

İLETİŞİM

Kuramlar ve Yaklaşımlar

Bu kitabın yayın hakkı SİYASAL KİTABEVİ'ne aittir. Yayınevinin ve yayınlayıcısının yazılı izni alınmaksızın kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve yayınlanamaz.

İletişim/ Kuramlar ve Yaklaşımlar

Nazife Güngör

Kapak Tasarımı - Sayfa Düzeni: Onur Dursun - Gamze Uçak

©Siyasal Kitabevi Tüm Hakları Saklıdır.

1. – 6. Baskı: Ankara

7. Baskı: Eylül 2025, Ankara

ISBN No: 978-605-5782-55-9

Siyasal Kitabevi-Ünal Sevindik

Yayıncı Sertifika No: 14016

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay-Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

e-posta: info@siyasalkitap.com

http://www.siyasalkitap.com

Baskı: Dedemat Matbaacılık

Melih Gökçek Bulvarı 1447 Cadde No: 37

İvedik Organize Sanayi Yenimahalle-Ankara

Tel: 0507 932 59 30

Sertifika No: 70086

Dağıtım: Siyasal Kitabevi

Şehit Adem Yavuz Sok. Hitit Apt. 14/1

Kızılay-Ankara

Tel: 0(312) 419 97 81 pbx

Faks: 0(312) 419 16 11

e-posta: info@siyasalkitap.com

http://www.siyasalkitap.com

İLETİŞİM

Kuramlar ve Yaklaşımlar

Prof. Dr. Nazife Güngör

Prof. Dr. Nazife Güngör, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu mezunu. Yüksek lisans ve doktora çalışmalarını Ankara Üniversitesi'nde tamamladı. Akademik yaşama 1991 yılında Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde araştırma görevlisi olarak başladı. 2000-2001 eğitim-öğretim yılında İngiltere'de, Manchester Üniversitesi'nde TÜBA bursuyla araştırmacı olarak bulundu. 2004-2008 yılları arasında Gazi Üniversitesi'nde kurumsal iletişim alanında rektör danışmanı olarak görev yaptı. 2007-2010 yılları arasında İletişim Fakültesi'nde Gazetecilik Bölüm Başkanlığı görevini de üstlenen Güngör 2011 yılında Gazi Üniversitesinden emekli olarak İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesine dekan olarak atandı. Bir süre UNESCO İletişim İhtisas Komitesi üyesi olarak da görev yapan Prof. Dr. Nazife Güngör 2013 yılında Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesinin kuruluş sürecinde yer aldı. 2015-2025 yılları arasında fakültenin dekanlık görevini de üstlenen Güngör 15 Mart 2023 tarihinde Üsküdar Üniversitesi Rektörlük görevine atandı. Bu görevi devam eden Güngör'ün *Popüler Kültür ve İktidar* (Vadi Yayınları, 1999), *Arabesk* (Bilgi Yayınları, 1. Basım 1990, 2. Basım, 1993), *Abdulcanbaz* (Cumhuriyet Kitapları, 2008), *Cumhuriyet Döneminden Günümüze Dil, Kültür, Eğitim* (Gazi Üniversitesi, 2006), *Atatürkçü Düşüncenin Bilimsel ve Felsefi Temelleri* (Gazi Üniversitesi, 2006), *Çocuk ve Toplum* (Çeviri, Gündoğan, 1995), *Medya, İletişim, Kültür* (Çeviri, Vadi Yayınları, 2001), *Gazi Üniversitesi Öğrenci Profili* (Gazi Üniversitesi, 2007), *Cumhuriyet Döneminde İletişim* (Siyasal Kitabevi, 2010), *İletişime Giriş* (Siyasal Kitabevi, 1. Basım, 2011, 2. Basım 2012, 3. Basım 2015, 4. Basım 2017, 5. Basım 2018, 6. Basım 2020, 7. Basım 2021, 8. Basım 2023); *İletişim Kuramlar-Yaklaşımlar* (Siyasal Kitabevi, (1. Basım 2011, 2. Basım 2013, 3. Basım 2016, 4. Basım 2018, 5. Basım 2020, 6. Basım 2022) adlı kitapların yanı sıra çok sayıda makale ve bildirileri de bulunmaktadır. Ayrıca iletişim bilimleri alanının saygın süreli yayınları arasında yer alan *Etkileşim Dergisi*'nin kurucusu ve baş editörü olan Güngör'ün *Cumhuriyet Gazetesi*'nde de uzun süre yazıları yayımlanmıştır. Prof. Dr. Güngör *12 Punto Haber Portalı* köşe yazarı olarak yazmaya devam etmektedir.

