

GİRİŞ

- **İletişim çalışmalarının**, akademik bir ilgiye layık görülmesi *20.y.y başlarına* denk gelir.
- **Kitle iletişiminin gelişimi** kapitalizmin gelişimine paralel bir gelişim çizgisi izler.
- **20.y.y insanı** kitle iletişiminden bağımsız bir dünyada yaşayamamaktadır.

MEDYAYI NEDEN ÇALIŞMALI?

- **Medyanın** insanları ve/veya toplumları etkileme ve yönlendirme kapasitesine sahip olduğu artık üzerinde uzlaşılan bir konudur.
- **Medya** insanların toplumsal cinsiyet, yaş, medeni durum veya sosyo-ekonomik konumuna bakmaksızın tüm bunları yatay kesen ve herkesin yaşamında kaçınılmaz olarak var olan; insanları, iş yerleri veya özel yaşam alanlarından dışsal dünyaya temas ettirilen bir araç ve kurumdur.
- **Yeni iletişim teknolojileriyle** insanlar zaman ve mekandan kaynaklanan sınırlılıkları aşmakta; bir anlamda dünya ölçeğinde buluşabilmektedir.
- **En çok bilinenleri** Twitter ve Facebook olan sosyal medya ise *"beşinci güç"* sıfatıyla yükselmekte, günlük yaşamda sosyalleşme arzusundan politik eylemleri örgütlemeye kadar yeni bir güç olarak kafa yormayı hak etmektedir.
- **Medyanın gücü** onun çok geniş sayıdaki insan kalabalıklarına ulaşma kapasitesinden gelir ve insanların düşüncelerini etkileme potansiyeli de ulaştığı geniş insan topluluğu düşünüldüğünde bilimsel çalışma yapmaya değer bir konudur.
- **1.Dünya Savaşı** gazetelerin içeriklerinin politikleşmesine, ABD ve Avrupa'nın sanayi gelişkin ülkelerinde devletler arasındaki çatışmanın artması ve milliyetçiliğin tetiklenmesinde basının gücünün keşfedilmesine yol açtı.
- **19. Y.y'ın** kitle hareketleri ve 1.Dünya savaşı'nın geniş bir alanı kapsamaması nedeniyle **ilk dönem** iletişim araştırmalarında *"propaganda"* konusu ve *"propaganda teknikleri"* yoğun olarak çalışılan bir konudur.
- **1.Dünya savaşı sonrasında** arkasından kısa bir süre sonra 2.dünya savaşı patlak vermiş;Sovyetler Birliği'ndeki Bolşevik Devrimi propagandaya değin ilginç örnekler oluşturmuştur.
- **Son yirmi(20) yıllık bir** geçmişe sahip bu uluslararası çaptaki çatışmalar ve gerilimler de göstermekte ki **medya**, uluslararası ilişkiler veya gerilimlerde de siyasi aktörlere(oyunculara) hala önemli üstünlükler sağlayabilmektedir.
- **"Arap Devrimi"** olarak adlandırılan Mısır, Libya ve Suriye'de yaşanan halk hareketleri ve çoğunluğu genç insanlardan oluşan bu grupların(öbeklerin), siyasi iktidarlara ve mevcut politikalara yönelik muhalif görüşlerini ve tepkilerini dışa vurmada yeni medyayı kullandıkları görülmüştür.
 - **Böylelikle** kitle iletişimi aslında sadece güce sahip oyuncular veya öbeklerin yararlanabileceği bir araç da değildir.
 - **Medya**, güce sahip kesimlerin olduğu kadar bu güce erişmek isteyenlerin de mücadele verdiği ve egemen olmak istediği bir araçtır.
- **Medya** günümüz toplumlarında ekonomik alandan toplumsal ve kültürel alana kadar toplumsal yaşamda önemli meselelere, doğrudan bir oyuncu olarak katılan önemli bir güçtür.

