

Makaleler

İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARI VE POLİTİK İMKÂN SORUNU

Çağla Karabağ Sarı *

Özet

İletişim araştırmalarında izleyicinin nasıl kavrandığı ve incelendiği konuları merkezî bir önem taşır. Bu yazı nitel izleyici araştırmalarına odaklanmaktadır. Öncelikle Kültürel Çalışmalar ekolünün öncü izleyici araştırmaları konu edilmekte, ardından izleyici araştırmalarına yönelik eleştiriler ele alınarak bu çalışmaların barındırdığı politik imkân meselesi tartışılmaktadır. Yazının temel iddiası, izleyici araştırmaları ve alımlama çalışmalarının yerel dinamikleri anlamak, mikro ve makro düzeyler arasında bağ kurmak açısından vazgeçilmez olduğudur. Bu tür araştırmalardan elde edilecek bilgi üzerine kurulmuş uzun erimli politik stratejiler sayesinde muhalif anlamları güçlendirmek ve yaygınlaştırmak da mümkündür.

Anahtar Terimler

İzleyici, izleyici araştırmaları, alımlama, politik imkân, kültürel çalışmalar

AUDIENCE RESEARCH AND THE PROBLEM OF POLITICAL POTENTIALITY

Abstract

In communication studies how the audience is conceived and analysed has significant weight. This study focuses on qualitative audience studies. First, I focus on the pioneering research within the scope of Cultural Studies and second I offer a critical analysis of the criticisms against the audience research. In the same part I also focus on the political possibilities that the audience research contains. The main argument of the study is that audience and reception studies are indispensable to understand the local dynamics and to grasp the connections between micro and macro levels. In this respect, this strand of research also offers the grounds to develop political strategies, which enables one to reinforce and spread oppositional meanings.

Anahtar Terimler

Audience, audience studies, reception, political possibility, cultural studies

* Dr. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi. caglakarabag@gmail.com

Makalenin Geliş Tarihi: 01/10/2014. Kabul Ediliş Tarihi: 28/11/2014.

Giriş

İzleyiciyi açıklama ve öngörme motivasyonu, başlangıcından itibaren ticari ve politik güç isteğiyle yakından ilişkili olmuştur. John Hartley (2006, s. 75-76) medya izleyicilerinin, tıpkı uluslar gibi yalnızca hayalî bir tutarlılığa sahip, fazlasıyla büyük, gündelik hayata nüfuz etmiş ve bağlamsal olmaları gerçeğine karşın, kimilerinin onlar adına konuşmaktan geri durmadığını belirtir. Politikacılar, eğlence endüstrisi ve ticari organizasyonlar, izleyicilerin ne istediği, neden hoşlandığı, neyi destekleyeceği konularında uzman olduklarını düşünürler. Çünkü aslında bilinemez olan izleyicinin bilinir hale getirilmesi, bazı önemli sosyal kurumların devamlılığını garanti altına almaktadır: Eğlence endüstrisi izleyici *sayısı*, politika yapanlar izleyici *davranışı*, manipülasyon endişesi taşıyan modernist arzu ise, medyanın izleyiciler üzerindeki “*etkisi*” hakkındaki iddialara ihtiyaç duyar. İzleyiciyi, “bilinebilir” hale getirmenin en yaygın biçimlerinden biri reyting ölçümleridir. İzleyici sayısını ve bileşimini analiz etmek üzere kullanılan reyting, belirli firmalar tarafından gerçekleştirilen ölçümlerden elde edilen veriyi tarif eder. Söz konusu veri, medya içeriklerini değerlendirmek ve prodüksiyona ilişkin kararlar vermenin yanı sıra, reklam verenler tarafından planlama için de kullanılır (Napoli, 2011, s. 286).

İletişim çalışmalarının kuramsal ve görgül birikimi açısından düşündüğümüzde izleyici sorunu genel olarak 1980'lere kadar “etki araştırmaları” çerçevesinde ele alınmıştır. Bu incelemeler, işlevselci-davranışçı pozitivist bir paradigma içinde işlemekte ve pasif, manipülasyona açık bireylerin kanı, tutum ve davranışlarında medyanın etkilerini ölçmeye çalışmaktadır. Alımlama araştırmaları ise, izleyici tercihlerini veya medya etkilerini öngörmek ya da elde edilen bulguları genellemek yerine, görgül veriyi teorize ederek izleyicilerin medya metinlerini nasıl anlamlandırdığını anlamaya ve açıklamaya çalışır (Hermes, 2006, s. 383). Pertti Alasuutari (1999) alımlama çalışmalarını “üç kuşağa” ayırarak değerlendirirken,¹

birinci kuşak başlığı altında alımlama çalışmalarının doğuşundan; özellikle Stuart Hall'un "Kodlama, Kodaçımleme" (1999a ["Encoding and Decoding in Television Discourse", 1973]) makalesinden ve David Morley'nin *Nationwide Audience* (1980) isimli çalışmasından söz eder.

İkinci kuşak ise, Morley, Ien Ang, Dorothy Hobson, Elihu Katz ve Tamar Liebes gibi araştırmacıların yaptıkları, belirli bir programı ya da medya metnini analiz eden ve sonrasında bu metnin, belirli bir izleyici grubuyla yapılan derinlemesine görüşmeler yoluyla nasıl alımlandığını anlamaya çalışan araştırmaları kapsar. Yeni bir *izleyici etnografisi* paradigmasının yaratılmış olduğunu ifade eden Alasuutari, bu çalışmaların dikkat çekici bir özelliği olarak, geleneksel anlamdaki politika yerine kimlik politikasına, özellikle de toplumsal cinsiyete ilişkin sorunlara yönelik ilginin altını çizer. Yanı sıra yeni paradigma, program içeriğine dair ilginin azalmasıyla aracın işlevi üzerine daha fazla vurgu içerir. Örneğin James Lull'un televizyonun sosyal kullanımlarını inceleyen araştırmalarında ve Morley'nin *Family Television* (1990 [1986]) çalışmasında söz konusu vurguyu takip etmek mümkündür. İkinci kuşak alımlama çalışmalarının bir başka özelliği de, önce grubun gündelik yaşamının araştırılması ve sonrasında programın ya da aracın (*medium*) onunla ilişkisinin kurulmasıdır. Bir başka ifadeyle araştırma odağı, programın alımlanmasında gündelik yaşamın etkisi ya da anlamı değil, gündelik hayat içinde medyanın rolüdür (Alasuutari, 1999, s. 4-5).

Alasuutari'ye göre üçüncü kuşak, 1980'lerin sonlarından itibaren Martin Allor, Ien Ang, John Fiske, Lawrence Grossberg, James Lull, Janice Radway, gibi yazarların izleyici etnografisini sorgulayan ve tartışan yazılarından başlatılabilir. Allor, Grossberg ve Radway'e göre "izleyici" gerçekte dışarıda bir yerlerde değildir; izleyicinin belirli bir analitik bakış (*analytic gaze*) tarafından üretilmiş söylemsel bir inşa olduğu akılda tutulmalıdır (aktaran Alasuutari, 1999, s. 6). Eleştirel ve özdüşünümsel üçüncü kuşak, medyanın gündelik yaşam içindeki yerini yeniden düşünürken, "izleyici" kavramıyla birlikte, medya araştırmasının yerini de büyük resim içinde görmeye çalışır. Bu, üçüncü

kuşağın etnografik vaka incelemelerini ya da program analizlerini terk etmesi gerektiği anlamına gelmez; ancak çalışmalardaki ana odak, belirli bir izleyicinin metni “okuması” ya da alımlamasıyla sınırlı değildir. Amaç daha çok, medyanın özellikle gündelik yaşamdaki rolü üzerinden anlaşılabilir “medya kültürü”nün kavranmasıdır (Alasuutari, 1999, s. 6).

Bu yazıda, Kültürel Çalışmaların öncü izleyici araştırmaları ve bu çalışmalara yönelik eleştiriler ele alınarak politik imkân sorunu tartışılmaktadır. Bir bütün olarak kültür ve kültür ürünleri ile izleyici konusu, sadece egemenlerin politik çıkarlarıyla sınırlı bir alan değildir. Kültür bir mücadele alanı olduğundan, muhalif anlamları üretmek/yeniden üretmek ve yaygınlaştırmak için, hem ilgilendiğimiz alana ilişkin bilgi üretimine hem de elde edilen bulgular ışığında politik stratejilerin geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Bu makalenin temel argümanı ise, izleyici araştırmaları ve alımlama çalışmalarının, yerel dinamikleri anlamak, mikro ve makro düzeyler arasında bağ kurmak açısından vazgeçilmez olduğudur. Bu tür araştırmalardan elde edilecek bilgi üzerine kurulmuş uzun erimli politik stratejiler sayesinde ise, muhalif anlamları güçlendirmek ve yaygınlaştırmak da mümkün olacaktır.

İzleyici araştırmalarında öncü çalışmalar

1970’lerin sonlarından itibaren, medya tüketimi üzerine yapılan çalışmalarda “etnografik dönüş”ten (ethnographic turn) söz etmek mümkündür (Moore, 1995, s. 1). Bu dönüş çalışmaların odağını, metinsel yorumlama momentinden uzaklaştırarak, gündelik kültür içinde bağlamsallaştırmaya kaydırmıştır (Livingstone, 2006, s. 345).