İçindekiler

Yedinci Baskıya Önsöz	13
Giriş	17

Bölüm I

İletişim Biliminin Kökenleri.....	23
Giriş.....	23
Temeli Atanlar	23
İletişim Alanında Öncü Çalışmalar	33
İletişim Biliminin Türkiye’deki Öncüleri	35
İletişim Bilimlerinin Doğuşu	37
Özet	41

Bölüm II

İletişimin Tanımı ve İşleyişi.....	43
Giriş.....	43
İletişim Nedir?	44
İletişimin Türleri.....	45
Simge Kullanımı Açısından İletişim	45
Sözsüz İletişim	46
Sözlü İletişim	47
Yazılı İletişim	48
Görsel İletişim	49
Araç Kullanımı Açısından İletişim Türleri	50
İletişimin Biçimleri	51
İletişimin Düzeyleri	53
İletişimin Boyutları.....	55
İletişimin Boyutlarında Giriftlik	58
İletişimin İşleyişi.....	58
İletişimin Oluşturucu Öğeleri	59
İletişimin İşleyişini Açıklayan Temel Modeller	61
Lasswell’in İletişim Modeli	63

Lasswell'in Modeline Braddock'tan Katkı	64
Enformasyon Akışının Matematiksel Analizi	65
Westley ve MacLean'in Kitle İletişim Modeli	68
Defleur'un Birleştirici İletişim Modeli	69
Riley ve Riley'in Sosyolojik İletişim Modeli	70
Osgood ve Schramm'ın Dairesel İletişim Modeli	71
İletişimde Aktif Süreklilik	73
Gerbner'in Genel İletişim Modeli	74
İletişim Çalışmalarında Denge Modelleri	75
Heider'in Denge Modeli	76
Newcomb'un ABX Denge Modeli	77
Festinger'in Bilişsel Uyumsuzluk Modeli	79
Denge Modellerine İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme	79
Aracın Baskısı, Alıcının Muhalefeti	80
Süreç Görüşünden Alan Görüşüne Geçiş	
Jakobson Modeli	82
Özet	84

Bölüm III

Kitle İletişim Araçları ve Etki Çalışmaları	85
Giriş	85
Kitle İletişim Araçlarının Sihirli Gücü	86
Etki Ölçümünde İlk Çalışmalar	87
Lasswell'in Öncü Rolü	87
Payne Vakfı'nın Etki Araştırmaları ve İletişimde Şırınga Modeli	88
Korku ve Panik Anında Etkiye Açıklık	89
Yale Araştırma Grubunun Çalışmaları ve Koşullu Etki Yaklaşımı	91
Masumiyetin Sömürülmesi	95
Kitle ve Grup Ortamında Etkiye Açıklık	97
Güçlü Etki Ekseninde İki Farklı Yaklaşım	99
Güçlü Etki Çalışmalarının Sorunlu Yanları	102
Sınırlı Etki Çalışmaları	106
Halkın Tercihi Araştırması	107
Kişisel Etki Araştırması	112
Oy Verme Araştırması	114
Siyasal Katılım ve Kadın	115
Kitle İletişim Araçları ve Yeniliklerin Yayılması	115
Kültürel Göstergeler ve Ekme-Yetiştirme Kuramı	117
Kitle İletişim Araçları ve Gündem Belirleme	120
Kitle İletişim Araçları ve Bağımlılık	122
Etkiyi Yönlendirmede İzleyicinin Rolü	123
Özet	125