MEDYA GÜCÜ

- **20. Y.y** *"kitle iletişiminin ilk çağı"* olarak adlandırılmaktadır.
- **İletişim araştırmaları** tarihi boyunca iletişim bilimcilerin şu üç konu etrafında daha çok zihinsel emek harcadıkları görülmektedir:
 - Yeni iletişim araçlarının gücü

- Sosyal bütünleşme veya dışlamada/dışa fırlatmada medyanın yeri
- Halkın aydınlanması/bilgilendirilmesi veya manipüle edilmesinde medyanın rolü.
- **Başlangıçtan günümüze** araştırmacıların anlamaya ve anlatmaya çalıştığı toplumsal mesele, medyanın insanları ve/veya toplumları *etkileme ve yönlendirme veya manipülasyon* potansiyelidir.
- **Medya** çoğu toplumda kültürel bir kurum olarak değerlendirilir.
- **Medya**, küresel ölçekte geçmişe oranla daha fazla tekelleşme ve ticarileşme eğilimindedir.
- **Kitle iletişiminin gelişimi** medya kuruluşlarının ticari bir işletme veya şirket olarak faaliyet üretmeleri anlamına da gelmektedir.
- **Küreselleşmenin** giderek artan ivmesi bilgi ve iletişim sektörüne(kesimine/bölümüne) olan talebi de arttırmaktadır.
- **Ayrıca**, yayıncılık alanında devlet tekelinin kaldırılması ve özel teşebbüslerin de faaliyet göstermesinin yasal olarak önünün açılmasıyla, medya kuruluşlarının hem ulusal hem de uluslararası ölçekte etki alanları da genişlemiş oldu.
- **Eski Komünist ülkelerin** ekonomik-politik sistemlerini değiştirerek kapitalizme geçmeleri de iletişim veya medya sektörünün daha da genişlemesine yol açan bir diğer faktördür(etkendir).
- **Kitle iletişim sistemleri** iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle ele alınır.
- **Kitle iletişim sistemlerinin** teknolojik gelişmelerin süreğenliğinin yanı sıra kaçınılmaz etkileşim içinde olduğu iki(2) önemli toplumsal alan daha vardır: **Ekonomik yapı** ve **politik düzen**.
- **Medya kuruluşlarının farklılığı**, baştan beri "*kamu yararı*"na hizmet eden tarzda bir üretim yaptığı söyledir.
 - **Kamusal yararı da şu işlevden** hareketle yerine getirir: *Siyasal alana dair* haber ve enformasyon sağlayarak halkı bilgilendirir.
 - **Kamusal** tartışmalar başlatır; yeni görüşlerin ifade edilmesi için de kamusal forum veya arena sağlar.
 - **Halk adına** gazetecilere ve siyasal oyunculara soru yönetebilir; kurum ve kuruluşların demokratik, adil ve hukuka uygun işleyişi için baskı gücü oluşturur.
 - **Yolsuzluk**, görevi kötüye kullanma veya demokrasi karşıtı uygulamalar gibi aksaklıklardan halkı haberdar eder ve kamuoyu oluşumuna katkı sağlar.
 - **Kamuoyuna duyurması** ve eleştiri/yorum aracılığıyla da baskı gücü olur.
- **Medya her zaman** kamu yararına kamusal yayıncılık olarak adlandırılan geniş insan topluluklarının lehine yayın yaptığı, anlamına da gelmez.
- **Medya gücünün** sermaye öbeğinin veya patronların öznel çıkarları amacıyla kullanılmaya başladığı noktada ticari kaygılar ağır basar.
- **Medya** kamudan yana bir dördüncü güç merkezi olmaktan çoktan çıkmış, kendi çıkarları neredeyse orada duran büyük bir ticari işletme haline gelmiştir.
- **Medyanın bizihi** kendisi için bir güç/iktidar merkezine dönüşmüştür.