Ayşe İnal’ın (1995, s. 62-63) belirttiği gibi “etkin” ve “üretken” bir izleyici kavrayışının kapılarını açan, Kültürel Çalışmalar ekolü olmuştur. Ekolün temelleri, 1964 yılında Richard Hoggart tarafından Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi’nin kuruluşuyla atılır. Uzun yıllar Merkez’in yöneticiliğini yürütmüş ve Kültürel Çalışmaların en önemli isimlerinden olan Stuart Hall’un,

“Kodlama, Kodaçımama” (1999a) başlıklı makalesi ise, izleyici araştırmalarında yaşamsal bir önem taşımaktadır. Hall makalede yorumlayıcı sosyal bilim, ideoloji ve göstergebilim içindeki tartışmalardan pek çok temayı birbirine bağlar ve bu fikirlerin izleyici araştırmalarına yönelik bir yaklaşım için nasıl etkili olduklarını ortaya koyar (Ruddock, 2001, s. 129).

Hall “Kodlama, Kodaçımama”da geleneksel/ana akım medya çalışmalarının gönderici/mesaj/alıcı şeklindeki doğrusal modelinin yalnızca mesaj alışverişi düzeyinde yoğunlaşması ve süreçteki karmaşık yapılanmayı göz ardı etmesi açasından eleştirildiğini kaydeder. Ona göre iletişim sürecini, birbiriyle bağlantılı ancak ayırt edilebilir üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim, yeniden üretim momentleri içinde üretilen ve süregiden bir yapı olarak anlamak mümkün ve yararlıdır. Hall’un düşüncesinde gerek kodlama gerekse kodaçımama süreçleri “görelili bir özerkliğe” sahip olsalar da, belirlenmiş momentler olarak ele alınmalıdır. Medya metinlerinin üretilme süreci, var olan anlamlar ve düşüncelerle çerçevenlenmiştir: “Üretim pratiklerine ilişkin olarak kullanılan bilgiler, tarihsel olarak tanımlanan teknik beceriler, profesyonel ideolojiler, kuramsal bilgi birikimi, tanım ve varsayımlar, izleyiciye ilişkin varsayımlar, üretim yapısı dolayısıyla bir programı biçimlendirir” (1999a, s. 508-509).

Hall, dilbilimcilerin kullandığı anlamıyla düz anlam-yan anlam ayrımını eleştirerek bu ayrımın ancak analitik nitelikte olduğunu belirtir. Düz anlam, anlamın ideolojinin dışında olduğunu ifade etmez; gerçekte anlam, tam da evrensel ve “doğal” hale geldiği yerde ideolojiktir. Bu bağlamda Hall, düz anlam-yan anlam ayrımının dildeki ideolojinin varlığını ve yokluğunu ayırt etmek için değil, ideolojilerle söylemlerin kesiştiği düzeyleri ayırt etmek için yararlı araçlar olduğunu belirtir. Hall’a göre her kurulu gösterge birden fazla yan anlamsal yapılanmaya dönüşme potansiyeli taşımaktadır; ancak, çok anlamlılık (polisemi) ile çoğulculuk (pluralism) birbirine karıştırılmamalıdır. Her toplum veya kültür, değişik kapalılık derecelerinde, toplumsal, kültürel ve politik dünyaya ilişkin sınıflandırmaları dayatmaya eğilimlidir. Tüm bunlar,

mücadele edilemez ya da tek anlamlı olmasa da egemen bir kültürel düzen kurar. Toplumsal yaşamın değişik alanlarının, söylemsel egemenlik alanları şeklinde haritası çıkarılmış, bunlar egemen ya da yeğlenen (preferred) anlamlar içinde hiyerarşik olarak örgütlenmiştir. Bir olayı, birden fazla haritalandırma içinde düzenlemek, sınıflandırmak, saptamak ve kodaçmak her zaman mümkün olsa da egemen ifadesinin kullanılma nedeni, bir yeğlenen okumalar örüntüsünün var olmasıdır. Yeğlenen okumalar, hem içlerinde kurumsal/politik/ideolojik düzeni taşımakta, hem de kendileri kurumsallaşmaktadır. Yeğlenen anlam alanları, anlamlar, pratikler ve inançlar seti olarak, bütün bir sosyal düzeni içinde barındırır. Öte yandan, Hall'un düşüncesinde egemen anlamlardan söz ettiğimizde, tüm olayların nasıl anlamlandırılacağını belirleyen tek yönlü bir süreçten söz edemeyiz (1999a, s. 512-514).

Kodlama ile kodaçımleme arasında zorunlu bir çakışma bulunmaz. Başka deyişle bir metnin nasıl kodlandığı, nasıl açılmalıp yorumlanacağını güvence altına almaz. Fakat kodlama, kodaçımleme konusunda kimi sınır ve parametrelerin inşasında etkili olabilir. Bu durumda hiçbir sınırlamanın olmamasından, izleyicilerin bir mesajı basitçe her nasıl istiyorlarsa öyle okumalarından değil, kodlama ve kodaçımleme momentleri arasında bir dereceye kadar karşılıklılık olduğundan söz etmek gerekir. Bununla beraber söz konusu çakışma, doğal ya da verili değil, inşa edilmiştir (Hall, 1999a, s. 515).

İzleyici, egemen-hegemonik bir pozisyondan olduğu gibi, müzakereli ya da karşıt kodlarla da metni anlamlandırabilir. Müzakereli kodaçımleme, uyumlu ve karşıt öğelerin bir karışımını içerir. Büyük anlamlandırmalar ya da soyutlamalar yapmak için egemen tanımların meşruluğu kabul edilirken, daha kısıtlı, durumsal bir düzeyde, istisnalar devreye girer. İzleyicinin söylemi düz ve yan anlamsal olarak mükemmelen anlarken, mesajı karşıt biçimde kodaçımlaması da mümkündür (Hall, 1999a, s. 515-517).²

“Kodlama, Kodaçımama” makalesi 1980’ler boyunca gerçekleştirilen izleyici araştırmalarının çıkış noktası olmuştur.³ Kültürel alışmalar geleneği içinde alımlama araştırmalarının ilk ve en önemli örneklerinden biri, Morley’nin *Nationwide Audience* (1980) isimli çalışmasıdır. Birmingham ağdaş Kültürel alışmalar Merkezi’nin yürüttüğü iki aşamalı projenin ilk aşamasında Charlotte Brunson ve Morley (1978) güncel olayları konu eden BBC’nin Nationwide programına odaklanmış; bu programın ayırt edici ideolojik temalarıyla ve izleyicilerine seslenmekte kullandığı özel yollarla ilgilenmişlerdir (Moore, 1995, s. 19). Morley, projenin ikinci aşaması sonucunda yayımladığı *Nationwide Audience* (1980) isimli çalışmasında, *Nationwide*’ın anlamına ilişkin yorumların farklı sınıfsal gruplara göre nasıl değişiklik gösterdiğini ortaya koyar ve programın izleyicileriyle görüşmeler yaparak topladığı veriyi, egemen, müzakereli ve karşıt okuma kavramları çerçevesinde değerlendirir. Morley’nin *Nationwide* alışmasına ilişkin sorun, daha sonra kendisinin de ortaya koyacağı üzere, izleyicilerin okuma stratejilerini temelde bir sınıf paradigması aracılığıyla kavraması ve izleyici yorumlarının bu paradigma etrafında sıkıştırılmış olmasıdır (Stevenson, 2006, s. 136, 138). Ayrıca çalışmada televizyon izleme, ev içi bağlamda ele alınmamıştır.

Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure (1990 [1986]) adlı çalışmasında ise televizyon izleme edimini gündelik, ev içi ve sosyal bir faaliyet olarak inceleyen Morley (1990, s. 13) bu projenin, bir yandan televizyonun farklı ailelerde nasıl kullanıldığını, diğer yandan televizyon içeriklerinin izleyiciler tarafından nasıl yorumlandığını sorgulamayı amaçladığını kaydeder. oğunluğu işçi sınıfı ve alt-orta sınıf ailelerle derinlemesine görüşmeler yapan Morley’nin elde ettiği önemli bulgulardan biri, cinsiyet temelli iktidar işleyişinin, ev bağlamındaki televizyon izleme ediminde belirleyici bir rolü oluşudur. Morley çalışmada toplumsal cinsiyet rolleriyle televizyon izleme eylemi arasındaki ilişkiyi řu kategoriler altında tartışır: “Program seçimindeki iktidar ve kontrol”; “izleme biçimi”; “planlı ve plansız izleme”; “izleme miktarı”; “televizyonla ilgili konuşma”; “video kullanımı”; “ ‘yalnız’ izleme ve suçlu

hazlar”; “program türü tercihi”; “kanal tercihi”; “ulusala karşı yerel haber programları”; “komedi tercihleri”. Bulgulara göre eril iktidar kendisini program seçiminde göstermektedir. Ayrıca erkekler dikkatlice, sessizlik içinde, “hiçbir şey kaçırmamak için” kesintisiz biçimde televizyon izlerken, kadınlar televizyon izlemeyi temelde sosyal bir aktivite olarak tanımlamakta, süregiden diyaloga izleme sırasında devam etmekte ve genellikle en azından diğer bir ev içi faaliyetle beraber, televizyon izlemektedirler (1990, s. 146, 148-150).

Lull paralel bir yaklaşımla, televizyonun ev bağlamıyla ilişkisini, vaka incelemeleriyle ele alır; “The Social Uses of Television” (1980), “Rituals of Extension through Family Television Viewing” (1988a), “The Family and Television in World Cultures” (1988b), “Family Social Uses of Television as Extensions of the Household” (1990) gibi çalışmalar yayımlar. Lull de Morley gibi televizyon kullanımının aile içindeki iktidar ilişkileriyle ve toplumsal cinsiyet rolleriyle ilişkili olduğunu bulgular.