Bölüm IV

İzleyici Merkezli İletişim Çalışmaları	127
Giriş.....	127
Aktif İzleyici Tezi	128
Kullanımlar ve Doyumlar	130
Farklı Gereksinimlere Farklı Doyum Arayışları.....	131
Dijital Medya Çağında Kullanımlar ve Doyumlar	133
Alımlama Analizi	134
Alımlama Analizine Hall'in Katkısı.....	135
David Morley'in Nationwide Araştırması	136
Dallas'ı Alımlamak	137
Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Sorunlu Yanları	138
Yeni Medya Dönemi ve Yeni İzleyici Tipi	139
Özet	142

Bölüm V

İletişim ve Ekonomi Politik	143
Giriş.....	143
İletişimin Ekonomi Politikası	145
Ekonomi Politik Bir Yaklaşım Olarak Propaganda Modeli	150
Medya Seçkinleri	153
Yeni Dünya Düzeni ve İletişim	155
Dünya İletişim Düzeni ve UNESCO.....	158
Tek Sesli Bir Dünya	161
Medya ve Kültür Endüstrisi	163
Kapitalizm ve Bilinç Endüstrisi	165
Beyin İğfal Şebekeleri	167
Dijital Medya ve Ekonomi Politik.....	169
Ağ Toplumu Ekonomisi	172
Medyada Yoğunlaşma ve Tekelleşme	174
Tekelleşmenin Türk Medyasındaki Yansımaları.....	176
İzleyici ve Okur Yerine Tüketici	177
Özet	177

Bölüm VI

Modernleşme, İletişim ve Teknoloji.....	179
Giriş.....	179
McLuhan ve Teknolojik Belirleyicilik.....	181
Uzam ve Zaman Yanlı Araçlar	182
Biçimin İçerik Üzerindeki Belirleyiciliği	185
Araç İletidir	186
Sıcak ve Soğuk Araçlar	189
Teknoloji ve Tarihsel Dönemleştirme	193

Walter Ong ve İkinci Sözlü Dönem	194
Benjamin: Teknoloji ve Sanat ilişkisi	195
Leavis: Teknoloji ve Toplumsal Yozlaşma	198
Hoggart: Teknoloji ve Okuryazarlık	201
Riesman: Yalnız Kalabalıklar	202
Teknolojik Belirleyiciliğe Meydan Okuyuş	202
Teknoloji Aşkınlık ve Simülasyon	205
Dijital İletişim Çağı ve Ağ Toplumu Kuramı	210
İletişim Teknolojileri ve Günümüz Dünyası	213
Özet	216

Bölüm VII

İletişim, Dilbilim, Göstergebilim	217
Giriş	217
İletişim Bilimleri, Dilbilim, Göstergebilim	218
Dilbilim ve Göstergebilimde Öncü Adımlar	220
Eleştirel Dilbilim Geleneği	224
Voloshinov: Dil ve İdeoloji	225
Bakhtin: Dilbilimin Diyalektiği	228
Eleştirel Marksist Dilbilim Anlayışı Üzerine Genel Bir Değerlendirme	230
Yapısalcı Dilbilim Geleneğinin Doğuşu ve Gelişimi	231
Saussure ve Yapısalcı Dilbilim	231
Rus Biçimciler ve Yapısalcı Dilbilim	234
Chomsky ve Sınırsız Anlam Üretim Alanı Olarak Dil	239
Peirce ve Yapısalcı Göstergebilim Anlayışı	240
Yapısalcı Dilbilim ve Göstergebilim Üzerine Genel Bir Değerlendirme	243
Postyapısalcı Dilbilim ve Göstergebilim Anlayışı	245
Kristeva ve Metinlerarasılık Kuramı	247
Barthes: Mit, Söylem ve Göstergebilim	249
Derrida ve Yapisökümcülük	253
Lacan: Psikanaliz ve Dil	257
Söylem Çözümlemesi	260
Foucault: İktidar ve Söylem	261
Van Dijk: Haberde Söylem	265
Özet	269

Bölüm VIII

İletişim ve İdeoloji	271
Giriş	271
İdeoloji	272
Gramsci, İdeoloji ve Hegemonya	276
Althusser, İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları	280
Stuart Hall ve İdeoloji	283

