karagöz, sokağın basit ve cahil insanını, Hacivat ise ağdalı dille bilgiçlik havası taslayan seçkin insanı temsil eder. Kelime oyunları ile sıradan insanı ezmeye çalışan Hacivat gibi aydınlar, Türkiye tarihinde sıradan insanlar tarafından “ukalâ” damgasını yemişlerdir.<sup>57</sup>

Kültürü merkeze aldığımızda, Avcıoğlu bu üç düşünürden biraz farklı bir yeredir. Siyaset, iktisat, sosyoloji ve tarih eksenli olan çalışmalarında Avcıoğlu, geleneksel kültür ürünlerinden yararlanarak zihniyet analizlerine girişmez. Bunu yapmadığı gibi kendi ana argümanının temelini oluşturan merkez-çevre teorisinde ve emperyalizm tartışmalarında, örneğin kültür emperyalizmi konusu üzerinde yeterince durmaz. Türkiye’nin sorununu daha ziyade iktisadi kalkınma sorunsalına yaslaması nedeniyle, Avcıoğlu’nun Türkiye’de kültür emperyalizmi konusuna niçin yeterince temas etmediğini anlamak bir ölçüde kolay olsa gerektir.

Gelgelelim Avcıoğlu ile Ülgener’in çalışmaları arasında, Boratav ve Köprülü’nün eserleri arasında görülmeyen bir ortaklık vardır: Her ikisi de Türkiye’nin geri kalmışlık ve çözülme sürecinde gösterişçi tüketim ve lüks tüketim gibi kültürün tüketim boyutu üzerine açıklamalar yaparlar. Hatta Avcıoğlu’na göre Türkiye’nin yirminci yüzyılda bile geri kalmış bir ülke görüntüsünün temel nedenlerinden birisi savruk ve Türkiye’nin gerçek ihtiyaçlarının dışındaki alanlarda yapılan tüketim harcamalarıdır. Tüketim, aynı zamanda, Veblen’in kavramsallaştırdığı gibi kişilerin haiz

51 Boratav, *Halk Edebiyatı Dersleri*, s. 25.

52 Theodor W. Adorno, *Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi* (Ankara: İletişim, 2007).

53 Boratav, *Folklor ve Edebiyat*, s. 140.

54 Meral Özbek, *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski* (İstanbul: İletişim Yayınları, 1994), s. 141.

55 Ülgener, *Toplu Eserler*, s. 22

56 A.g.e., s. 24.

57 A.g.e., s. 485.

oldukları sınıfsal statülerini kamuya göstermek amacıyla çoğunlukla ‘gösterişçi tüketim’ biçiminde gerçekleşmektedir. Reklamcılık ve halkla ilişkiler faaliyetleri ise, gerçek üretim faaliyetleriyle meşgul olabilecek entelektüel beyinlerin üretken olmayan faaliyetlerle uğraşması/uğraştırılması anlamına gelmektedir. Toplum, ihtiyaçlarının üzerinde bir tüketim faaliyetine yöneltilmektedir. Bu yöneltim faaliyetinde ise reklamcılık ve halkla ilişkiler etkinlikleri yanında, televizyon ve basın da kullanılmaktadır. Avcıoğlu, 1960’lar Türkiye’sinde televizyonun lüks bir tüketim olduğuna değinir. Televizyon iki anlamda lüks bir tüketimdir: Hem Batı’da üretilen ve üçüncü dünyaya satılan teknolojik boyutu itibarıyla, hem de televizyon içeriğinin halihazırdaki lüks tüketimi, gösterişçi tüketimi özendirme nedeniyle. Bu anlamıyla Türkiye toplumunda televizyon, Avcıoğlu’nun gözünde tüketimi manipüle edici bir araç gibi algılanır.<sup>58</sup> Avcıoğlu, geniş çapta gerçekleştirilecek ‘millileştirmelerle’, ‘gösterişçi lüks tüketim harcamalarının’ yol açtığı ‘kaynak israfı’nın sanayi yatırımlarına dönüştürüleceğini belirterek<sup>59</sup> gösterişçi tüketimi önlemenin yolunu da önerir.

Avcıoğlu’nun bu konulara ilişkin değini düzeyindeki analizlerinde Ülgener’e atıf yaptığı görülmektedir. Ülgener ise meseleyi daha ayrıntılı incelemiştir. Ülgener de tıpkı Avcıoğlu gibi gösterişçi tüketimi irrasyonel tüketim olarak ele alır ve Türkiye’nin temel sorunlarından birisinin bu tür tüketim anlayışının sıradan insanlara bile nüfuz etmesi olduğunu savunur. Ülgener’in ilk defa 1953’te yayımlanan bir makalesinin başlığı bile gösterişçi tüketimin tehlikelerini vurgulamaktadır: “Gösteriş Maksadiyle İstihlak Meselesi ve Türkiye’nin İktisadi Gelişme ve Kalkınmasındaki Zararlı Tesirleri.”<sup>60</sup> Ülgener bu yazısında Türkiye’de tüketim ve sermaye yatırımlarının genellikle gösteriş uğruna yapıldığını, bu durumun iktisadi gelişmeyi geciktirdiğini savunur. Gösterişçi tüketim konusuna ilk defa Thorstein Veblen işaret etmiştir. Kavram, zengin ve girişimci sınıfların iktisadi bir amaç yerine gösteriş ve birbirleriyle yarışma hevesleriyle tüketime yönelmeleri ve yatırıma girişmelerini anlatmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede gösterişçi tüketimin zararları son yıllarda iyiden iyiye görülmeye başlamıştır. Köylerde daha önceleri koyun gibi hayvanlara sahip olmak üstünlüğün belirtisi sayılırken, artık traktör sayısı üstünlüğün göstergesi kabul edilmektedir. Traktör ve benzeri taşıtlar civar kasaba ve köylerde düğün ve oyunlara, hatta sinema seanslarına gitmek üzere binek olarak kullanılmaktadır. Pazar kurulmadan bir gün önce traktörleriyle şehre ve kasabalara gelip, yan yana park ettikleri traktörlerinde sabaha kadar uyuyan köylülere rastlanmaktadır. Böylece aslında üretim amacıyla tasarlanan bir taşıt aracı, amacı dışında başka işlevlerle ve üretim dışı kullanılmaktadır. Türkiye gibi az gelişmiş ülkelerde bu tür uygulamaların sık görülmesinin en önemli

58 Avcıoğlu, *Türkiye’nin Düzeni*, C.2, s. 112; 821-7; 991 vd.

59 Gökhan Atılğan, *Kemalizm ile Marksizm Arasında Geleneksel Aydınlar: Yön-Devrim Hareketi* (İstanbul: Tüstav, 2002), s. 132.