Feminist araştırmacılar, toplumsal cinsiyete ilişkin sorunları odağa alarak alana büyük katkılar sağlamıştır. Hobson, *Crossroads: The Drama of a Soap Opera* (1982) isimli kitabında yayıncılık endüstrisi içindeki yerinden başlayarak, bir metin olarak pembe dizilerin içeriği ve izleyicilerin bu dizilerle ilişkisi hakkında çok yönlü ve bütüncül bir bakış sunar. Öncü çalışmalardan bir diğeri olan *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature* (1984) isimli kitabında Radway, kadın okurların aşk romanlarını okuma ve anlamlandırma pratiklerini, küçük bir kasabadaki “Smithton kadınları” olarak adlandırdığı okur grubuyla yaptığı görüşmeler üzerinden araştırır. Radway, çalışma sırasında kadınların aşk romanı okuma pratiklerini anlayabilmek için metinsel özellikler ve anlatısal detaylara ilişkin takıntısından vazgeçmesi gerektiğini anladığını belirtir. Çünkü görüşülen kadınlar, romanlarla ilgili olarak romantik olay örgüsünden ziyade, öncelikle okuma eyleminden aldıkları haz çerçevesinde yorumlar yapmaktadırlar. Radway’e göre bu romanları okumak, kadınların gündelik hayatlarındaki gerilim ve baskıyla başa çıkabilmelerini olanaklı

kılmaktadır. Bu sayede kadınlar, sorumluluklarla çevrili dünyalarından kaçabildikleri, günlük rutinlerinden farklı ve kendilerini özgür hissedebildikleri bir alan bulabilmektedir. Romandaki kahramanın bir kadın olarak kimliği, ideal erkeğin romantik ve cinsel ilgisiyle sürekli olarak onaylanırken, bu kahramanla özdeşleşen okur da temsilî biçimde bir duygusal destek bulmaktadır (1984, s. 86-88, 93, 113). Aşk romanları genel olarak egemen ataerkil ideolojiyi çeşitli biçimlerde onaylayan metinler olmakla birlikte, Radway'e göre bu romanlar kadınlara aynı zamanda duygusal destek ve direniş olanağı da sağlamaktadır.⁴

Ang'in *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination* (1991 [1982]) adlı çalışması, alımlama araştırmaları içinde önemli bir yere sahiptir. 1980'lerin ve televizyon tarihinin en popüler pembe dizilerinden olan Amerikan yapımı Dallas'ın, Hollandalı kadın izleyiciler tarafından nasıl alımlandığını inceleyen Ang, Viva isimli bir kadın dergisine verdiği ilan aracılığıyla, izleyicileri diziyi seyretmekten neden hoşlandıklarını ya da hoşlanmadıklarını anlatmaya davet eder. Çoğunluğu kadın olan izleyicilerden gelen mektupları inceleyen ve yorumlayan Ang, izleyicilerin diziyi nasıl deneyimlediklerini anlamaya odaklanır. Ang'in belirttiğine göre Dallas izleyicileri arasında "gerçekçilik" konusu önemli bir kriterdir. Mektup yazarak fikirlerini paylaşan seyircilerden, Dallas'ın "gerçekçi olmadığı"ni belirtenlere göre dizi, "gerçekliğin çarpıtılmış bir imgesi"ni sunmaktadır. Bu gerçekçilik tanımı, metnin "içindeki" ve "dışındaki" gerçekliklerin karşılaştırılmasına dayandığı için "ampirist gerçekçilik" olarak betimlenebilir. Gerçekçi bulmayarak Dallas'tan hoşlanmayanlara karşın pek çok hayranı, diziyi "gerçekçi" olarak görmektedir (1991, s. 10-11, 34, 36).

Ampirist gerçekçiliğin de, klasik gerçekçiliğin de Dallas izleyicilerinin gerçeklik algısını açıklamakta yeterli olmadığını öne süren Ang, "duygusal gerçekçilik" kavramını önerir. Ona göre seyircilerin gerçeklik deneyimi bilişsel değil, duygusal bir düzlemde kurulmaktadır; gerçek olarak deneyimlenen şey de, dış dünyaya dair bilgi değil, öznel bir deneyim, bir "duygu yapısı"dır.⁵ Mutluluk ve mutsuzluk arasındaki

bitimsiz bir akış, düşüş ve tekrar ayağa kalkma tarafından karakterize edilen duygu yapısı “trajik duygu yapısı” olarak adlandırılabilir. Burada iniş-çıkışların merkezî bir rolü bulunmaktadır. Ang’e göre Dallas’tan alınan hazzın, duygusal gerçekçilikle ve onun kaynağı olan trajik duygu yapısıyla ilişkilendirilmesi mümkündür. Trajik duygu yapısı ise, melodramatik öğelerle pembe dizinin anlatı yapısının kombinasyonu vasıtasıyla kurulur (1991, s. 45-47, 78).

Radway’in *Reading the Romance* (1984) isimli çalışması, metin analizi, izleyici alımlaması ve kullanım bağlamını bir araya getirdiği için sıklıkla medya etnografisi alanının temel taşlarından biri olarak görülür. Yazarın yorumlayıcı bir topluluk olarak ele aldığı görüşmecilerin büyük bölümü, araştırmacının grup mülakatlarına katılmadan önce birbirlerini tanımamaktadır. Başka deyişle, Radway’in hayalî “hayran” cemaati, fiziksel olarak araştırma öncesinde var olan, birbiriyle etkileşim içindeki bir topluluk değildir. Bu yüzden de *Reading the Romance* klasik etnografinin bazı özelliklerini taşımamaktadır. Benzer biçimde medya etnografisinin ilk örnekleri arasında gösterilen Ang’in *Watching Dallas* (1985) isimli kitabı da Dallas izleyicilerinden oluşan hayalî bir cemaat üzerine kuruludur ve çalışmada veri olarak izleyici mektupları incelenmektedir. Dolayısıyla bu çalışmalarda kullanılan yöntem, antropoloji alanının geleneksel metodolojisinden çok farklıdır. Bununla beraber 1990’larda geleneksel antropolojinin etnografik yöntemiyle, alımlama çalışmalarını bir araya getiren bazı araştırmalar da göze çarpmaktadır. Örneğin Marie Gillespie (1995) Londra’da yaşayan “Güney Asya” diasporası içinde kültürel gelenekleri yeniden yaratmak (recreate) üzere televizyon ve videonun nasıl kullanıldığını incelemiş, Ellen Seiter (1999) bir kreşteki çocuklar ve onların öğretmenlerinin çizgi filmleri ve diğer türleri nasıl anlamlandırdığını araştırmış, Purnima Mankekar ise (1999) Hindistan’da televizyon izleme ile kadın kimliği arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Bu kitaplar, fiziksel dünyada birbiriyle ilişki içindeki izleyici topluluklarını irdeleyerek, bağlama vurgu yapan etnografik çalışmalar için model önermektedir (Press ve Livingstone, 2006, s. 182-183).

Kısaca özetlemek gerekirse, alımlama çalışmaları pozitivistik ve davranışçılığın eleştirisi üzerine kuruluydu. Ayrıca bu araştırmalar, alt sınıflar ve kadınlar gibi marjinalize edilmiş ötekilerin sesini işin içine katmak çabasıydı. Farklı insanların farklı yorumlamalarına yönelik ilgi, araştırmacıları değerler ve hakikatlerin postmodern çoğulculuğuyla buluşturdu. Böylece alımlama araştırmaları, zamanın özcülük karşıtlığı nosyonundan önemli bir ivme kazandı. 1980'lerde gerçekleştirilen araştırmalar, gündelik hayat çalışmalarına önemli bir katkı sağlamakla birlikte, okuyucunun özgürlüğüne aşırı değer biçme eğilimini de ortaya çıkardı. Bunun en tartışmalı örneği belki de Fiske tarafından önerilen "semiyotik demokrasi" kavrayışıydı (Fetveit, 2001, s. 176-177). Fiske 1987 yılında yayınladığı *Television Culture* adlı çalışmasında, televizyon programlarının farklı okumalara izin veren açık metinler olduğunu öne sürer. Fiske'ye göre televizyon izleyicileri homojen bir kitle değildir ve aktif birer okuyucu olarak kendi anlamlarını üretirler. Fiske'nin düşüncesinde parlamenter demokrasi ile halkın gündelik hayat pratikleri arasındaki "mesafe" nedeniyle, siyasal alana katılımın yolu, popüler ürünlerin yaratıcı kullanımından geçmektedir. Yurttaşlar temsili demokrasilerin karar alma süreçlerinde doğrudan katılım biçimlerinden dışlanırlar ve ancak semiyotik bir demokraside daha mikro bir katılım biçimi bulabilirler (Stevenson, 2006, s. 156-157).