Haberin Üretim Süreci, İdeoloji ve Söylem	291
Reklam ve İdeoloji	294
Özet	295

Bölüm XIX

İletişim ve Kültür.....	297
Giriş.....	297
Kültür	298
Kitle Kültürü	299
Seçkin Kültürelciler ve Kitle Kültürüne Saldırıları	300
Frankfurt Okulu ve Kültür	302
Halk Kültürü	305
Aşağı Kültür ya da Varoş Kültürü	308
İşçi Sınıfı Kültürü	309
Kitle Kültüründen Popüler Kültüre	315
Alt Kültür	318
Kültürel Çalışmalar	321
Kültürel Çalışmaların Özellikleri	322
Kültürel Çalışmaların Kurumsallaşması	323
Kültürel Çalışmaların Yaygınlaşması	326
Amerika’da Kültürel Çalışmalar	326
Kanada’da Kültürel Çalışmalar	327
Avustralya’da Kültürel Çalışmalar	327
Fransa’da Kültürel Çalışmalar	327
Güney Asya’da Kültürel Çalışmalar	329
Kültürel Çalışmalarda Zizek Açılımı	330
Türkiye’de Kültürel Çalışmalar	331
Kültürel Bağımlılık, Kültür Emperyalizmi ve Küreselleşme	332
Dijital Kültür	337
Özet	340

Bölüm X

İletişim ve Etkileşimci Yaklaşım	341
Giriş.....	341
Etkileşimci Yaklaşım	342
Kitle İletişim Araçları ve Etkileşimcilik	344
Etkileşimcilik ve Özsunum.....	345
Uzamanın Anlam Yitimi	349
Parasosyal Etkileşim.....	350
Araçlı Sözde Etkileşim	352
Sapkınlık, Panik ve Etiketleme	354
Giddens ve Yapılandırma Kuramı	355
Özet	356

Bölüm XI

Kitle İletişim Araçları, Kamuoyu ve Demokrasi	357
Giriş.....	357
Kitle İletişim Araçları ve Sistem ilişkisi	358
Otoriter Yaklaşım	359
Liberal Yaklaşım	360
Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı	360
Sosyalist Yaklaşım	361
Gelişmeci Yaklaşım	362
Türkiye’de Kitle İletişim Sistemi.....	362
Kitle İletişim Araçları ve Demokrasi	363
Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu	364
Kamusal Alanda Dönüşüm	367
Kitle İletişim Araçları, Kamuoyu ve Hegemonya	369
Propaganda ve İkna	371
Açık ve Örtük Propaganda	372
Kamuoyu Yoklamaları ve İşlevleri	373
Kamuoyu ve Suskunluk Sarmalı	374
Kanaat Önderleri, Eşik Bekçileri ve Kamuoyu	375
Özet	376

Bölüm XII

Medya Okuryazarlığı	379
Giriş.....	379
Medya Okuryazarlığının Tanımı ve Kapsamı.....	380
Medya Okuryazarlığının Sorunsalları	380
Medya Okuryazarlığı Konusunda Temeli Atanlar	382
Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Çalışmaları	384
UNESCO’nun Medya Okuryazarlığı Gündemi	387
Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı.....	388
Özet	391

Bölüm XIII

Dijitalleşme, Medya ve İletişim

Giriş.....	393
Dijital İletişim Çağı ve Sosyal Medya	395
Sosyal Medyanın Olası Etkileri	401
Sanal Kamusal Alan	401
Siyaset ve Liderlik.....	402
Hegemonik İlişkinin Güçlendirilmesi.....	403
Cemaat İlişkilerinin Pekiştirilmesi	403
Aile Kurumunda Dönüşüm.....	404

Gündelik Yaşamın Dönüşümü.....	405
İş ve Çalışma Yaşamında Dönüşüm.....	406
Zaman ve Uzam Yönetiminin Yeniden Tanımlanması.....	407
Popüler Kültürün Üretim ve Tüketim Sürecinde Dönüşüm	407
Ticari İlişkilerde ve Tüketim Eğilimlerinde Dönüşüm	408
Dil Aracılı Emperyalizm	409
Erişim Eşitsizliği ve Bilgi Gediği	409
Bilgi Kirliliği ve Bilinçsiz Toplum	410
İletişimibilimini Yeniden Düşünmek	411
Özet	412
İletişimin Geleceği Üzerine Genel Bir Değerlendirme	413
Kaynakça	419
Dizin.....	437