60 Ülgener, *Toplu Eserler*, s. 185-191.

nedeni, genellikle düşük gelir düzeyinde yaşayan sıradan insanların, sürekli baskı altında tuttukları tüketim meylinin ‘uyuklar halden’ çıkmasıdır. Bir diğer nedeni, Türkiye’deki insanların gelişmiş ülkelerin yaşam standardını ve tüketim alışkanlıklarını film ve gazete röportajları aracılığıyla tanımlarıdır. Belirli tabakalar, ufak bir fırsat yaratıldığında bu hayat standardına uymaya çalışmaktadır. Kısaca Ülgener de aynen Avcıoğlu gibi medyanın gösterişçi tüketimin oluşması ve yaygınlaşmasındaki işlevine değinmektedir. Ancak yinelemek gerekirse aralarında bir fark vardır: Ülgener, Avcıoğlu’na göre konuyu daha ayrıntılı incelemiştir. Ülgener, özellikle *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası* başlıklı temel çalışmasında bu konuyu tarihsel ve sosyolojik olarak ayrıntılı analiz eder. Bunun dışında değişik tarihlerde yazdığı makalelerinde gösterişçi tüketimin az gelişmiş ülkeler açısından yarattığı sorunları vurgulamıştır. Örneğin 1950’lerin ortalarında yayımlanan bir makalesinde şunları söyler:

Az gelişmiş memleketlerde gelir artışını tasarruf ve müstakbel cihazlanma aleyhine yürüten sebepler arasında “gösteriş uğruna istihlak”ın mühim bir yeri olmak lazımdır. Bu gibi memleketlerin iktisadi ve sosyal inkişafını gözden geçirirken üzerinde en fazla durulması gereken noktalardan biri fikrimizce buradadır. ... istihsal vasıtalarının bile çok defa prodüktif maksatlar yanında gösteriş uğruna âlet edildikleri görülmektedir. Bu hal, iktisadi inkişafı geciktirmek istidadını taşıyan bir âmil olarak dikkatle gözden geçirilmeğe değer.<sup>61</sup>

İktisatçı olması nedeniyle ‘ihtiyaç’ ve ‘tüketim’ kavramları üzerinde duran Ülgener, Avcıoğlu’ndan daha önce medya-ihtiyaç-tüketim kültürü arasındaki ilişkilere değinmiştir. Ülgener’e göre ihtiyaçlar geçim, kültür ve lüks ihtiyaçlar olmak üzere üçe ayrılabilir. Yeme, içme, barınma gibi zorunlu ihtiyaçlar geçim ihtiyaçlarıdır. Kültür ihtiyaçları, ortalama geçim ve yaşam düzeyindeki bilgiyi, görgüyü içerir. Lüks ihtiyaçlar geçim ve kültür ihtiyaçlarının üzerinde ve genellikle daha üst sınıfsal konumlardaki insanların duyduğu ihtiyaçlardır. Ancak bu ihtiyaçlar evrensel midir, yoksa Avcıoğlu’nun savunduğu gibi ülke koşullarına göre değişkenlik gösterirler mi? Ülgener’i dikkatli bir okuma, yanıtın ikincisi olduğunu gösterir: İhtiyaçlar ülke koşullarına göre farklılaşır ve örneğin otomobil ve televizyon gibi bir araç Batı’da lüks ihtiyaçlar kategorisinde yer almazken, Türkiye’de lüks ihtiyaç haline gelir. Dolayısıyla uygarlık düzeyine göre ihtiyaçların sıralaması da değişmektedir.<sup>62</sup> 1950’lerin ortalarında bunları yazan Ülgener, 1970’lere geldiğinde radyo ve televizyon gibi araçların zihinlerde ihtiyaçlar yaratacak şekilde işlediğini daha çarpıcı şekilde vurgular. Yani, tıpkı Avcıoğlu gibi Ülgener de medyanın ihtiyaçların oluşması, kök salması ve gelişmesinde manipüle edici yönüne değinir. Hatta Ülgener, bu araçları ‘yayın ve propaganda araçları’ olarak niteler.<sup>63</sup>

61 A.g.e, s. 201, vurgu Ülgener’e ait.

62 Sabri F. Ülgener, *İktisat Dersleri* (Ankara: SBF, 1956), s. 17.

63 Sabri F. Ülgener, *Zihniyet, Aydınlar ve İzm’ler* (İstanbul: Der’in Yayınları, 2006d), s. 99.



Ülgener, diğer üç düşünürden farklı olarak kitle iletişim araçlarının sloganlaşmadaki yerini kapsamlı incelemiştir. Özgün baskısı 1979’da yapılan “I. Slogan Çağı ve ‘İzm’ler Savaşı” başlıklı makalesinde kavramların bağlamından koparılıp içinin boşaltılması ve geriye sloganik ve propaganda öğeleri yüklü iletilerin kalması sürecinin nedenlerini ve sonuçlarını iletişim araçlarını da analize katarak tartışmıştır. Ülgener “tarihin hiçbir döneminde görülmediği kadar baş döndürücü bir slogan yarışmasının tam içinde” olmamızı<sup>64</sup> kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına bağlar. Kitle haberleşme araçları bir merkezden üretilen “sözler ve deyimleri” milyonlara sunmaktadır. Bu söz ve deyimler ise halkın dilinde kullanıla kullanıla asıl anlamını kaybetmekte ve sloganlaşmaktadır. “Boş kalıp ve klişeler” olan sloganlar ise akıl ve mantık dilinin karşı kutbundadır.<sup>65</sup>