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARININ GÜNDEME GELİŞ KOŞULLARI

- **19. Y.y sonları ve 21. Y.y başları** ulaşım araçları olarak bisiklet, otomobil ve uçağın önemli gelişme gösterdiği dönemdir.
- **Bunların sağladığı** mekan duygusu, demiryolu ve buharlı gemi yolculuklarının artan hızı zaman dilimleri aracılığıyla *Dünya Standart(Ölçüt) Zamanı'nın* belirlenmesine yol açar.
- **Sanat alanında kübizm ve fütürizm** mekan ve zamandaki bu değişimlere hem karşılık verir, hem de bu gelişmeleri övgüyle karşılar.
- **Kübizm:** Bir yüzey üzerine farklı perspektifleri(bakış açılarını) eşzamanlı olarak yerleştirerek mekanı parçalar ve onu yeniden konumlandırır.
- **Fütürizm:** Yaşamın yeni teknolojiler sayesinde hız akışını iyimserlikle karşılar.
- **Yeni toplumda** kitle iletişimi akademik bir ilgi konusu olarak gündeme gelmiştir.

- **İletişim araştırmaları 20.y.y. başlarında** ilk kez Amerika’da sosyoloji, sosyal psikoloji gibi temel sosyal bilim disiplinleri içerisinde yapılmıştır.
- **Çok geniş kitleleri** hareket ettirme ve bu hareketleri denetim altında tutma zorunluluğu yeni iletişim araçlarının geliştirilmesinde önemli bir dinamik olmuştur.
- **Kitle iletişiminin** bilimsel ilgi alanı olarak kabul gördüğü döneme ilişkin bir başka noktaya daha işaret etmek gerekir:
 - **20.y.y başlarında yaşanan** bazı kitle hareketleri de geniş kitlelerin kolayca yönlendirilebileceği ve belli sonuçlar alınabileceğine olan inançtan kaynaklanmaktadır.
- **Goebbles** bütünle oduğu kadar ayrıntıyla da ilgilenmiştir.
 - **Radio sayesinde** rejimin her türlü isyan düşüncesini ortadan kaldırdığını belirterek Hitler’in şu cümlesini tekrarlamaktadır: "*Savaş zamanı, sözcükler birer silahtır.*"
 - **Goebbles** radyoyu bir kitle iletişim aracı olarak bu kadar önemli görmesini sağlayan Rusya’da yaşanan Sosyalist Devrim, Almanya ve Macaristan’da yaşanan büyük kitlesel hareketlerdir.
- **Almanya** Spartaküs olayını yaşamıştır. **Spartaküsler** 1.dünya savaşı boyunca Almanya’da etkinlik gösteren, savaş sonunda öncülük ettikleri başarısız ayaklanma girişimi sırasında dağıtılan devrimci bir topluluktur.
- **Kitlesel hareketlerin** en önemlisi Sosyalist Devrim’dir.
 - **Çünkü Sosyalist Devrim** sadece ayaklanmayla kalmamış, kitlelerin yönlendirilmesiyle belli sonuçların alınabileceği ve toplumda radikal değişimlerin yapılabileceğini de göstermiştir.
- **Sosyalistler** yeni rejimi benimsetme ve halkı yeni sisteme motive etmekde kitle iletişim araçlarına büyük önem vermişlerdir.
- **Osmanlı İmparatorluğu’nda** modernleşme hareketlerinde benzer bir tutum benimsenmiş; ilk Türkçe gazete olan *Takvim-i Vekayide* henadanlık tarafından modernleşme hareketinin halka anlatılması ve benimsetilmesi amacıyla yayın hayatına başlamıştır.
- **Devrimler gibi** toplumdaki radikal değişimlerde siyasi otorite, kitle iletişim araçlarını halkı rıza üretme amaçlı olarak kullanılmaktadır.
- **Sovyet sineması**, devrimle birlikte Bolşevik iktidarı kitleler nezdinde meşrulaştırma işlevini üstlenmiştir.
- **Sinema**, aynı zamanda kitleleri denetleyici, yönlendirici bir işlev kazanmıştır. **Tiyatro** salonları ve tiyatro oyunları da benzer işlevi üstlenmiştir.
- **Hitler, Goebbles ve Stalin** gibi diktatör yöneticiler, sinemaya sadece kitlelere yönelik propaganda aracı olarak değil, aynı zamanda birer enformasyon aracı olarak da kullanılmıştır.
- **Propaganda:** Çok sayıda insanın düşünce ve davranışlarını etkileme amaçlı olarak yapılan ikna çalışmalarıdır.
 - **Propaganda**, tarafsız ve kamu yararına bilgi sağlama değil belli bir kişi veya öbeğin çıkarları doğrultusunda önceden tasarlanmış insanları etkilemeye yönelik iletişim faaliyetidir.
 - **Posterler**, el ilanları, raporlar, bilim kisvesiyle piyasaya sürülen kitaplar, filmler vb. Şekillerde olabilir.
 - **Reklamlardan farklı olarak** propagandanın kaynağı her zaman belli ve açık olmayabilir.
- **Stalin**, yeni Sovyet tipi insanın yaratılmasında kitle eğitiminin büyük gücünü görmüştür.
 - **Bu amaçla** tıpkı Nazi Almanya’sında olduğu gibi Sovyetler Birliği’nde de kurulan propaganda okullarında yüz binlerce propagandacı ve kışkırtıcı yetiştirilmiştir.
- **İletişim alanındaki** gelişmelere ivme kazandıran bir başka önemli olay da **1929** krizidir.
- **Bu 20.y.y** da kapitalist sistemin içine girdiği en ciddi krizdir.
- **Birleşik devletler** yönetimi krizi izleyen dönemde "*New Deal(Yeni Düzen)*" adı verilen kapsamlı bir programı hayata geçirmiştir.