Başta göstergebilim ve postyapısalcılık olmak üzere bir dizi kültürel kuramdan beslenmekle birlikte, Fiske'nin yaklaşımında Michel de Certeau'nun (1984) özel bir etkisi vardır. Nick Stevenson'ın (2006, s. 150) belirttiği gibi De Certeau'nun güçlü olanın stratejileriyle, zayıf olanın taktikleri arasındaki ayrımından yola çıkan Fiske'nin, popüler kültür üzerine yazdığı metinler çoğunlukla "kapitalizme özgü daha verimli araçsal üretim biçimleri ile tüketicilerin bu ürünlere yükledikleri yaratıcı anlamlar arasındaki ayrım"a dayanmaktadır. "Understanding Popular Culture" isimli çalışmasında (2003 [1989]) popüler kültür ile serbest piyasa arasındaki bir hayli problematik olarak tanımladığı ilişkiyi sorgulayan Fiske'ye göre, en basit düzeyde

ürünleri kullanan kişi onları sadece tüketmez, aynı zamanda geçersiz kılar; bu ürünleri pasif bir biçimde kabul edilen tamamlanmış nesnelere olarak görmez, onları kültürel kaynaklar olarak da kullanır. Fiske'nin izleyicinin etkinliğine ilişkin bu görüşleri, izleyici araştırmalarına yöneltilen eleştirilerin önemli kaynaklarından biridir.

Televizyon izleyicisi çalışmalarıyla kıyaslandığında sayıca az olmakla birlikte, sinema alanında da 1980'lerle birlikte alımlama çalışmaları yapılmaya başlanmıştır. Filmlerin nasıl alımlandığı üzerine yapılan araştırmalar, daha kapsamlı bir eğilim olan ve özellikle bu alanda 1980'lerden beri devam eden "izleyiciyi tarihselleştirme" başlığı altında konumlandırılabilir. Söz konusu izleyiciyi tarihselleştirme çabası 1970'lerin film kuramının metinsel belirleyiciliğine ve izleyicinin film metninin bir inşası olduğu varsayımına dayalı modele bir meydan okumadır (Kaya Mutlu, 2005, s. 15). Sinemada izleyiciye yönelik özel ilgiyi, edebiyat eleştirisinde okuyucuya, felsefede özneye dönüşe paralel biçimde yorumlamak da mümkündür (Mayne, 1993, s. 6). Jackie Stacey'nin *Star Gazing* (1994) isimli çalışmasında örneklendiği üzere "gerçek izleyicilerin" filmleri nasıl yorumladığını inceleyen ve Kültürel Çalışmaların birikiminden yararlanan incelemelerin yanı sıra,⁶ Janet Staiger'ın (1986, 1992, 2000) önerdiği tarihsel materyalist alımlama yaklaşımı gibi, film eleştirileri üzerinden izleyicileri tarihsel ve kültürel olarak konumlandırmaya çalışan araştırmalar da seyirciyi metnin üretimi olarak gören teorik pozisyonun eleştirisi üzerine kuruludur.

Aygıt kuramlarına yönelik eleştiriler, sosyal ve tarihsel olarak spesifik öznelerin anlamlarıyla ilgilenen çalışmaların yolunu açarken, izleyici araştırmaları da farklı teorik ve metodolojik kaynaklardan beslenen eleştiriler almıştır.⁷ Bir sonraki bölümde Kültürel Çalışmalar kapsamındaki izleyici araştırmalarına yönelik temel eleştirilerle birlikte bu çalışmaların barındırdığı politik imkân meselesi konu edilecektir.

İzleyici araştırmalarının eleştirisi, anlamı ve politik imkân sorunu

Kültürel Çalışmalar kapsamındaki izleyici araştırmaları, ekonomik kerteleri ve makro yapıları ihmal etmek, izleyiciye karşı “olumlamacı ve iyimser” ya da “popülist” olmak gibi eleştirilerle karşılaşmıştır (Murdock, 1989; Garnham, 2008; Hagen ve Wasko, 2000; Budd, Entman ve Steinman, 1990; Curran, 1999; Seaman, 1992; Gitlin, 1997).

İletişim çalışmalarında Marksizm’den beslenen eleştirel ekonomi politik yaklaşımda birincil olarak ve çoğunlukla makro yapılara odaklanılır ve izleyiciler tüketim sürecinin bir parçası olarak görülür. Bu yaklaşıma göre ekonomik bağlam alımlamanın/tüketimin sınırlarını oluşturur; dolayısıyla analize ekonomik bağlamın anlaşılmasıyla başlamak gerekir. Ekonomi-politiğin temel eleştirilerinden biri, birçok alımlama çalışmasında tüketim tarafındaki mikro düzeylere odaklanılırken daha geniş kültürel ve politik çerçevelerle bağlantı kurulmamasıdır (Hagen ve Wasko, 2000, s. 22).

Graham Murdock’a göre de (1989, s. 439) iletişim sistemi içinde ideolojinin nasıl işlediğinin bütüncül bir şekilde anlaşılabilmesi için, medya üretiminde çeşitliliğin sağlanmasına ya da engellenmesine neden olan dinamikler açıklanmalıdır. Bunun için iletişimin eleştirel ekonomi politiğine ihtiyaç vardır ancak Kültürel Çalışmalar bu gelenekle ilgilenmeyi ısrarla reddetmektedir. Murdock ve Peter Golding’in düşüncesinde metinlerin taşıdığı anlamlarla, okuyucuların onlara getirdiği anlamların karşı karşıya geldiği mübadele anına odaklanmak, “kültürel çalışmaların yeni popülistleri”ni, “ ‘Serbest Pazar’ın liberal savunucuları”yla ortaklaştırır. Her iki çözümleme biçiminde de karşılaşma, daha geniş bağlamlardan uzaklaştırılmakta ve tüketici egemenliğinin bir örneği olarak savunulmaktadır. Fiske’nin yaptığı gibi “yıkıcı tüketimin romantik kutlaması”, Kültürel Çalışmaların, kitle iletişim araçlarının mevcut tahakküm ilişkilerini sürdürmek ve desteklemek için ideolojik olarak işleme biçimine ilişkin geçmişten beri süregelen ilgisiyle açıkça çelişmektedir. Ancak, bu daha geniş bakış açısından bazı düzeltmeler yapılırsa bile, Kültürel Çalışmaların kültür

endüstrilerinin işleme biçimlerine ilişkin analizlerinde, bunların fiilen endüstri olarak nasıl işlediği ve ekonomik örgütlenmenin anlam üretim ve dolaşımına nasıl nüfuz ettiği konusunda hiçbir şey söylememesi ya da çok az şey söylemesi gibi bir sorun bulunmaktadır. Başka deyişle, Kültürel Çalışmalar insanların tüketim tercihlerinin daha geniş ekonomik bağlam tarafından yapılandırılma biçimleriyle ilgilenmez; eleştirel ekonomi-politik ise birincil hedef olarak bu dinamikleri araştırır (Murdock ve Golding, 2002, s. 63-64).

Janice Peck'e göre (2008, s. 173) "eleştirel medya soruşturmasının iki yakasını buluşturma yakarışı" olan, ancak Kültürel Çalışmaları, ekonomi-politik yardımıyla "düzeltme" girişimi olarak da görülebilecek yazısında Nicholas Garnham (2008, s. 120) Kültürel Çalışmaların, tüketim ile alımlamaya ve yorum anına odaklanarak, "tüketim özgürlüğü ve gündelik yaşamı abartmakta" olduğunu öne sürer. Garnham'a göre (2008, s. 126) "[n]edeni ne olursa olsun, her popüler kültür pratiğine, elitizme bulaşmaktan kaçınmak arzusuyla, bir direniş olarak değer atfetmek kültürel çalışmaların kendi politik mücadelesine geniş ölçüde zarar" vermektedir. Radway ve Ang gibi feminist araştırmacıların bulguladığı aşk romanlarını okuyan ya da pembe dizi izleyen kadınların, fanteziler aracılığıyla kendilerini ifade etmekte özerk bir alan buluyor olmaları durumu da Garnham tarafından eleştirilir:

Eski kötü günlerde biz bunu kaçış olarak adlandırıyorduk; o zevklerden uzak, püriten, sosyalist günlerde kaçış kötü bir şeydi. Bugün belki bu, kısıtlayıcı toplumsal koşullara anlaşılabilir bir tepki olmasına, ne açık bir manipülasyon ne de bütünüyle pasiflik olmasına ve bu toplumsal öznelerle başka bir seçenek sunulmamasına rağmen, bana, öznelerin kendilerini içinde buldukları tahakküm yapılarına direnebilmek için kaçışın pek bir yararı olmaz gibi geliyor (2008, s. 126).

Grossberg'in (2008, s. 133-134) belirttiği gibi alımlamaya ilişkin kültürel çalışmalar, tüketimin karmaşık ve çelişkili doğasına eğilseler de sıklıkla tüketimin çeşitli hazları üretebileceği sonucuna varır. Ancak söz konusu hazların bazı bakımlardan güçlendirici olabileceğini söylemek, pazarın sömürücü, manipüle edici ve baskıcı yönlerini inkâr

etmek demek değildir. Yerel pratikleri, iktidarın toplumsal yapılarının daha geniş bağlamları içinde konumlandırmaya ve aynı zamanda iktidarın toplumsal yapılarının yerel olarak nasıl deneyimlendiğini anlamaya çalışan çalışmalarla, haz üreten herhangi bir tüketim eğiliminin, özünde bir direniş pratiği olduğunu öne süren çalışmaların her ikisi de kültürel çalışmalar içinde bulunmakla birlikte, bunların bir ve aynı şey olmadığı göz önüne alınmalıdır.