Ülgener, dilin nesnel kullanımına inandığından ‘ezbere kalıplar halinde belleme’ye ve ‘bellediğini sıralı sırasız tekrarlayıp durma’ya karşı çıkar. Bu karşı çıkış, onu popüler ve ucuz yayınlara olumsuz tavır almaya götürür. Özellikle cep kitapları Ülgener’in hedefindedir. Ona göre “[g]ünümüz yayın pazarı renk renk ve desen düzenlemeleri altında alıcısına –okuyucuya sunduğu ve yerine göre kaldırımlara kadar taşıdığı cep kitapları”nın hemen hepsi alışılmış sözcük ve cümle yapısı ile okuyucuyu “kısıktırak” yakalamakta ve hep “beylik söz ve tekerlemeleri göz[ü] kapalı birbiri peşine dizmekte”dir.<sup>66</sup> Bu tür yayınlar, okuyucuları “robotlaştırmaktadır. Bunların çoğu “siyaset edebiyatının ezber kalıplarını (‘izm’leri)” arka arkaya sıralamakta, olayların görünür yüzlerine bakmaktadır. Tarafli tarafsız çoğu cep kitabı sözcük ve cümle yapısı ile “bir tornadan çıkmışa benzemektedir”:

Birine göz gezdirirken aynı kelime ve deyimlerin alışılmış kalıpları içinde daha başkalarında hemen olduğu gibi tekrarlandığını sezmemek mümkün değildir. Evet, aynı sözleri birkaç gün önce başkalarının ağzından veya kaleminden dinlemiş ve okumuşuzdur; belki önce hangisinden başlayıp sıra ile hangilerine atladığını tam olarak kestirmemekle beraber!<sup>67</sup>

Ülgener, bütün bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere standartlaşmaya, analitik bir dil yerine sloganik ve kalıplaşmış bir dil kullanmaya, rejim ve düzen gibi ciddi içerikli konuların popüler bir tarzda işlenmesine karşıdır. Bu karşıtlık onu doğrudan kitle iletişim araçlarının ucuz, basit yayınlara yönelik eleştiri yapmaya götürür. Bu araçların sloganlaşmış, standartlaştırılmış ve klişeleşmiş yayınları herkesin tektip ve aynı biçimde konuştuğu bir toplum yaratmaktadır.

Çıkardığı *Yön ve Devrim* dergileriyle düzen değişikliği veya kendi deyimleriyle devrim yapmak isteyen Avcıoğlu, kitle iletişim araçları hakkında böyle kapsamlı ve olumsuz eleştirilerde bulunmamıştır. Oysa yayıncılık fa-

aliyetinin merkezinde yer alan ve üstelik yayıncılığa toplumsal dönüşüm işlevi biçen bir aydının bu konular üzerinde durması beklenebilirdi. Belki de teori ve eylemi birleştiren birisi olarak Avcıoğlu’nun ne yayıncılığın ideolojik işlevleri ne de kapitalizmin kendini yenilemesindeki yeri üzerinde düşünecek zamanı yoktu.

Boratav’ın ve Köprülü’nün gazete, radyo, sinema ve televizyon gibi araçlara yönelik bakışları nasıldı? Köprülü, 1962’de öldüğünde Türkiye’de TRT televizyonu yayınları henüz başlamadığı için Köprülü’nün eserlerinde televizyona dair görüşlere rastlamak mümkün değildir. Gazete, radyo ve sinema ele alındığında ise daha önce kısmen değinildiği üzere gerek Boratav’ın gerekse Köprülü’nün bu araçlara Ülgener gibi sert eleştiriler yöneltmedikleri görülür. Boratav ve Köprülü geleneksel ürünlerin yerine gazetenin, radyonun ve gramofon plağının geçmesine ağıt yakmamışlar, daha çok durum tespiti düzeyinde kalmayı yeğlemişlerdir. Önerdikleri sadece halk kültürü ürünlerinin folklorik bir malzeme olarak korunmasına özen gösterilmesidir.

Ülgener’in bir tarafta, Boratav ile Köprülü diğer tarafta olmak üzere medyaya bakıştaki bu farklılıkların birkaç nedeni olabilir. İlki, Köprülü ve Boratav’ın kültür ürünlerinin dönüşümünde daha deterministik bir yaklaşım benimsemeleridir. Altyapısal gelişmelerin kaçınılmaz bir şekilde kültür ürünlerini dönüştüreceği, insani eylemliliğin bu dönüşüme engel olmayacağı her iki düşünürün de ortak görüşüdür. İki yazar arasındaki fark, Köprülü’nün Tanzimat’tan sonra merkezden yayılan ideolojiler gibi üstyapısal etmenlerin de dönüşümde etkisi olduğunu vurgulamasıdır. Bu ise nihayetle ikisi arasında niteliksel değil daha çok yapısal koşulları vurgulamada bir derece farkıdır. Ülgener ise çalışmalarında Weberci sosyolojiyi ve dolaşısıyla insani eylemliliği referans aldığı için Köprülü ve Boratav’dan farklılaşmaktadır. Böyle olduğu içindir ki Ülgener, aslında kitle iletişim araçlarına yönelik eleştirisini teknolojik determinizm zaviyesinden değil, o teknolojinin berisinde yer alan, teknolojiyi de üreten ‘insan’a yönelik yapmıştır. Ülgener’e göre çağın sloganlaşmasında esas suçlu ne ortada ve ağızlarda dolaşan ‘izm’li klişeler ne de onları yayan medyadır. Bunlar, gerçek yaşamla bağlantısını kaybetmiş “hayali gövde”lerdir. Asıl suçlu, bunlara saplanıp kalan insandır. Ülgener’in deyimleriyle “[k]usurlu olan, kısacası, “izm”den önce oyun alanına sürdüğümüz insan takımı ve davranışı!”dır.<sup>68</sup> Ülgener’e göre sloganik çağa, “izm”lere ilişkin bunalım aslında günümüz insanından kaynaklıdır. İnsan, “basma kalıp kaçınıcı elden aktarma kitapları okuya ezberleye hazır klişelerin slogan ve izmlerin tutsağı haline gelir.” Oysa bunların eleştirel süzgeçten geçirilmeleri gerekmektedir. Çözüm de insana bağlıdır. İnsan, “sloganlaşmış deyim ve terimlerin sis perdesini aşip arkasına inmedikçe, insan ve toplum gerçeğini değerlendirmede yol kat edemez.”<sup>69</sup>