- **Bu program** dünya ekonomik krizinin sonuçlarını hafifletmek, kapitalist sistemin karşılaştığı güçlükleri aşmak üzere tasarlanmış ve hayata geçirilmiştir.
- **Alınan en önemli** kararlardan biri büyük boyutlara ulaşan işsizliğin önlenmesidir.
- **1933'te kurulan** ve yedi eyaleti kapsayan muazzam genişlikteki "*Tennessee Vadisi İdaresi*" kampanyasında yürütülen çalışmalar geniş kitlelerin istihdamına yöneliktir.
- **Söz konusu gelişmelerin** bizim konumuz açısından getirdiği önemli yeniliklerden biri ise, **kitle toplumu** olgusunun ve anlayışının ilk kez ABD önderliğinde gerçekleştirilmeye girişilmiş olmasıdır.
- **Bu dönemin** en önemli özelliklerinden biris çok büyük kitlelerin savaşla başlayan etkinlikleri ve bu kitlelerin siyasal otoritenin istekleri doğrultusunda yönlendirilmesi sorununun ortaya çıkmasıdır.
- **Belirtilmesi gereken** bir başka önemli nokta iletişim konusunda çalışmaların hız kazandığı dönemde **Soğuk Savaş** adı verilen iki karşı blokun bulunmasıdır.
 - **Buna bağlı olarak da** mesele önce siyasi propaganda olayı olarak görülmüştür.
- **Kitle iletişim araştırmaları** iki büyük dünya savaşı ardından daha fazla önem kazanır çünkü böylesi geniş kalabalıkları ilgilendiren kitle hareketlerinde propaganda teknikleri yoğun kullanılır.
- **Soğuk savaş döneminin** bitmesi, kitle iletişim araştırmaları önemini yitirmemiştir.
 - **Yeni iletişim teknolojileri** ve yeni medya dünyanın zaman ve mekan sınırlılıklarını aşarak kurduğu ağ üzerinde düşünsel emek sarf edilen yeni bir oluşumdur.