Grossberg'e göre (2008, s. 136-137) “[k]ültürel çalışmalar her tür hazzın iyi olduğunu veya politik olarak ilerici olduğunu varsaymaz; tam tersine, sıklıkla hazzın baskıcı iktidar biçimleri ve varolan eşitsiz yapıları tarafından manipüle edilebileceğini veya en azından bunlara eklemenebileceğini kabul eder” ve:

(...) kültürel çalışmalar mevcut iktidar yapılarına meydan okunacaksa iktidarla suç ortaklığının, iktidara katılımın nasıl inşa edildiği ve yaşandığının anlaşılması gerektiğine inanır. Bu da yalnızca insanların bu gibi pratikler aracılığıyla ne kazandıklarına değil fakat bu pratikleri, belli iktidar yapılarından kaçmaya, onlara direnmeye ve hatta karşı koymaya eklemene olanaklarına bakmaktır (Grossberg, 2008, s. 137).

Özetle söylersek Kültürel Çalışmalar ideolojinin, güç ve iktidar ilişkilerinin kültürel alanda nasıl işlediğini anlamaya ve açıklamaya çalışır. Dolayısıyla zaten bu ekol içindeki çalışmalar, tanımı gereği endüstriye ve ekonomik kertelere değil, bir mücadele alanı olarak kültür ürünlerine ve bunların nasıl anlamlandırıldığına odaklanır. Gerçek insanların yorumlarını incelemek, metinlerin neden ve nasıl haz kaynağı olduğunu araştırmak ya da farklı okuma biçimlerinin altını çizmek kendiliğinden politik direniş ve özgürleşim imkânından söz etmek anlamına gelmez. Her halükarda, izleyici araştırmaları ve alımlama çalışmaları, böyle bir imkânın nerede olduğunu, nasıl güçlendirilebileceğini anlamak için ihtiyaç duyduğumuz bilginin üretimi açısından vazgeçilmezdir.

Etnografik çalışmaların mikro düzeylere odaklandıkları ve makro yapılarla olan ilişkiyi kuramadıkları yönündeki eleştirilere karşın Morley (1997, s. 127), George E.

Marcus ve Michael M. J. Fischer'ın gözlemlerini aktarır: Yazarlara göre etnografik çalışmaların değeri, bazı yapısal fenomenleri (örneğin kapitalist dünya sistemi) anlamakta kullandığımız egemen makro çerçevelerimizi yeniden şekillendirebilmelerinde yatar. Böylece teorik çerçevelerimizin genel terimlerle açıklamaya çalıştığı güncel çeşitliliği ve yerel durumların karmaşıklığını daha iyi anlayabiliriz. Morley'ye göre amacımız analizin bir düzeyinin, diğerini ikamesi değil (makro ya da mikronun) daha geniş ideoloji, iktidar ve politika sorunlarının analiziyle bütünleşmesi olmalıdır. Paralel bir düşünceyi Sonia Livingstone da dile getirir: İzleyici araştırmaları sayesinde, izleyici teorik, ampirik ve politik olarak görünür kılınmıştır (Livingstone, 1993). Öte yandan Livingstone (1998) gelinen dönüm noktasında, izleyici araştırmaları ve alımlama çalışmalarının medya ve kültür kuramının diğer alanlarıyla bağ kurması, çok katmanlı bir izleyici kavrayışı için de mikro ve makro düzeylerin analitik olarak birbiriyle ilintilendirilmesi gerekliliğini vurgular. Ann Gray'e göre (1999, s. 32) ise, izleyici araştırmalarına yönelik eleştirideki mikro-makro ayrımının kendisi sorunludur. Bu tür çalışmalar bize kamusal ve özel olanın gündelik, olağan ve sıradanın içinde nasıl massedildiğini gösterir.

İzleyici araştırmalarına yönelik önemli bir eleştiri temasını oluşturan "izleyici popülizmi"nden kaçınmak için Timothy Gibson'ın (2000) önerisi, eleştirel izleyici araştırmalarının Fredric Jameson tarafından ifade edilen "bilişsel haritalandırma" projesine katılmasıdır. Bir dizi makalesinde Jameson, kapitalizmin en son aşaması sırasında yaratılan yeni estetik ve sosyal alanların haritalandırılmasındaki yetersizliğinin, etkili ve stratejik bir sosyalist politika şekillendirme olasılığını kötürüm hale getirdiğini yazar ve sonuç olarak "bir bilişsel haritalandırma estetiği" önerir. Jameson'a göre geç kapitalizmin ulusal ve küresel sosyal organizasyonun makro yapılarının yanı sıra, gündelik yaşam düzeyinde kültürel deneyimi düzenleyen ve yeniden yapılandıran bütünlüğün (totality) nasıl işlediğini anlamak ve haritalandırmak gereklidir (aktaran Gibson, 2000, s. 253- 254). Gibson (2000, s. 254) izleyicilerin

yorumlama stratejilerinin etnografik yöntemle incelenmesinin, bu proje için yaşamsal önemi olduğu kanısındadır. Çünkü yazara göre makro yapılar, gündelik hayat düzeyinde anlam üretimini ve sosyal eylemi sınırladığı ve yönlendirdiği ölçüde başarılıdır. Bu sınırlama ve kısıtlama sürecini kavramak için, hem belli bir topluma dair bütünlük nosyonuna sahip olmak hem de söz konusu bütünlüğün gündelik yaşam düzeyinde nasıl kısıtlayıcı ve biçimlendirici olduğunu ve yeniden üretildiğini detaylı biçimde anlamak gerektir.

Gibson'a göre (2000, s. 258) izleyicilerin anlam üretim sürecine odaklanan araştırmacılar, Morley'yi izleyerek, hem seyircilerin yaratıcı ve farklı anlamlar üretme gücüne, hem de bazı anlamların üretimini sınırlayıp kısıtlarken, diğer anlamların üretimine olanak veren ve bunları destekleyen daha geniş küresel ve yerel belirleyicilere yoğunlaşmalıdırlar. Gibson'ın düşüncesinde bu diyalektik beceriyi kazanabilmek için: (1) Toplumun bütünlüğünü kavramsallaştırmaya (ki bu daha geniş ekonomik, politik, kültürel güç yapılarının belirli bir tarihsel momentte nasıl yapılandırıldığı ve düzenlendiğidir) ve (2) medya tüketimini de içeren gündelik yaşam pratikleri içinde bu bütünlüğün nasıl yeniden üretildiği ve hatta bu pratikler tarafından nasıl biçim değiştirdiğini anlamaya ihtiyacımız vardır. Gibson (2000, s. 261), Morley ve Hall gibi araştırmacıların üç önemli analiz alanı tanımlamış olduklarını belirtir:

- (1) Medya metinleri ve bunların söylemsel yapıları,
- (2) Metinlerin okuyucuları tarafından işgal edilen üstbelirlenmiş sosyal konumlar,
- (3) Kullanımın ve yorumlamanın sosyal bağlamı.

Kısaca yapılması gereken, mikro düzeylere odaklanmaktan vazgeçmek değil, mikro ve makro düzeyler arasındaki bağlantıları güçlü biçimde kurmaktır. Medya-izleyici ilişkilerinde etnografik yaklaşım, "metinsel belirlenim"den kaçınırken Tessa Perkins'in (2000, s. 83) kavramıyla bir tür "izleyici belirlenimi"ne neden olması temelinde de eleştirilmiştir. Ancak Dilek Kaya'nın da belirttiği gibi izleyici araştırmaları yalnızca "izleyiciyi bilebilme" motivasyonundan hareket etmez. Bu araştırmalar daha

çok izleyicinin metinle baş başa olmadığını, diğer sosyal ve tarihsel yapı ve söylemler ile sosyal ilişkilerin sürekli izleyici-metin karşılaşmasında devrede olduğunu göstermeye çalışır. Bu açıdan söz konusu araştırmaları “izleyici temelli” yerine “bağlam temelli” olarak tanımlamak mümkündür (Kaya Mutlu, 2002, s. 12).

Güç ve iktidar ilişkilerinin sadece varlığını tespit etmekle yetinip iktidarın nasıl kazanıldığını, işlediğini ve sürdürüldüğünü farklı düzeylerde anlamadan ve açıklamadan alternatif ya da muhalif bir politik imkândan söz etmek olası görünmemektedir. Huimin Jin’in (2011) kültürel çalışmalar, etkin izleyici ve kültür kuramı üzerine Morley’le yaptığı söyleşi esnasında sorduğu sorulara yanıt verirken Morley, aslında özel olarak araştırma odağına aldığı şeyin televizyon ya da izleyicilerin kendisi değil, kültürel güç meselesi olduğunu kaydeder. Televizyon izleyicisi üzerine görgül araştırma yapmayı seçmesinin sebebi ise, bu araştırmaların, medya tüketiminin farklı biçimlerinde açığa çıkan, ideolojik ya da kültürel hegemonyanın kapsamını (ve sınırlarını) incelemenin “uygulanabilir hale getirilmiş” (operationalize) bir yolu olmasıdır. Gerçekleştirdiği görgül çalışmaların teorik katkısı ise, medyanın gücünün nasıl işlediğine dair, medya etkileri hakkındaki Adorno ve Horkheimer’in erken dönem, McLuhan’ın 1960’lardaki ve Baudrillard’ın postmodern çalışmalarının önerdiği türden “soyut spekülasyonlar”dan daha iyi bir model sunmasıdır. Morley’ye göre bu tür soyut spekülasyonlar, teorik olarak sofistike olmalarına karşın, sonuçta hâlâ oldukça basit medya etkileri kavrayışını devam ettirmektedir (Jin, 2011, s. 127).