64 A.g.e., s. 215.

65 A.g.e., s. 215-6.

66 A.g.e., s. 217.

67 A.g.e., s. 217.

68 A.g.e., s. 232.

69 A.g.e., s. 231-5.

Bu dört bilim insanı ve aydınının medyaya, tüketime ve medya ürünlerinin alımlanmasına yönelik değerlendirmeleri dikkate alındığında teknolojik determinist bir çizgide olmadıkları görülmektedir. İletişim kuramlarında Harold Innis’le başlayan, Marshall McLuhan’la doruk noktasına ulaşan teknolojik determinist anlayış, iletişim teknolojilerindeki dönüşümlerin imparatorlukların yönetim biçimlerini belirlediğini<sup>70</sup>, kültürel dönüşümlerin asıl belirleyici etmeni olduğunu<sup>71</sup> savunmuştur. Buna karşın, Boratav’ın, matbaanın Avrupa’da ilerlemenin veya Türkiye’de gerilemenin bir nedeni değil, sonucu olduğunu; bu teknolojinin asıl olarak var olan bir yapı ve kültür üzerinde ortaya çıktığını vurgulaması<sup>72</sup>, Köprülü’nün ideoloji gibi üstyapısal etmenler ile ekonomik ilişkilerin kültürel dönüşümlerdeki yerini eş derecede belirtmesi; Avcıoğlu’nun teknolojiden ziyade teknolojinin de içinde yer aldığı üretim biçimi ve ilişkilerine yönelik açıklamaları ve Sabri Ülgener’in hem çağın sloganlaşmasında hem de medyadan yayılan ürünlerin kitleler üzerindeki etkililiğinde sorumluluğun teknolojiyi üreten ve kullanan insan faktöründe olduğunu, bu nedenle izleyicilerin eleştirel bir izleme yapması gerektiğini ifade etmesi bu makalede incelenen dört bilim insanı ve aydınının teknolojik determinizmin uzağında bir yerde konumlandıklarını anlatır.

### Yöneten-Yönetilen Etkileşimi

Avcıoğlu ile Ülgener’in yöntemi ve yaklaşımlarındaki pek çok farklılığa karşın iletişim merkezli bir okuma çalışması Türkiye’de yöneten-yönetilen iletişimi açısından aralarında önemli benzerlikler taşıdıklarını göstermektedir. Her ikisi de, aşağıda ayrıntılı belirtileceği üzere, Türkiye’de içlerinde aydınların da olduğu toplumun üst kesimlerindeki kadro ile toplumun geniş kesimlerini oluşturan yönetilen sıradan insanlar arasındaki iletişim sorunu üzerinde durmuşlardır. Boratav ve Köprülü’nün çalışmalarında ise sıradan insanların kültürü ile yüksek sınıfların kültürü arasında zaman zaman karşılaştırmalar yapılmış ve iki katman arasındaki iletişimi sağlayan unsurlara değinilmiştir. Boratav ile Köprülü’nün çalışmalarında yöneten-yönetilen iletişimi daha çok ‘kültür’ sorunsalı etrafından işlenmişken, Avcıoğlu ve Ülgener de ‘yöneten/aydın’ problemi ve biraz da siyaset bilimi

70 Harold A. Innis, *İmparatorluk ve İletişim Araçları* (Ankara: Ütopya, 2006), Çev. Nurcan Törenli.

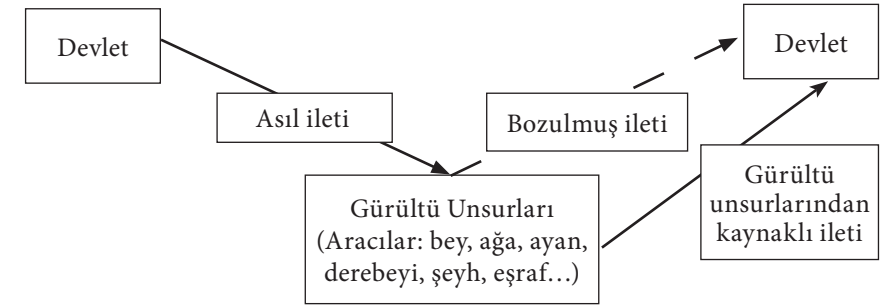
71 Marshall McLuhan, *Understanding Media* (New York: Routledge ve Kegan Paul, 1967). McLuhan’ın söz, yazı ve elektrik dünyası arasında yaptığı karşıtlık ve her tarihsel gelişmeyi bu üç unsura dayanarak açıklaması, teknolojiyi belirleyici bir konuma yerleştirme bağlamında McLuhan kadar olmasa bile başka yazarlar tarafından geliştirilerek devam ettirilmiştir. Bunlar arasında şunlar sayılabilir: Walter J. Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözüün Teknolojileşmesi* (İstanbul: Metis, Üçüncü Basım, 2003), Çev. Sema Postacıoğlu; Bary Sanders, *Öküzün Ası: Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi* (İstanbul: Ayrıntı, 1999), Çev. Şehnaz Tahir; Jacques Ellul, *Sözüün Düşüşü* (İstanbul: Paradigma, 2004, İkinci Basım), Çev. Hüsamettin Arslan.

72 Pertev Naili Boratav, “Namık Kemal’in Gazeteciliği”, *Namık Kemal Hakkında* içinde, (Ankara: AÜDTCE, 1942), s. 166.

eksenli bir patikada incelenmiştir. Çeşitli iletişim teorilerinden de yararlanarak özetlenen bu noktaları açmak gerekir.

İletişim alanındaki ilk kuramlardan birisi Shannon ve Weaver’ın 1949 yılında geliştirdiği Matematiksel İletişim Kuramı’dır.<sup>73</sup> Kurama göre belirli bir enformasyon kaynağından gönderilen mesajlar, hedef tarafından doğru algılanmalıdır. İletiyi doğru algılama iletişimin başarıya ulaşmasının ön koşuludur. İletinin doğru algılanmasını engelleyen en önemli unsur, iletişim kaynağı ile hedefi arasında giren ‘gürültü’dür. Gürültü, örneğin akustik sorunlar olabilir. Bir telefon konuşmasında teknik sorunlardan kaynaklanan parazit, gürültüdür. Bu tür sorunların üstesinden gelmek için teknik sorunların çözümü yanında örneğin kaynağın bol tekrarlar yapması önemlidir.