Yedinci Baskıya Önsöz

İnsanlık kendisini, yani kendi insanlığını keşfettiği andan itibaren iletişimin olanaklarından yararlanmaya başladı. Önceleri basit insan ilişkilerinin yönetimi için etkinleştirilen iletişim biçimleri toplumsal sistemlerin oluşturulması, uygarlıkların kurulması sürecinde her zaman başrolde oldu. Öyle ki insanlık tarihinin kilometre taşı niteliğindeki bütün dönemlerde iletişim biçim, araç ve teknikleri bir bütün olarak etkili olmuş, insanlığın kendi tarihini oluşturmada başrolü oynayan aktörlerin öncelikli aygıtı olarak işlev görmüştür. Dolayısıyla da iletişim bütün çağlarda düşünürlerin, bilim insanlarının öncelikli ilgi konusu ve de alanı olmuştur. Son iki yüzyıl içerisinde ise iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de sağladığı olanaklarla iletişimin, yalnızca toplumsal düzlemde değil, bireysel düzlemde de yaşamın her kesitinde etkisini göstermesine tanıklık etmekteyiz. Bu da iletişimin, yalnızca bilim çevrelerinin değil, giderek tüm insanların, bütün toplum kesimlerinin öncelikli gündem konuları arasında yer alması sürecini getirdi. Kuzey Afrika’da baş gösteren ve “Arap Baharı” olarak anılan olaylarla birlikte de dikkatler sosyal medya adı verilen yeni iletişim biçimine odaklandı. Bir süre sonra da Türkiye’de gerçekleşen Gezi Parkı direnişi medya, sosyal medya, toplumsal hareketler, sivil toplum, kamusal alan gibi kavramların birbirleriyle çok daha güçlü biçimde ilişkilendirilerek tartışılması sürecini başlattı. Ama bütün bunların ötesinde 15 Temmuz 2016 gününün akşam saatlerinde Türkiye’de yaşanan Darbe Girişimi sürecinin başlangıcından bitimine tüm aşamalarında medyanın oynadığı rol, gözlerin yeniden medyaya çevrilmesine neden oldu. Nitekim 16 Temmuz sabahından itibaren iletişim bilimcilerin çoğu tarihin sayfalarını hızla geriye doğru çevirmeye ve McLuhan’a alkış tutmaya başlamışlardı bile. Aynı şekilde İngiltere’deki bir araştırma şirketinin (Cambridge Analytica) milyonlarca kişinin özel bilgilerini facebook ortamında paylaştığının anlaşılmasıyla birlikte ortalığın nasıl karıştığını anımsayalım. Aynı şekilde son birkaç yıldan beridir siber güvenlik bağlamında siber tehdit ve siber saldırı gibi kavramların dünyanın öncelikli gündemi durumuna geldiğini görüyoruz. Özellikle de siyasal seçim dönemlerinde,