Görgül bir incelemeye dayanmayan soyut spekülasyonların anlamsız ve gereksiz olduğunu iddia etmemekle beraber, basitçe hangi bilginin neden gerekli ve anlamlı olduğu sorusuna cevabımız politik değişim ve dönüşüm imkânına işaret ediyorsa, belirli bir tarihsel momentteki özgül durumları incelememiz ve açıklamamız gerekir. Kültürel Çalışmalar için teorinin değeri kendinden menkul değildir. Bu gelenekten gelen araştırmacılar teoriyi, genelleştirilmiş soyut spekülasyonlar üretmek için değil, belirli, ampirik olarak özgül konjonktür ya da durumlar üzerine teori geliştirmek için

kullanırlar. Morley teorik soyutlamanın güçlü ve çoğu zaman gerekli bir entelektüel araç olduğunu belirtir. Çünkü bu soyutlamalar sayesinde kafa karıştırıcı bir veri yığını yerine, temel örüntüleri görebilmek mümkün olacaktır. Öte yandan soyutlama yapmak konusunda dikkatli davranmak gerekir. Her soyutlama ya da kategorileştirme doğası gereği indirgemecidir. Bu nedenle de her özgül durumda, soyutlama düzeyine gerek olup olmadığı, bu soyutlamanın kültürel örüntülerin incelenmesine katkı sağlayıp sağlamadığı değerlendirilmelidir (Jin, 2011, s. 128-129).

Yönteme ilişkin sorunlara değinecek olursak, ilk olarak nitel yöntem ve tekniklerle bilgi toplamanın izleyicilerin deneyimlerini dolaylımsız bir şekilde anlamak ve anlatmak iddiasını taşımadığını söyleyebiliriz. Bir temsil sistemi olarak dilin kendisinin dolaylımlama aracı oluşu ve araştırmacının öznelliği sorunlarının yanı sıra görüşmelerin belirli bir araştırma bağlamında yapılıyor olması da, görüşmecilerin kendilerini ifade ederken bütünüyle içlerinden geldiği gibi davranmasını engelleyebilmektedir. Araştırmacının veriyi inceleme materyaline dönüştürmesi, kategorilere ayırması ve belirli kavramlarla ilişkilendirmesi de dolayımın bir başka boyutudur. Louise Spence'in (2005, s. 140) belirttiği gibi bazen hissettiklerimizi, yaşadıklarımızı ve bunların bizim için ne ifade ettiğini sözcüklere dökemeyiz. Bu yüzden de bir başkasının öznel deneyimini anlamak ve açıklamak gerçekten zor bir iştir. Ancak, gerek bu zorluk gerek dolayım sorunu gerekse izleyicinin söylemsel bir inşa olması meselesi yüzünden nitel izleyici araştırmalardan vazgeçilirse, medya içerikleri ve tüketimine ilişkin makro ve yapısal güç örüntülerinin yerel düzlemlerde ve gündelik hayat içinde deneyimlenme biçimlerine dair bilgi üretmek imkânsız hale gelir. İzleyici araştırması ve alımlama çalışmalarını, metin incelemeleriyle tam bir ikili karşıtlık üzerinden açıklamak yerine, nitel verinin kendisinin de inşa edilmiş bir metin olduğu göz önüne alınmalıdır. Dolayısıyla iddia edilen, "dolaylımsız ve hakiki" bilgi üretmek değil, metnin inşa ettiği özne konumları yerine, gerçek izleyicilerin sözlerini metin olarak incelemektir.

Sonuç

Başta da belirtildiği gibi bir bütün olarak kültür ve kültür ürünleri ile izleyici konusu sadece egemenlerin politik çıkarlarıyla sınırlı bir alan değildir. Hall'un (1981, s. 239) vurguladığı üzere popüler kültüre, egemenlerin de, karşıt güçlerin de üzerinde mücadele verdiği, hem direnme hem de boyun eğme alanı olarak bakmak mümkündür. "Kısmen hegemonyanın yükseldiği ve güvence altına alındığı yer" olduğundan popüler kültür ürünlerinin nasıl anlamlandırıldığı önemlidir.

Anlam üzerindeki mücadele, hegemonyanın tesisi ya da kaybedilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Hall'a göre (1999b, s. 119) Gramsci'nin hegemonya kavramı, "belli oluşumların tahakkümlerinin ideolojik zor'la değil, kültürel önderlikle sağlandığını ima" eder. Kapitalist toplumlarda hâkimiyetin nasıl kurulduğunu ve sürdürüldüğünü açıklayan hegemonya, asli ekonomik süreçler üzerinde etkili bir üstünlük sağlamış yönetici sınıf fraksiyonları ittifakının ya da tarihsel bloğun, toplumun hayat tarzını, âdetlerini, kültür ve medeniyet düzeyini ve bizatihi toplumun biçimini, doğrudan doğruya tikel bir sınıfın dar çıkarlarına yarar sağlamasa dâhi, bir bütün olarak yaşamın "başat toplumsal üretim sisteminin gelişimini ve genişlemesini destekleyecek bir yönde dönüştürebilecek ve yeniden biçimlendirebilecek şekilde toplum üzerinde sağladığı üstünlüğü geliştirdiği ve yaydığı tüm süreçleri kuşatır". Gramsci'nin dikkat çektiği çok önemli bir nokta, bu "önderlik" anlayışında hegemonyanın bir ölçüde hukuki ve meşru zorun yanı sıra, ilke olarak bağımlı sınıfların ve toplumsal grupların aktif rızalarının kazanılması yoluyla tesis edilmesidir (Hall, 1999b, s. 119).

Kültürel Çalışmalar birikiminin ortaya koyduğu üzere, egemen anlamlar üreten/yeniden üreten metinler de karşıt biçimde okunabilir. Ancak elbette bu, söz konusu metinlerin kendiliğinden direniş yaratacağı anlamına gelmez. Popüler anlatıların değişim ve dönüşümler yaratması bekleniyorsa, meselenin farklı

katmanlarını inceleyen geniş çaplı araştırmalar yapmak ve uzun erimli, sistematik politik projeler geliştirmek gereklidir.

Michael Ryan ve Douglas Kellner'ın söylediği gibi (1997, s. 450):

Kültürel temsiller ne hâlihazırda mevcut olan bir toplumsal cevherin üzerine eklenir, ne de kendilerinin dışındaki bir duygu ve düşünce kütesini yansıtırlar. Bu duygu ve düşünceler kütesi o temsillerden ayrı var olamaz, tıpkı, zihinde duyulan arzunun, onu yönlendiren temsillerden kopuk olarak var olamayacağı gibi. Sonuç olarak kültürün politik anlamı, verili olarak bu kültürdeki temsillerden önce varolan bir şey değildir. Temsillerin kendileri de bu anlamı inşa etmekte rol alırlar. Böyle olduğu için de kültürün politik anlamı, dönüştürülebilir, inşa edilebilir ve belirlenimsizdir. O anda hangi maddesel koşulların ağır bastığına, hangi temsillerin etkili olduğuna göre değişebilir.

Ayrıca kültür ürünlerinin barındırdığı politik imkân/imkânsızlık, yalnızca onları kimin neden ürettiği ya da metinlerin neyi nasıl söylediğiyle ilgili değildir. Hatta bundan ziyade izleyicilerin bu metinlerden hangi anlamları neden ve nasıl çıkardığına bağlıdır. İzleyicilerin metinleri yorumlarken içinden konuştukları söylemler, ifade ettikleri duygu ve düşünceler politik strateji geliştirmek bakımından çok önemli bulgular sunmaktadır.

Edward Schiappa ve Emanuelle Wessels (2007, s. 11) izleyici araştırmalarına ilişkin eleştiri getirenlerin ortaya koyduğu bazı önemli soruları şöyle sıralar: Metne ve izleyiciye ilişkin ne tür etkenler, bir popüler kültür metninin çok anlamlılığını (polysemous) nasıl etkiler? Sadece popüler kültür metinleri, inanç ve davranışları değiştirmek ya da güçlendirmek konusunda ne derece etkili olur? İzleyici araştırmalarında hangi veri toplama yöntemleri en güvenilirdir? Neden bazı bağımlı (subordinated) grup üyeleri diğerlerine kıyasla daha üretken ya da direngendir? Anlamlar, verili bir söylemsel topluluk içinde nasıl sabitlenir ya da sabitlenebilir mi? Eleştirmenler ya da kanaat önderleri popüler kültür metinlerinin yorumlanmasında ne ölçüde şekillendirici olur? Bilinçdışı düzeyde ikna ne kadar mümkündür? Bir metnin,

izleyiciyi tanımadan onu etkilemesi ne kadar mümkündür? Tüm bu sorulara yanıt verebilmek ve dahası egemen anlamlarla mücadele edebilmek için izleyici araştırmalarından vazgeçmek değil, çok sayıda ve mikro düzeylerle makro düzeyleri güçlü bağlarla birbirine bağlayacak araştırmalar yapmak gerekir.

Özellikle Türkiye bağlamında düşünürsek, televizyonun insanların gündelik hayatlarında kapladığı yerin görmezden gelinemeyecek ölçüde önemli olduğu açıktır. Farklı aşamalardan oluşan geniş çaplı araştırmalardan elde edilecek bilgi, hem medya içeriklerinin ticari ve endüstriyel boyutlarına hem de insanların bunları tüketme ve anlamlandırma pratiklerine ışık tutabilir. Böylesi bir bilginin üzerine inşa edilecek uzun vadeli politik stratejilerle de ötekilerin sesini yükseltmek, eşitlik ve özgürlük temelinde kurulan anlamları üretmek/yeniden üretmek ve güçlendirmek mümkün olacaktır. Üstelik dijital dünyanın sunduğu olanaklar sayesinde gençlere ulaşmanın yeni yollarını bulmak da pekâlâ mümkündür.