Avcıoğlu ve Ülgener’in Türkiye’de devlet/aydın/yöneticiler ile yönetilen toplum kesimleri arasındaki iletişimsizliğe dair anlatımları bu modelden yararlanarak çözümlenebilir. Bu çözümlemede daha önce Avcıoğlu’nun *Türkiye’nin Düzeni* başlıklı çalışmasını analiz ettiğim başka bir makalede kullandığım modelin aynısı<sup>74</sup> Ülgener’e de uyarlanabilir:



Şekil 1- Avcıoğlu’nun ve Ülgener’in açıklamalarına göre Türkiye’deki devlet-toplum ilişkilerinin durumu

Merkezden kaynaklanan iletilerin bazı aracı kişiler ve kurumlar tarafından bozularak geniş toplum katmanlarına aktarılması gerek Avcıoğlu’nun gerekse Ülgener’in açıklamalarındaki merkezi temalardan birisini teşkil eder. Avcıoğlu, argümanlarında iletiler ve içerikler üzerinde fazla durmamış, analizlerini daha çok merkezi devletin icraatlarıyla toplumu dönüştürmesi etrafında yapmıştır. Aydın, asker, bürokrat gibi kesimlerden oluşan ilericiler koalisyonunun toplumu dönüştürebilmesi için merkez-halk buluşmasına engel olan bütün araçlar koalisyonunun elimine edilmesi gerekmektedir. Bunlar, deyim yerindeyse devlet-toplum buluşmasını engelleyen parazit işlevi görürler. Özellikle *Türkiye’nin Düzeni*’ne örülü bu görüşleriyle

73 Matematiksel İletişim Kuramı hakkında bilgi için bkz. Denis Mcquail ve Sven Windahl, *İletişim Modelleri*, (Ankara: İmge, 2005), Çev. Konca Yumlu, 2. Baskı, s. 30-33.

74 Serdar Öztürk, “Türkiye’nin Düzeni’ni İletişim Açısından Okumak”, *Mülkiye*, Cilt XXX, Sayı 253, s. 29-57.

Avcıoğlu, devlet-toplum arasına giren bu unsurların Türkiye’nin geri kalma-şlığında önemli olduklarını düşünür. Bu unsurlar merkezi iktidardan gelen iletileri –kesikli okta gösterildiği gibi– topluma bozulmuş biçimde aktarmaktadırlar. Ama diğer yandan bu unsurlar, bizzat kendilerinin ürettikleri iletileri de topluma yayacaklardır. Kısaca gürültü unsurları, hem kaynaktan gönderilen mesajların bozucusu olarak bir aktarıcı, hem de kendisinin ileti ürettiği bir kaynak gibi ikili bir işleve sahiptir.

Bu noktada iletişim kuramlarından ilklerinden olan Shannon-Weaver’in Matematiksel İletişim Kuramı’nın Avcıoğlu’nun çalışmalarıyla karşılaştırmak ilginç olabilir. Matematiksel İletişim Kuramı, daha önce belirtildiği gibi gönderici-ileti-hedef biçiminde basitçe formüle edilebilecek bir kuramdır. Bu kuramda en önemli problem, göndericinin en uygun anlamları ve hiçbir teknik sorun yaşamadan karşı tarafa iletmesidir. Bu iletimi engelleyen her şey ‘gürültü’ olarak değerlendirilir. Kurama göre en etkin ve verimli iletişimin gerçekleştirilmesi için gürültü probleminin halledilmesi gerekir.

‘Gürültü’ kavramından hareket edildiğinde, Avcıoğlu’nun yaklaşımında devlet-toplum iletişimini engelleyen aracı unsurları ‘gürültü unsurları’ olarak adlandırmak yanlış olmayacaktır çünkü aynen Shannon-Weaver’da olduğu gibi en verimli ve en etkin iletişimin gerçekleşmesini engelleyen unsurlardır bunlar. İdealde olması gereken, gürültü sorununun çözülmesidir.

Bu araçları, ‘kanaat önderi’ kavramıyla nitelendirmek mümkün müdür? Soruyu yanıtlamak için kavramın özgün halini incelemek yerindedir. Kanaat önderi, bilindiği gibi Paul F. Lazarsfeld tarafından Amerika’da 1940’lardaki seçim araştırmalarından üretilmiş bir kavramdır. Lazarsfeld yaptığı ampirik araştırmalarında, çoğu insanın oy verme davranışlarında doğrudan kitle iletişim araçları yerine kitle iletişim araçlarından gelen iletileri süzen ve yorumlayan araçlara bağımlı olduklarını ortaya çıkarmıştır. Toplum içinde kanaat önderi işlevini üstlenen çok farklı konumlarda insan bulunmaktadır, bunlar genellikle sahip oldukları bilgi düzeyleri, mesleki konumları, eğitimleri ve topluluk, aile ve toplum içerisindeki saygınlıklarıyla çoğu insan tarafından görüşlerine itibar edilen kişilerdir. Lazarsfeld’in buna ilişkin kuramı ‘İki Aşamalı Akış’ olarak bilinir.

İlk bakışta Avcıoğlu’nun açıklamalarındaki aracı unsurlar/gürültü unsurları ile Lazarsfeld’in İki Aşamalı Akışındaki kanaat önderi arasında önemli benzerlikler var gibidir: Bunlar ileti kaynağı ile iletiyi alanlar arasında aracı konumdadırlar. İletiyi alanlar, aracı konumdaki bu kişilerin görüşlerine itibar ederler. Gelgelelim daha derinlikli bir analiz aralarında önemli farklar da olduğunu gösterir. İlk olarak Batı’da geliştirilen iki aşamalı –ve sonra çok aşamalı– model, iletinin kaynağı olarak kitle iletişim araçlarına odaklanmıştır. Buna karşın, yukarıda görüldüğü gibi, Avcıoğlu, siyasal iktidarı ve elitleri topluma iletilecek mesajların kaynağı olarak görmüştür. Yani, iki aşamalı modelde iletinin üretim merkezi olarak düşünülen kitle iletişim