dünyanın hangi ülkesinde olduğu da önemli olmaksızın siber güvenlik konusu ateşli tartışmaların odağına oturmuş bulunuyor. Dünyanın başına bela olan Covid19 salgınıyla birlikte ise tüm insanlık kendisini gerçek anlamda bir dijital devrimin içerisinde buldu. Öyle ki yaşamın her kesiti dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla yeniden düzenlendi, insanlık dijital teknolojiler ekseninde yeni yaşam tarzları, dolayısıyla da yeni iletişim biçimleri geliştirmek zorunda kaldı. Bütün bunlar iletişimin ve de medyanın, özellikle de dijital teknoloji çağında giderek artan önemini ortaya koymaktadır. Ama yine de iletişim odaklı tartışmaların tümüyle teknoloji ekseninde sürdürülmesi arka plandaki asıl aktörlerin ve dinamiklerin gözardı edilmesine neden olur. Bu da olayların, olguların ve süreçlerin doğru analizi açısından önemli bir hendikap oluşturabilir. Asla unutulmamalıdır ki medya, gücün kendisi değil, aygıttır. Dolayısıyla da teknoloji insan ve toplum yaşamında amaçsal değil, araçsal bir rol oynar. Burada niyetim teknolojinin, dolayısıyla da medyanın gücünü hafife almak değil elbet. Ancak insan unsurunu göz ardı eden teknoloji indirgemeci bakış açısını da kutsamamak gerektiğini düşünüyorum. Matbaa, ardından elektronik, ardından da dijital iletişim teknolojilerinin her biri, içerisine doğdukları dönemde tarihin akışında önemli rol oynamaklar. Günümüzde de yapay zekâ teknolojisi tüm dikkatleri üzerine topluyor. Ancak teknolojiyi, dolayısıyla da iletişim teknolojilerini toplumdaki öteki dinamiklerden, özellikle de insan unsurundan soyutlayarak, gücü kendinden menkul aygıtlar olarak nitelemek sağlıklı değerlendirmeler yapılmasına engel oluşturur. Teknoloji önemli bir destek güç alanıdır. Ama bu güç alanının ne yönde işleyeceği, kime hizmet edeceği, sonuçlarının ne olacağı o güç alanında kimlerin etkin olacağı ve o alanı nasıl kullanacaklarıyla ilişkilidir. Dolayısıyla da gidişatı sağlıklı değerlendirebilmek için aktörleri ve aygıtları doğru tanımlamak gerekir. Aygıtların insanlık yararına kullanımı ise bir yandan onları kullanan aktörlerin karakterleriyle ilişkilidir, diğer yandan ise kitleleri, toplumları, halkları oluşturan insanların bilinç düzeyleri ve demokratik değerleri ne denli içselleştirdikleriyle yakından ilişkilidir.

Ama şu da bir gerçek ki medya, özellikle de günümüz toplumlarında gücü elinde bulunduran kesimler için önemli bir iktidar aygıtı olarak işleyiş göstermektedir. Sonuçta en demokratik ve özgürlükçü görünen güç kesimlerinin bile asıl amacı kendi güçlerini pekiştirmek ve devamlı kılmaktır. Ama bu noktada önemli olan medyanın bu güç alanının biraz daha insanca, biraz daha genel toplum çıkarlarını da gözетerek kullanılmasıdır. Diğer yandan da iletişim teknolojilerinin bunca gelişkin olduğu günümüzde medya, gözetlemenin karşısında gözetlenmeyi, denetlemenin karşısında denetlenmeyi de olanaklı hale getirdi. Yeni iletişim teknolojilerinin sunduğu olanaklarla hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı, yaşanan deneyimlerin de sonucunda anlaşılmaktadır. Medya toplumdaki büyük güçlerin denetiminde ve yönetiminde olsa bile sosyal medya vb. yeni iletişim biçimleriyle sıradan insanlar da artık kendi medya ortamlarını oluşturma olanağına kavuşmuş bulunmaktadır.

Dolayısıyla da medyayla kuşatılmış bir dünyada denetim ve gözetim bundan böyle çok daha kolaylaşacaktır. Bu nedenle de artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacaktır. Gelişmeleri hep birlikte izleyeceğiz. Ama bir yandan da bütün bu gelişmeler iletişimin bilimsel yanıyla uğraşan bizlere yeni açılımlar sunacaktır. Belki de bugüne kadar iletişim alanındaki akademik çalışmalara zemin oluşturan kuramsal ve yöntembilimsel yaklaşımlarda da yeni birtakım yönelimlere gerek duyulacaktır. Yeni paradigmatik pencereler açmak gerekecektir. Bu nedenle iletişim bilimcilerin de bundan böyle hem medya dünyasındaki gelişmeleri hem de toplumdaki yönelimleri çok daha yakından izleyerek iletişim yazınının genel çerçevesini oluşturan kavram, kuram ve yaklaşımları yeni baştan gözden geçirmeleri gerekmektedir.