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI

- **Liberal toplum modeli** yaslanarak pozitivist metodolojiyi takip eden çalışmalar *ana damar*, *egemen* veya *ana yön* gibi isimlerle anılırken **Marksist epistemolojiden** beslenen Avrupa kökenli çalışmalar *eleştirel* veya *Marksist paradigma* olarak adlandırılır.

İletişim Araştırmalarının Başlangıcı: Uyarı-Tepki Modeli

- **Kitle iletişim araçlarına** yönelik yapılan araştırmaların neredeyse tümünü yön veren **temel soru**, bu araçların bireylerin tutumları ve davranışları üzerinde yaptığı değişikliklerdir.
- **1940'ların sonlarına kadar** iletişim araştırmalarına *egemen olan yaklaşım*, psikolojiden gelen uyarı-tepki modelinden yararlanmıştır.
- **Uyarı-Tepki Modeli** bir uyarana yine bu uyarının hedefi doğrultusunda karşılık yani tepki vermesidir.
- **Kitle toplumunda** bireylerin medya mesajları(iletileri) karşısında hayli savunmasız olacağı ön kabulüyle ilk iletişim araştırmalarına *Sihirli Mermi*, *Gümüş İğne* veya *Hipodermik Şırınga* gibi güçlü etkilme potansiyelini çağrıştıran metaforik adlar verilir.
- **Medya iletilerinin** her biri bir uyarıcı olarak kabul edilirken insanların tutum ve davranışlarındaki değişiklikler de tepkidir.
- **İletişim** araştırmalarının başlangıç yıllarına **tutum çalışmaları** damgasını vurur.
- **Çalışmaların temel varsayımı ise** iletişimin, varolan sistem lehine veya kitlesel kurum ve kuruluşlarını yöneten ve denetleyenler adına insanlarda tutum ve davranış değişikliği yapmak ya da mevcut tutumları korumaktır.
- **1950'li yıllara değin** yapılan pozitivist araştırma geleneği doğrultusunda iletişim alanında gerçekleştirilen ampirik araştırmaların neredeyse tamamı yöntem olarak *tutum ölçmeye* odaklıdır.