araçlarının Avcıoğlu’nun düşüncelerinden çıkardığımız modeldeki karşılığı, bizzat siyasal iktidardır. İkinci olarak Batı’daki araştırmalarda, toplumla yüz yüze iletişim içerisinde bulunmaları, eğitilmiş ve bilgili olmaları ve kitle iletişim araçlarının etkilerini sınırlandırmaları dolayısıyla kanaat önderlerine “olumlu” rol atfedilmiştir. Bu çalışmalarda kanaat önderleri asıl olarak kitle iletişim araçlarından gelen iletilerin ‘bozulmasındaki’ işlevleriyle değil, ‘yorumlanmasındaki’ işlevleriyle anılırlar. Kanaat önderleri, kitle iletişim araçlarından gelen iletileri topluma iletmede bir tür ‘yorumcu’ konumunda algılanırlar. Oysa Avcıoğlu, Türkiye’deki aracı unsurlara böyle olumlu rol atfetmez; tam tersine, bunları, devletin ortadan kaldırması gereken ‘olumsuz’ unsurlar olarak görür. Matematiksel modeldeki gürültü kavramı, işte tam bu noktada Avcıoğlu’nun araçlara yönelik olumsuz betimlemelerine uygun düşer. Çünkü, belirtildiği gibi matematiksel modele göre gürültü, enformasyon kaynağı açısından etkili bir iletişimi engelleyen olumsuz bir elemandır. Bu nedenle tıpkı Avcıoğlu’nun düşüncesinde olduğu gibi gürültünün ortadan kaldırılması ya da en azından etkisinin en asgariye indirilmesi gerekir. Dolayısıyla matematiksel modelde olduğu gibi, Avcıoğlu için de gürültü, iletişimin etkililiğinin sağlanması ve sürdürülmesi için ortadan kaldırılması gereken bir unsurdur. Ancak Avcıoğlu’nun algılamasında gürültü unsurlarının Türkiye açısından daha önce kısaca değinilen daha önemli sayılabilecek bir başka olumsuz etkisi daha vardır: Gürültü unsurları/araçlar, devlet ile toplum arasındaki iletişimi engelledikleri için Türkiye’nin geri kalmasına yol açan etmenler arasındadırlar.

Avcıoğlu’nun çalışmaları genel olarak değerlendirildiğinde devlet-toplum iletişiminin sağlanmasında birkaç yöntem geliştirilebilir: 1) aydının halka gitmesi, 2) dilin sadeleştirilmesi, 3) eğitici kurumların kurularak halkın aydınlatılması ve 4) toplum ile devlet ve aydınlar arasındaki iletişimi engelleyen gürültü unsuru araçların merkezi iktidar tarafından ortadan kaldırılması. Bu sonuncu unsur, merkezde (enformasyon kaynağında) ordu ve aydınlardan oluşan “ilericiler koalisyonu”nun yer alması, merkez ile çevresi arasındaki araçların (gürültü unsurlarının) kaldırılması ve merkez ile çevrenin doğrudan ilişkiye geçebilmesini anlatır. Avcıoğlu’nun idealindeki mesaj iletim düzeninin modelleştirilmiş hali şöyle çizilebilir:



Ülgener’in açıklamalarında ise özellikle aydın-toplum iletişimi ve bu iletişimin bozulduğu tarihsel, iktisadi, antropolojik ve sosyolojik boyutta anlatılır. Ülgener’in çalışmaları genel olarak değerlendirildiğinde, aracı kurum ve kişilerin iletileri ‘tavan’dan alıp ‘taban’a yayması<sup>75</sup> sloganlaşmaya, kavram ve

75 Ülgener, *Zihniyet ve Din*, s. 96.

sözcüklerinin içlerinin boşalmasına ve ‘akıl ve mantık’ dili yerine ‘heyecan ve emosyon’ dilinin<sup>76</sup> yaygınlaşmasına yol açtığı için olumsuz görülür.

Avcıoğlu gibi aracı kurum ve kişilere Türkiye tarihinde olumsuz işlev biçen Ülgener, araçlar olarak özellikle tekke ve tarikatlar üzerinde durur. Avcıoğlu ise aracı tabaka olarak bey, ağa, eşraf gibi kesimler üzerinde daha fazla durmuştur. Ülgener, Şerif Mardin’den farklı olarak özellikle heterodoks tarikatların 16. yüzyıldan başlayarak Türkiye’nin geri kalmasında yeri olduğuna inanır. Ulaşım yollarının değişmesiyle birlikte İmparatorluk içinde çöküş zihniyeti de üretilmeye başlanmış, bu üretim özellikle tekke ve tarikatlarda kendisini daha fazla hissettirmiştir. Bu yüzyıldan sonra tekke ve tarikatların çoğu kendi kendini tekrarlayan, rasyonelden ziyade irrasyonel açıklamalarla hayatı ve dünyayı anlamaya çalışan bir evrime girmiştir. Halk ise dilini anlamadığı ‘ulema’ tabakası yerine ‘küçük burjuvazi’ saflarında kendi ile benzer statüye sahip ve aynı dili konuşan bu kurumlara daha fazla meylenmiştir.<sup>77</sup> Bu nedenle toplum üzerindeki iktidar merkezleri devlet yerine önceleri tarikatlara sonraları esnaf topluluklarına geçmiştir. Geçişin bir adım ötesi ‘farklı etnik gruplardan kurulu taşra, köy ve kasabaları şeyhlikle şahılgı bir çizgiye oturtmuş mütegalibe takımına’ doğru olmuştur. Mütegalibe takımının ‘kütle üzerinde sürükleyici kuvvetinden hemen hiçbir şey’ kaybetmediği, ‘genel seçimler dönemlerinde’ gözlenebilmektedir.<sup>78</sup> Ülgener’in ayrıntılı açıklamadığı ancak olumsuz yaklaştığı mütegalibe takımının oy verme davranışlarındaki etkileri Avcıoğlu tarafından, o dönemde Doğu Anadolu’da araştırmalar yapan İsmail Beşikçi’ye atfen daha kapsamlı anlatılmıştı. Avcıoğlu, aracı güçlerin çok partili hayatta güçlerini artırmalarının nedenleri konusunda, o tarihlerde Doğu Anadolu üzerine çalışmaya yeni başlamış olan İsmail Beşikçi’ye atıf yapmıştır:

Atatürk Üniversitesi’nde Doğu bölgesinin toplumsal yapısı ile ilgili araştırmalar yapan genç bir bilim adamının [İsmail Beşikçi’nin] sözleriyle, “1945 tarihinde, yani çok partili siyasal rejime geçişle birlikte, ağalar ve şeyhler iki yandan birden kuvvet almışlardır. Birincisi, oy mekânizmasının kitlelere verilmesiyle birlikte halkın değer kazanması, ağa ve şeyhin halk üzerindeki geniş nüfuzlarını kullanarak siyasi partiler için rey kaynağı haline gelmeleri, dolayısıyla siyasi iktidar için kıymetli bir kişi olmaya başlamaları, ikincisi de siyasal iktidarın lütuflarına da mahzar olmaya başlayan ağa ve şeyhlerin halk önünde büsbütün kudretli kişiler haline gelmeleri.”<sup>79</sup>

Ülgener’in Avcıoğlu’ndan farkı ise artık aracı güçler içerisinde medyanın da yer aldığını ima etmesi ve bu aracı işleve Ülgener tarafından sert eleştiriler yöneltmesidir. Bu eleştiriler özellikle cep kitapları gibi popüler

76 Ülgener, *Zihniyet, Aydınlar ve İzm’ler*, s. 220-1.