Kaynakça

- Alasuutari, P. (1999). Introduction: Three Phases of Reception Studies. Pertti Alasuutari (Der), içinde, *Rethinking the Media Audience* (s.1-21). Londra: Sage.
- Ang, I. (1991). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. D. Couling (Çev.). Londra ve New York: Routledge.
- Athique, A. (2005). Watching Indian Movies in Australia: Media, Community and Consumption. *South Asian Popular Culture*, 3(2), 117-133.
- Athique, A. (2011). Diasporic Audiences and Non-Resident Media: The Case of Indian Films. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 8(2), 1-23.
- Barker, M. (2006). I Have Seen the Future and It Is Not Here Yet ...; or, On Being Ambitious for Audience Research. *The Communication Review*, 9(2), 123-141.

- Banaji, S. (2006). *Reading 'Bollywood': The Young Audience and Hindi Films*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Bobo, J. (1988). The Color Purple: Black Women as Cultural Readers. E. Deidre Pribram (Der.), içinde, *Female Spectators: Looking at Film and Television* (s. 90–109). Londra: Verso.
- Brunsdon, C. ve Morley, D. (1978). *Everyday Television: "Nationwide"*. Londra: BFI.
- Budd, M., Entman, R.M. ve Steinman, C. (1990). The Affirmative Character of U.S. Cultural Studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 7, 169-184.
- Curran, J. (1999). Kitle İletişim Araştırmasında Yeni Bir Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası. Mehmet Küçük (Der. ve Çev.), içinde, *Medya, İktidar, İdeoloji*. (s. 397-435). Ankara: Ark.
- De Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. S. Rendall (Çev.). Berkeley: University of California Press.
- Desai, J. (2005). Planet Bollywood: Indian Cinema Abroad. Shilpa Davé, LeiLani Nishime, Tasha G. Oren (Der), içinde, *East Main Street: Asian American Popular Culture* (s. 55-71). New York: New York University Press.
- Dudrah, R. K. (2002). Vilayati Bollywood: Popular Hindi Cinema-Going and Diasporic South Asian Identity in Birmingham (UK). *Javnost – The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 9(1), 19–36.
- Fetveit, A. (2001). Anti-Essentialism and Reception Studies. *International Journal of Cultural Studies*, 4(2), 173-199.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Londra ve New York: Routledge.
- Fiske, J. (2003). Understanding Popular Culture. Will Brooker ve Deborah Jermyn (Der.), içinde, *The Audience Studies Reader* (s.112-116). Londra ve New York: Routledge.

- Garnham, N. (2008). Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar: Uzlaşma mı Boşanma mı?. Sevilay Çelenk (Der. ve Çev.), içinde, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar* (s. 115-130). Ankara: De Ki.
- Gibson, T. A. (2000). Beyond Cultural Populism: Notes Toward the Critical Ethnography of Media Audiences. *Journal of Communication Inquiry*, 24(3), 253-273.
- Gillespie, M. (1995). *Television, Ethnicity and Cultural Change*. Londra ve New York: Routledge.
- Gitlin, T. (1997). The Anti-political Populism of Cultural Studies. Marjorie Ferguson ve Peter Golding (Der.), içinde, *Cultural Studies in Question* (s. 25-38.). London: Sage.
- Gray, A. (1999). Audience and Reception Research in Retrospect: The Trouble with Audiences. Pertti Alasuutari (Der.), içinde, *Rethinking the Media Audience* (s. 22-37). Londra: Sage.
- Grossberg, L. (2008). Kültürel Çalışmalar Ekonomi Politığe Karşı: Bu Tartışmadan Başka Sıkılan Var mı?. Sevilay Çelenk (Der. ve Çev.), içinde, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar* (s. 131-145). Ankara: De Ki.
- Hagen, I. ve Wasco, J. (2000). Introduction: Consuming Audiences? Ingunn Hagen ve Janet Wasko (Der.), içinde, *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research* (s. 3-28). New Jersey: Hampton Press.
- Hall, S. (1981). Notes on the Deconstructing the Popular. Raphael Samuel (Der.), içinde, *People's History and Socialist Theory* (s. 227-240). Londra: Routledge & Kegan Paul.
- Hall, S. (1999a). Encoding, Decoding. Simon During (Der.), içinde, *Cultural Studies Reader* (s. 508-517). London: Routledge.
- Hall, S. (1999b). İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü. Mehmet Küçük (Der. ve Çev.), içinde, *Medya, İktidar, İdeoloji* (s. 77-126). Ankara: Ark.

- Hartley, J. (2006). "Read thy self": Text, Audience, and Method in Cultural Studies. Mimi White ve James Schwoch (Der.), içinde, *Questions of Method in Cultural Studies* (s. 71-103). Oxford: Blackwell.
- Hermes, J. (2006). Practicing Embodiment: Reality, Respect, and Issues of Gender in Media Reception. Angharad N. Valdivia (Der), içinde, *A Companion to Media Studies* (s. 382-398.). Oxford & Malden, MA: Blackwell.
- Hobson, D. (1982). *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. Londra: Methuen.
- Jin, H. (2011). An Interview with David Morley: British Cultural Studies, Active Audiences and the Status of Cultural Theory. *Theory, Culture and Society*, 28(4), 124-144.
- İnal, A. (1995). Kültürel Çalışmalar ve İzleyici Sorunu Üzerine. *Kuram*, 8, 59-73.
- Kaya Mutlu, D. (2002). Yeşilçam in Letters: A 'Cinema Event' in 1960s Turkey from the Perspective of an Audience Discourse. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Bilkent Üniversitesi/Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kaya Mutlu, D. (2005). *The Midnight Express Phenomenon: The International Reception of the Film Midnight Express*. İstanbul: The Isis Press.
- Livingstone, S. (1993). The Rise and Fall of Audience Research: An Old Story with a New Ending. *Journal of Communication, Special Issue, 'The Future of the Field'*, 43(4), 5-12.
- Livingstone, S. (1998). Audience research at the crossroads: The 'implied audience' in media and cultural theory. *European Journal of Cultural Studies*, 1(2), 193-217.
- Livingstone, S. (2006). The Changing Nature of Audiences: From the Mass Audience to the Interactive Media User. Angharad N. Valdivia (Der.), içinde, *A Companion to Media Studies* (s. 337-359). Oxford & Malden, MA: Blackwell.
- Lull, J. (1980). The Social Uses of Television. *Human Communication Research*, 6(3), 197-207.

- Lull, J. (1988a). Constructing Rituals of Extension through Family Television Viewing. James Lull (Der.), içinde, *World Families Watch Television* (s. 237-259). Newbury Park, CA: Sage.
- Lull, J. (1988b). The Family and Television in World Cultures. James Lull (Der.), içinde, *World Families Watch Television* (s. 9-21). Newbury Park, CA: Sage.
- Lull, J. (1990). Family Social Uses of Television as Extensions of the Household. Jennings Bryant (Der.), içinde, *Television and the American Family* (s. 59-72). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Mankekar, P. (1999) *Screening Culture, Viewing Politics: An Ethnography of Television, Womanhood, and Nation in Postcolonial India*. Durham, NC: Duke University Press.
- Mayne, J. (1993). *Cinema and Spectatorship*. Londra ve New York: Routledge.
- Moores, S. (1995). *Interpreting Audiences*. Londra: Sage.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. Londra: BFI.
- Morley, D. (1990). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Londra ve New York: Routledge.
- Morley, D. (1997). Theoretical Orthodoxies: Textualism, Consturctivism and the “New Ethnography” in Cultural Studies. Marjorie Ferguson ve Peter Golding (Der.), içinde, *Cultural Studies in Question* (s. 121-137.). Londra: Sage
- Murdock, G. (1989). Cultural Studies: Missing Links. *Critical Studies in Mass Communication*, 6(4), 436-440.
- Murdock, G. ve Golding, P. (2002). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik. Süleyman İrvan (Der.) içinde, *Medya, Kültür ve Siyaset* (s. 59-97.). B. Kejanlıoğlu (Çev.). Ankara: Alp.
- Napoli, P. (2011). Ratings and Audience Measurement. Virginia Nightingale (Der.), içinde, *The Handbook of Media Audiences* (s. 286-301). Oxford: Wiley-Blackwell.