2. Dünya Savaşı Sonrasında İletişim Araştırmaları

- **ABD ve Kanada’da** 2.Dünya Savaşı sonrasında iletişim araştırmalarında önemli bir artış görülür ve iletişim araştırmaları geleneğinin temellerini atan çalışmaları da hayata geçirilir.
- **1940’lardan sonra** yapılan medya veya iletişim çalışmaları, sosyoloji disiplininin yapısal işlevselci yaklaşımından ve sosyal bilimlerde egemenliğini hissettiren pozitivistten hayli etkilenmiştir.
- **İşlevselci yaklaşımın** iletişimden ve kitle iletişiminden beklentisi toplumda *uyumu yükseltme, devamlılık/süreçlilik ve toplumun normalleştirilmesidir.*
- **Bununla birlikte** medyanın işleyişinde, şiddet yönetimini artırma gibi istenmedik sakıncalı sonuçların olabileceği de kabul edilir.
- **1940-1960 dönemi** iletişim araştırmalarında **Lasswell** tarafından geliştirilen, *Kim, ne, kime, hangi kanal ve hangi etki ile?* Formülünü takip ederek *ikna ve iletişim* konulu çalışmalar yapmışlardır.
- **Kitle iletişim araçlarının** sanıldığı gibi mutlak, homojen ve sınırsız bir etki gücüne sahip olmadığı izleyicilerin sahip oldukları tutum ve düşüncelerin tümüyle değiştirilmesi zor olduğu ancak insanlarda var olan tutumların pekiştirilmesinde daha etkili olduğu sonuçlardandır.
- **Paul Lazarsfeld** Columbia üniversitesinde office of radio research merkezinde pozitivist, yapısal işlevselci yaklaşımın ve bu yaklaşımın metodolojisinin hem Amerika hem de diğer ülkelerde yayılmasına öncülük etmiştir.
- **Lazarsfeld’in** yaptığı araştırmalar *Ford ve Rockefeller* şirketleri tarafından finanse edilen, ordunun veya üretici firmaların pazarı tanımaya, tüketicileri ve onların satın alma davranışlarını anlamaya yönelik araştırmalar olmuş, *yönetimsel araştırma geleneği* ağırlık kazanmıştır.
- **Ana damar** iletişim araştırmalarının yaslandığı diğer kuram ise **bilgi teorileri(kuramları)** olmuştur.
- **Shannon ve Weaver’in** geliştirdiği iletişim modeli bilgi ve enformasyonun taşınmasında veri kaybının olmaması dolayısıyla amaç süreç niteliği taşıyan etkili görsel bir iletişim sağlamaktadır.
- **Bu süre ne söyleneceğini** seçen bir *kaynak* tarafından başlatılır, sinyal formunda(şeklinde) taşıyabilen ve dönüştürülebilen bir *oluktan/kanaldan* iletilir ve *alıcı/hedef* tarafından ileti alınıp yorumlanır.
- **Ana damar iletişim araştırmaları** dönemsel olarak *ikinci dönem* olarak adlandırılan medyanın dolaylı ve sınırlı etkilere sahip olduğunu öne süren *1940’lar ve 1950’lerden* sonraki modellerinde, daha geniş bir sosyolojik kurama yaslanır.
- **Suskunluk Sarmalı, Bilgi Açığı, Medyaya Bağımlılık ve Gündem Belirleme** gibi modeller günümüz iletişim araştırmalarında hala kullanılan modellerdir.

Avrupa’da Eleştirel Medya Çalışmaları

- **Avrupa’da iletişim çalışmalarının** ABD’ki iletişim çalışmalarıyla kıyaslandığında tarihsel olarak da daha geç bir döneme, **1960’lardan** sonrasına denk gelir.
- **Ana damar** iletişim araştırmasının davranışçı bakışının aksine medyada iletişim ve toplumsal iktidar arasındaki ilişkiyi irdelemeye odaklanır.
- **Ana damar** çalışmalarında **liberal toplum modeline** yaslanarak göndermede bulunan iktidar, siyasetçiler, hükümet veya iktidardaki siyasal parti temsilcileri ile ilişkili olarak irdeleme yapılır.
- **Eleştirel medya çalışmalarında ise Marksist toplum modeline yaslanan,** dolayısıyla toplumu birbiriyle eşitsiz rekabet koşulları içerisinde mücadele eden öbeklerin oluşumu olarak gören bir duruşa sahiptir.