77 Ülgener, *Zihniyet ve Din*, s. 120.

78 A.g.e., s. 45-6

79 Avcıoğlu, *Türkiye’nin Düzeni*, C.2, s. 529.

yayınlar, söylenti ve fısıltı gibi dünyanın en eski medyasına ve afiş, bildiri gibi sloganik medyaya ve en nihayetinde televizyon ve radyo günümüz medyasına yönelik yapılır. Ülgener, iletişimi dolayımlayan araçlar olarak bilinen medyaya yönelik bu eleştirilerini kavramların sloganlaşması, dilin heyecan ve duygusal niteliğe bürünmesi ve toplumun içerik ve öz yerine, dilin duygusallığından etkilenmesi çerçevesinde yapar.

1979’da ‘Çağımız Aydın Meseleleri’ başlıklı bir konferansta bu konudaki düşüncelerini açıklayan Ülgener, öncelikle aydın ve aydınların kullandığı dil üzerinde durur. Ona göre Türkiye’de aydınlar Tanzimat öncesi ve sonrası olmak üzere ikiye ayrılabilir. Tanzimat öncesi aydınları yarı aydın olarak nitelemek daha yerindedir. Bu kişilerin toplum üzerinde etki kurmak için kullandığı başlıca medya ‘dil’dir. Bu dil ise, daha çok dedikodu ve fısıltı dairesinde işlemektedir. Tanzimat’tan sonraki aydınlar, yazar, gazeteci ve devlet memuru gibi kimliklere bürünür ve artık ‘dilini yerini kalem’ alır. Böylece daha önce belirli bir mikro mekândaki ‘etkilenen kütle’ kapalı duvarların ardından çıkıp yazıya muhatap kalan ‘anonim bir yığın’a dönüşür. Ancak bir şey değişmemiştir: Batı’daki aydınlar daha çok mantık yanı ağır basan söyleyişe yönelmişken, Türkiye’deki aydınlar söyleyişlerini ‘kelime ve kalıpla’ yönetmiştir.<sup>80</sup> Oysa aydın, halkın düzeyinde değil, o düzeyin mümkün olduğu kadar üzerinde bir söyleyiş benimsemeli, kelime veya kalıplar üzerinde oynayarak halk üzerinde etkili olma uygulamasını terk etmelidir. Ülgener’e göre kendi kendini tekrarlayan kalıp bir dili kullanan, söyleyişin içeriğinden ziyade biçimi üzerinde yoğunlaşan ve sloganik ifadeleri merkeze alan kişi aydın olamaz, olsa olsa örneğin şair olabilir.<sup>81</sup>

Bunun anlamı, Ülgener’in, Avcıoğlu’nda ilericiler koalisyanında olumlu işlev verdiği aydını da sorun etmesidir. Yani bizatihi aydının kendisi de iletleri baştan yanlış kodlayıp halkı etkileyebilmekte ve böylece deyim yerindeyse kendisi de ‘gürültü unsuru’ haline gelebilmektedir. Ülgener’in anlatımlarından bizzat kendileri gürültü unsuru haline gelebilen aydınların bu olumsuzluklarını, Tanzimat sonrasındaki medyanın katladığı sonucu çıkarmaktadır. Bu araçlar, aydınlardaki sloganlaşmayı geniş toplum kesimlerine yaymaktadır. Ülgener’in deyimleriyle ‘tarihin hiçbir döneminde görülmediği kadar baş döndürücü bir slogan yarışmasının tam içinde’ olmamızın nedeni ‘kütle haberleşme araçlarıdır’:

Kitle haberleşme araçlarının bu derece yaygınlık kazandığı bir ortamda şu veya bu ağızdan çıkan sözler ve deyimler –mesafe önemli değil– göz yumup açınca yüzbinlerin, milyonların ortak malı olup çıkıyor. Bugün en yetkili ve sorumlu ağızda; ertesi gün filan veya falan derneğin bildirisinde; haftası geçmiyor boy boy duvar donatımında ve nihayet ortaokul öğrencisinin ağzında!<sup>82</sup>

80 Ülgener, *Toplu Eserler*, s. 526.

81 A.g.e., s. 537.

82 Ülgener, *Zihniyet, Aydınlar ve İzm’ler*, s. 215.

Boratav ve Köprülü’yü yöneten-yönetilen iletişimi çerçevesinde incelediğimizde Avcıoğlu’nun ve Ülgener’in seçkinci yaklaşımından biraz daha uzaklaşırız. Romantik olmasa bile halk kültürünü olumlayıcı bir bakışı hem Boratav da hem de Köprülü’de gördüğümüz için onlar katında devlet-toplum arasındaki aracı unsurların tampon işlevleri olumsuz eleştirilere uğramaz. Bu çerçevede, örneğin sarayın dilinde üretilen yazılı eserlerin halkın diline düşürülmesi faaliyetlerine aracılık eden kurum veya kişiler her iki bilim insanınca da olumlu görülür. Halk kitapları örneğinde olduğu gibi yüksek kültüre ait eserleri halkın diline dönüştürme faaliyetleri, Ülgener’in çöküş zihniyetinin üretilmesi ve gelişmesinde katkısı olduğuna inandığı heterodoks tarikatlardaki sufilerden de gelebilir. Bunlar, İran ve Arap edebiyatının da karışmış olduğu eserleri basitleştirerek, sadeleştirerek yeniden yazmışlar ve halk bu eserlere olağanüstü ilgi göstermiştir.<sup>83</sup> Ya da Ülgener’in isim olarak saymadığı ancak başlıca medya olarak ‘dil’e yaslanmaları nedeniyle muhtemelen Tanzimat öncesi aydınlar arasında olumsuz işlev biçebileceği ‘meddahlar’, hem Köprülü de hem de Boratav da olumsuz eleştiriler almazlar, tersine bir dönem halkın duygularını, düşüncelerini tercüme eden, yansıtan unsurlar olarak değerlendirilirler.<sup>84</sup> Bu iki yazar da meddahlara, içinde bulunan dönemin medyası işlevini verirler. Boratav daha da ileri giderek halk aşıklarına olumsuz aracı işlev biçmek yerine, ‘halkın gazetesi’ gibi son derece yanlı bir işlev yükler.<sup>85</sup> Köprülü’nün saz şairleriyle ilgili çalışmalarına göre ise “aşık tarzı”, yüksek kültür, halk kültürü ve tekke-tarikat kültürü olmak üzere üç kültürün “sentezi”dir. Özellikle 16. yüzyıldan başlayarak, ozanlık geleneğinin yerini alan bu tarz, kentlilik, gerilim, hegemonya, uymazcılık, müphemlik, denetim, çelişki gibi popüler kültürü niteleyen bütün sıfatları içinde barındırmaktadır.<sup>86</sup> Yöneticiler ile yönetilenler arasında iletişimi esnetme işlevini gören bu mekanizmalar konusunda Boratav ile Köprülü’nün karşılaştırılması ayrı bir makale konusu olacak kadar kapsamlıdır.