- Parameswaran, R. E. (2006). Resuscitating Feminist Audience Studies: Revisiting the Politics of Representation and Resistance. Angharad N. Valdivia (Der.), içinde, *A Companion to Media Studies* (s. 311-336). Oxford & Malden, MA: Blackwell.
- Peck, J. (2008). Ekonomi Politik Kültürel Çalışmalar Tartışmasından Niçin Sıkılmamalıyız?. Sevilay Çelenk (Der. ve Çev.), içinde, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar* (s. 173-204.). Ankara: De Ki.
- Perkins, T. (2000). Who (and what) is it for?. Christine Gledhill and Linda Williams (Der.), içinde, *Reinventing Film Studies* (s. 76-95). Londra: Oxford University Press.
- Press, A. ve Livingstone, S. (2006). Taking audience research into the age of new media: old problems and new challenges. Mimi White ve James Schwoch, (Der.), içinde, *The Question of Method in Cultural Studies* (175-200). Oxford: Blackwell.
- Punathambekar, A. (2005). Bollywood in the Indian-American diaspora: mediating a transitive logic of cultural citizenship. *International Journal of Cultural Studies*, 8(2), 151-173.
- Radway, J. (1984). *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill, NC ve Londra: University of North Carolina Press.
- Ruddock, A. (2001). *Understanding Audiences: Theory and Method*. Londra: Sage.
- Ryan, M. ve Kellner, D. (1997). *Politik Kamera: Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası*. E. Özsayar (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Seaman, W. R. (1992). Active Audience Theory: Pointless Populism. *Media, Culture and Society*, 14, 301-311.
- Seiter, E. (1999). *Television and New Media Audiences*. Oxford: Oxford University Press.
- Schiappa, E. ve Wessels, E. (2007). Listening to Audiences: A Brief Rationale and History of Audience Research in Popular Media Studies. *International Journal of Listening*, 21(1), 14-23.
- Stacey, J. (1994). *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. Londra ve New York: Routledge.

- Staiger, J. (1986). The Handmaiden of Villainy: Methods and Problems in Studying the Historical Reception of Film. *Wide Angle*, 8 (1), 19-28.
- Staiger, J. (1992). *Interpreting Films*. New Jersey: Princeton University Press.
- Staiger, J. (2000). *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*. New York ve Londra: New York University Press.
- Smets, K. (2013). Diasporas and Audience Studies: A Fruitful Match? Reflections from a Media Ethnographic Study on Turkish and Moroccan Film Audiences. *The Communication Review*, 16(1-2), 103-111.
- Smets, K., vd., (2011). A Semi-public Diasporic Space: Turkish Film Screenings in Belgium. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 36 (4), 395-414.
- Smets, K., vd., (2013). Diasporic Film Cultures from a Multi-level Perspective: Moroccan and Indian Cinematic Flows in and towards Antwerp (Belgium), *Critical Studies in Media Communication*, 30(4), 257-274.
- Spence, L. (2005). *Watching Daytime Soap Operas: The Power of Pleasure*. Middletown, Connecticut: Wesleyan University Press.
- Srinivas, L. (1998). Active Viewing: An Ethnography of the Indian Film Audience, *Visual Anthropology*, 11(4), 323-353.
- Srinivas, L. (2002). The Active Audience: Spectatorship, Social Relations and The Experience of cinema in India. *Media, Culture and Society*, 24, 155-173.
- Stevenson, N. (2006). *Medya Kültürleri*. G. Orhon ve B. E. Aksoy (Çev.). Ankara: Ütopya.
- Taylor, H. (1989). *Scarlett's Women: Gone With the Wind and its Female Fans*. Londra: Virago.
- Williams, R. (1961). *The Long Revolution*. Londra: Chatto and Windus.

¹Tırnak kullanımı yazara aittir.

² Pertti Alasuutari (1999, s. 3) Hall'un kodlama/kodaçımılama modelinin, Gerbner, Lasswell ve Shannon-Weaver gibi daha eski modellerle karşılaştırıldığında radikal bir değişimi temsil etmediğini öne sürer. Ona göre tıpkı diğer modeller gibi Hall'unki de kitle iletişimini, belirli mesajların gönderildiği ve belirli etkilerle alındığı bir süreç olarak

görür. Örneğin, televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarını modern toplumsal yapının bir parçası olarak ele almaz. Fakat bununla beraber Hall'un geliştirdiği alımlama paradigması, mesaj konusunda teknikten semiyotiğe doğru bir dönüşümü içerir. Mesajın bundan böyle göndericiden alıcıya fırlatılan bir paket ya da top gibi görülmek yerine, program yapımcısı tarafından kodlanan ve alıcılar tarafından açılan bir şey olarak kavramsallaştırılması, kodlama ile açılma arasında zorunlu bir denklik olmadığına işaret eder. Alasutari'ye göre Hall mesajın etkisi varsayımını da kapı dışarı etmez; ancak, onun ortaya koyduğu semiyotik perspektifle, davranışçı uyaran-tepki modeli yerini yorumlayıcı bir çerçeveye bırakır. Bu linguistik ya da semiyotik dönüşün, Hall'un sözünü ettiği "üretim yapıları" nı da içeren ve her şeyin sosyal ve linguistik inşalar olarak görüldüğü bir tür radikal fenomenolojiye doğrudan öncülük etmesi mümkündür. Ancak Hall önerdiği semiyotik perspektifle, böylesine büyük bir sıçrama yapmak yerine, "kodlama" ve "kodaçılama" olarak isimlendirdiği "belirleyici moment"lere odaklanmaktadır.

³ Martin Barker (2006, s. 135-137) bir grup araştırma sonucunda geliştirdiği ve kökleri Horst Ruthrof'un *The Reader's Construction of Narrative* (1981) isimli çalışmasına dayanan, "izleme stratejisi" kavramıyla, Hall'un kodlama-kodaçılama modeline bir alternatif önerir. Barker'a göre Hall'un yaklaşımı ister istemez "metin"den uzaklaşan okumalara ayrıcalık tanımaktadır. Egemen okumaların bir tür edilgenliğe işaret ettiğini ve kodlanmış izleyicinin tarihsel koşullarının, gerçek izleme ediminin göz ardı edildiğini öne süren Barker "izleme stratejisi" kavramının bütün izleme sürecini kapsayan bir çerçeve sunduğunu belirtir. Söz konusu süreç, bir izleyici topluluğu üyelerinin her tür okuma, dinleme ya da izleme edimi için *yaptıkları hazırlıkla* beraber, bu hazırlıkların farklı biçimlerde dikkat, karakter ya da olayları anlamlandırma becerisi sağlamasını, olası bağlantı ve anlamları takip etmeye dair istekliliğe neden olmasını ve bütün bunların ret-kabul, tatmin-tatminsizlik düzeylerinde, insanların duygu, düşünce ve yaşamlarına dair deneyimleriyle daha uzun vadede birleştiğinde nasıl sonuçlar verdiğini kapsar.

⁴ Kadınların aşk romanı okuma pratikleri üzerine güncel bir araştırma Radhika Parameswaran (2006) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kuzey Hindistan'da Andhra Pradeş eyaletinin başkenti olan Hyderabad'da beş ay süreyle yürüttüğü alan araştırmasından hareket eden Parameswaran (2006, s. 332) orta-sınıf Hint kadınların aşk romanı okuma pratiklerinin, sömürgecilik ve milliyetçiliğin ideolojik bağlamlarıyla şekillendiğini ve bunlara eklemeliğini ortaya koyar.

⁵ Raymond Williams'a ait olan "duygu yapısı" kavramına ilişkin ayrıntılar için bkz. Williams, 1961.

⁶ Diğer öncü çalışmalar arasında Jacqueline Bobo'nun (1988) siyah kadın izleyicilerin *The Color Purple* (1985, Steven Spielberg) filmi nasıl alımladıklarını incelediği çalışması ve Helen Taylor'ın (1989) *Gone with the Wind* (1939, Victor Fleming) filminin kadın izleyici alımlamalarına odaklandığı araştırması sayılabilir. Lakshmi Srinivas'ın etnografik çalışmaları da alana önemli katkılar sunmaktadır. Güney Hindistan'ın Bangalore kenti ile Amerika'da Boston ve Los Angeles şehirlerinde gerçekleştirdiği alan araştırmasına dayanan çalışmalarında Srinivas (1998, 2002), katılımlı gözlem ve görüşme tekniklerini kullanarak kamusal ortamda sinemasal alımlamanın nasıl gerçekleştiğini inceler. Özellikle Batı'daki film izleme pratiği ile Hindistan'daki izleme biçimleri arasındaki ayırıcı farklılıklar konusunda çarpıcı bulgulara ulaşır. Kevin Smets'in de belirttiği gibi 1990'larla birlikte izleyici çalışmalarında bir "diasporik dönüş"ten (*diasporic turn*) söz edilebilir (2013, s. 104). Bu yönelimle beraber filmlerin diasporik tüketimine ilişkin etnografik çalışmalar göze çarpar. (Bkz. Dudrah, 2002; Desai, 2005; Punathambekar, 2005; Athique, 2005, 2011; Banaji, 2006; Smets vd., 2011, 2013).

⁷ Fransa'da Jean L. Baudry ve Christian Metz, Britanya'da Laura Mulvey sinemanın kurumsal bir *aygıt (apparatus)* olarak işlediğini öne süren yaklaşımın önemli temsilcileridir. Aygıt kuramcılarının göre sinema, hâkim ideolojinin bir parçası olan haz, arzu, fantezi ve düş yapılarına göre işler. Kısaca aygıt kuramcıları, sinemanın da içinde işlediği büyük yapılarla ilgilidirler. Raymond Bellour, Stephen Heath ve Thierry Kuntzel'in çalışmalarının çıkış noktası ise, film metninin mikro yapılarını analiz etmektir. Aygıtın kendisiyle ya da tekil film metinleriyle ilgilenseler de tüm bu kuramcılar, sinemayı bir kurum olarak analiz etme ekseninde buluşurlar ve sıklıkla psikanalitik kavramlara başvururlar. 1970'lerin film kuramında psikanaliz, sinemanın ideolojik bir aygıt olarak nasıl işlediğini göstermek bakımından önemli bir yere sahiptir (Mayne, 1993, s. 17-19).