- **Medyanın** ideolojik bir işleyişe sahip olduğu, iktidara sahip kişi/kurum/öbekler ve toplumsal bütünün devamlılığı lehine üretim yapan kültürel bir kurum olduğu öne sürülmektedir.
- **Stuart Hall** eleştirel medya çalışmalarının "*ideolojik boyutun yeniden keşfi*" ile yeniden şekillendirdiğini; iki noktanın gündemde kalarak daha fazla tartışıldığını belirtir. Bunlar:
 - 1- İdeolojik süreç** nasıl işler ve mekanizmaları nelerdir?
 - 2- Bir toplumsal formasyonda "ideolojik" olanın** öbür pratiklerle (uygulamalarla) ilişkisini nasıl kavraması gerekir?
- **Hall'a göre** ideolojik söylemlerin üretimleri ve dönüşümleriyle ilgili olarak yapılan çalışmalar, ideolojik söylemlerin sembolik (simgesel) ve dilsel karakterine ilişkin kuramlar tarafından şekillendirilir.
 - **Ona göre**, bir toplumsal formasyonda ideolojik kertenin nasıl kavramsallaştırılması gerektiği sorusuyla ilişkili olan ikinci soru daha yaygın bir kuram ve ampirik irdeleme alanı bulmuştur.
- **Ekonomik-politik medya kuruluşlarının** ve medya ekonomilerinin politikaları eksenli çalışır.
 - **Ekonomi-politik yaklaşım** doğrudan **Klasik Marksizm** ile bağlantılıdır.
- **İktidar**, zenginlik, mülkiyet ve denetim meseleleri ekonomi-politik çalışmaların temel odağıdır.
- **Klasik Marksizm** toplumdaki ham madde ve üretim araçlarının mülkiyeti üzerine yürütülen mücadeleyi kapitalist toplumlardaki dengesiz servet dağılımının temel kaynağı olarak kabul eder.
- **Medyaya sahip** olan sermayedarlar kendi ekonomi ve politik gündemlerini de kurma ayrıcalığına sahip olurlar.
- **Ekonomi-politik medyanın** kurumsal yapı ve uygulamalarını eşdeyişle kapitalist üretim ilişkileri içerisinde kültürel üretim ve tüketiminin nasıl meta üretimine dönüştüğünü irdeler.
- **Toplumda** en alt tabakadan en üst tabakaya kadar tüm kesimlerin üretimini kültürel üretim olarak kabul eden bu yeni kültür sosyolojisine göre kültürün bizatihi kendisi bir anlam kurma uygulaması olarak kabul görmeye başlamıştır.
- **Kültürün kendisi de** bir mücadele alanı olarak kabul edilir.
 - **Burada işaret edilen mücadele** ise sadece kültürel bir çatışma değil, aynı zamanda politik bir edim ve çıkar mücadelesidir. **Örneğin** Arabesk müziğin şarkı sözleri bir tepkiyi veya öfkeyi dış vuran anlam üretim uygulamaları olarak görülür.
- **Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi**, özellikle yapısalcı Marksist bakış açısıyla, dilbilimsel gelişmelerin ışığında ideoloji, dil ve özne sorunsalına, dinamik ve bütüncül bir yaklaşım geliştirir.
- **Kültürel çalışmalar yaklaşımına göre anlamlandırma pratiği (uygulaması), hegemonya ve ideoloji** birbirleriyle ilgili üç tahakküm nosyonudur.
- **Medyaya ideolojik gücünü veren şey** durum tanımı yapma yeteneğidir. **Örneğin** Orta Doğu'da yaşanmakta olan gelişmeleri Arap baharı veya Arap devrimi olarak nitelendirme bir durum tanımı yapmaktır. Aynı gelişmeler, farklı bir medya kuruluşu tarafından "halk ayaklanması" veya "asilerin başkaldırışı" olarak da tanımlanabilir.
- **Kellner** medya, kültür ve iletişim alanına kuramların çok dar kalıplarla yaklaştıklarını öne sürer.
 - **Ona göre** ekonomi politik mi kültürel çalışmalar mı gibi sorular yanlış bir kampaşmadır.
 - **Kültürel çalışmaların** disiplinler üstü kalmasını ve çözümlemelerin de ekonomi politik ve izleyici boyutunu da içerecek tarzda genişletilmesini ve interdisipliner yapılmasını önerir.
 - **"Medya kültürü** ürünlerini onları şekillendiren üretim sistemi ve toplumsal içerisinde konumlandırmak, bu ürünlerin yapılarını ve anlamlarını aydınlatmada yardımcı olacaktır" derken
 - **Kellner**, kültürel çalışmaların odaklandığı temsiller, medya anlam formları ve öne çıkan türlerinin medyanın ekonomi politik içeriğinde çözümlemeyi önerir.
 - **Medya analizlerinde** feminist bakış açısının bir açılım sağladığını kabul ederken **medya metinlerini de** sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk, etnisite gibi pek çok alanın temsilcisi ve bu temsillerin analizinin (çözümlemesinin) önemine işaret eder.

SON