Bu kitap iletişim alanında şu ana kadar ortaya konan kuramsal ve yöntembilimsel yaklaşımlara makro bir bakış, iletişim bilimlerinin başlangıçtan günümüze bir iz sürümü olarak da kabul edilebilir. Kitleesel nitelikteki iletişim araçlarının varlık göstermeye ve etkilerini hissettirmeye başladıkları XIX. yüzyılın ortalarından itibaren iletişim bilimine doğru ilk adımların da atıldığı görülmektedir. O ilk adımların atılmasından bu yana iletişim biliminin nasıl bir gelişme gösterdiği, hangi yöntembilimsel ve kuramsal süreçler izlenerek günümüze gelindiği, ayrıntılara da fazla girmeden irdelenmeye çalışıldı. Kitabın ilk baskısının gerek iletişim öğrencileri gerekse de iletişim bilimcileri tarafından ilgiyle karşılanması böyle bir çalışmanın gerekliliğini de ortaya koydu. İletişim alanındaki kuram ve yaklaşımların temel düzeyde ve bütünlük içerisinde ele alınmasının yarattığı hoşnutluk geribildirimlerden de anlaşılmaktadır. Kitabın ikinci baskısı hazırlanırken hem olumlu hem de olumsuz geribildirimler dikkatle değerlendirildi, eksikler giderildi. Üçüncü baskıda medya dünyasındaki yeni gelişmeler ışığında kavramsal ve kuramsal düzeyde birtakım güncellemeler yapıldı. Dördüncü baskıda ise bazı bilgiler yeni veriler doğrultusunda güncelendi. Kitabın beşinci baskısı yine titiz bir gözden geçirme ve güncelleme çalışmasıyla sunuldu. Altıncı baskının hazırlanması sürecinde de dünyada ve Türkiye’de iletişim ekseninde olup bitenlere göz atılarak, iletişimbilimleri açısından önem arzeden gelişmelere ilişkin küçük değinilerde bulunuldu. Kitabın bu baskısında ise yeri geldikçe yapay zekâ eksenindeki gelişmelerin iletişim bilimlerine yansımasına ilişkin notlar düşülmektedir.

Nitekim takdir edersiniz ki iletişim alanı, teknolojik gelişmelere de bağlı olarak sürekli bir gelişme ve yenilenme içerisinde. Biz de bu kitabın her yeni baskısında bu gelişmeleri ve yenilenmeleri dikkate alarak gerekli güncellemeleri yapmak durumundayız. Belki de kitabın bundan sonraki baskıları insanal iletişimin yanı sıra teknolojik aygıtların kendi aralarındaki iletişimine doğru da bir açılım yapmak durumunda kalacaktır. Yapay zekâ alanındaki gelişmeler bu yön- de önemli sinyaller veriyor. Dolayısıyla da iletişim alanındaki çalışmalarda son noktayı koymak asla mümkün değildir. Ama zaten iletişim bilimleri alanını keyifli hale getiren de bu olsa gerek.

Bireysel bir çabanın sonucu olarak ortaya çıksa bile, her çalışmanın arkasında mutlaka bir ekip vardır. Bu kitabın ortaya çıkmasında ve tekrar basımları üzerinde çalışılması sürecinde de farklı biçimlerde destek veren dostlar ve çalışma arkadaşlarım var. Burada öncelikle *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*'ın önceki baskılarının iletişim öğrencilerine ulaşması sürecindeki desteklerinden dolayı akademisyen arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunmak isterim. Ayrıca buradan çok özel bir teşekkürü de kitabı baştan sona dikkatle okuyarak dilbilgisi ve anlatım hatalarını düzelten değerli meslektaşım Prof. Dr. Hüseyin Çelik'e göndermek isterim. Kitabın yayıma hazırlanması sürecindeki emeklerinden dolayı Siyasal Yayınevi çalışanlarına da bu vesileyle bir kez daha teşekkür ediyorum. Ve elbette ki en büyük teşekkürü iletişim alanına gönül veren sevgili öğrencilere gönderiyorum.

Nazife Güngör
Eylül, 2025, İstanbul