## Sonuç

Bu makalede, sosyal ve beşeri bilimler alanında eserler üretmiş dört bilim insanı ve aydınımız iletişim eksenli bir okumaya tabi tutulmuş ve onların bazı benzerlik ve farklılıklarına değinilmiştir.

Görüldüğü gibi Köprülü, Boratav, Ülgener ve Avcıoğlu, çalışmalarında mikroyla makroyu iç içe geçirmişler, mikro açıklamalarını makro genel top-

lumsal yapıyla ilintilendirmişlerdir. Beşeri bilim ağırlıklı bir alanda daha fazla çalışması nedeniyle Boratav, bu bilim insanları ve aydınlar arasında mikro unsurlara çalışmalarında daha fazla yer vermiştir. Örneğin, köylerde sosyolojik ve etnografik çalışmalar üretmiş, geleneksel kültür ürünlerini sözlü olarak derlemiş ve sadece incelediği konuya özgü mikro analizler yapmıştır. Buna karşın, çalışmalarının geneline bakıldığında Boratav’ın bu mikro analizi bir şekilde genel toplumsal yapıyla ilintilendirdiği görülür. Buna göre bir geleneksel kültür ürününün değişiminin en belirleyici unsuru toplumsal yapıdaki değişimlerdir. Bu değişimler, (Boratav hiçbir zaman böyle bir kavram kullanmasa bile) iletişim sistemini etkileyecek (örneğin ulaşım yollarında gerilemeler veya gelişmeler olacak), bu değişimler ise geleneksel ürünün ortadan kayboluşuna yansiyacaktır. Dolayısıyla kültürel öğelerdeki değişimler, toplumsal sistem ve iletişim sistemindeki değişikliklerin kaçınılmaz maddi yansımalarının sonuçları olacaktır. Bu determinist bakış açısında Köprülü’nün etkileri olduğu kuşkusuzdur. Köprülü’nün etkilendiği ekolün total tarih anlayışını benimseyen Annales School olması, Köprülü’yü örneğin aşıklar ve meddahlar konusundaki analizlerinde bile makro olmaya götürmüştür. Köprülü de aynen Boratav gibi maddi unsurlardaki ve bu arada iletişim sistemindeki değişikliklerin kültürdeki değişimler üzerindeki yerini vurgular. Buna karşın üstyapısal değişikliklerin de değişimdeki yerine değinir Köprülü. Köprülü’nün Türk iletişim araştırmaları bakımından dikkate alınması gereken önemli konusu popüler kültür üzerinedir. Köprülü’nün yaklaşımı, açıklamaları Türkiye’de popüler kültürün kökenlerinin on altıncı yüzyıl hatta daha öncesine gitmemiz gerektiğini ve iletişim fakültelerinde kültür tarihine dair eserler üzerinde daha fazla durulmasının önemini anlatır.

Asıl alanları iktisat olan Ülgener ve Avcıoğlu ise Türkiye’nin niçin geri kaldığı sorusunun yanıtını büyük oranda makro bir bakışla vermeye çalışmışlardır. Avcıoğlu, yanıtı daha çok dışsal nedenlerde aramış ve bu bağlamda ulaşım yollarına merkezi bir rol biçmişken, Ülgener’in zihniyet tarihiyle ilgili çalışmaları Avcıoğlu’ndan biraz farklı bir patika izlemiştir. Ülgener de her ne kadar ulaşım yollarındaki değişikliklerin Osmanlı’yı çözülmeye, Batı’yı ise yükselişe geçirdiğini belirtmesine karşın, bunun zihniyet dünyasındaki yansımalarının Osmanlı’nın çözülmesindeki yerini vurgular. Bu bağlamda tekke ve tarikatların heterodoks dünyasının olumsuz iletişim üretmesine de önemli rol verir. Ulaşım sistemindeki değişiklik, tekke ve tarikatlar dünyasında da çözülmeye yol açmış, bu çözülmeye zihniyet dünyasının rasyonelden ziyade duygusal niteliğe bürünmesinde etkili olmuştur.

Bu açıklamalar, iletişim eksenli bir okuma faaliyetinde Köprülü ile Boratav’ın bir tarafta; Ülgener ile Avcıoğlu’nun diğer tarafta, birbirlerine daha çok benzeyen çalışmalar ürettiklerini göstermektedir.

83 Köprülü, *Türk Edebiyat Tarihi*, s. 195-6, 212-213, 247; Boratav, *Folklor ve Edebiyat*, C. 1, s. 213, 498-9.

84 Köprülü, A.g.e, s. 397-8; Pertev Naili Boratav, *100 Soruda Türk Folkloru* (İstanbul: Gerçek Yayınevi, C.1, 1969), s. 73 vd.

85 Boratav, *Halk Edebiyatı Dersleri*, C. 1, s. 96.

86 M. Fuad Köprülü, *Osmanlı İmparatorluğu’nun Kuruluşu* (Ankara: Atay Kültür Yayınları, 1972), s. 102 vd.; “Türk Edebiyatında Aşık Tarzının Menşesi ve Tekamülü”, s. 163.