

# STEREOTİP TEORİSİ

## ALMAN TELEVİZYONUNDA AMERİKAN DİZİLERİNİ

### ARAŞTIRMAYA YÖNELİK ÖN DÜŞÜNCELER

Irmela Schneider

Çev: Ahmet İMANÇER\* - Dilek İMANÇER\*\*

"Zur Theorie des Stereotyps. Vorüberlegungen zur Untersuchung amerikanischer Serien im deutschen Fernsehen." Serie Kunst im Alltag, Beitrage zur Film- und Fernsehwissenschaft 43. 1992. Vistas Verlag GmbH. S.129-147.

#### ÖZET

*Stereotip araştırmasının merkezi ilgisi toplumdaki grup oluşum sürecini araştırmak, grubun farklı ve kendine özgü yapısını ve grup dışındakileri değerlendirmektir. Stereotiplerin öğretiltiği sosyalizasyon kurumları her şeyden önce aile, okul ve kitle iletişim araçlarıdır.*

*Stereotip araştırması kamuoyu araştırması ve değer sistemi araştırmasının bir parçasıdır. Hem kişiye özgü hem de gruba özgü kabuller ve beklentiler stereotip olarak ifade edilir.*

*Stereotip teorisinin önemi dikkate alınarak Amerikan dizileri üzerine olan araştırmamızda geliştirdiğimiz temel hipotez şöyledir: Dizilerin iletişim başarısı büyük bir kitle tarafından uzlaşılan medyaya özgü anlam tariflerinin birleşiminden oluşur. Stereotip medyaya özgü anlamlandırma tarihinin akışı içinde de kurulur ve aktifleştirilir.*

#### THEORY OF STEREOTYPE

#### ABSTRACT

*Focus of the stereotype is to the process of group formation in society and evaluate different and unique structure of the group and those out of the group. First of all, family, school and mass media are the institutions of socialization in which stereotypes are learned.*

*Stereotype study is a part of study of public opinion and value systems. Expectations and acceptance belonging to both individuals and group can be expressed as stereotype.*

*Taking into consideration the importance of stereotype theory, basic hypothesis we developed in our study on American series is as follows: communicative success of the series is formed by the union of descriptions of meaning specific to the media and upon which a big mass of spectators agree. Stereotype can also be formed and activated in the historical course of interpretation specific to media.*

#### GİRİŞ

Amerikan televizyon oyunları, diziler ve seriyaller 60'lı yılların başından beri ARD ve ZDF televizyon yayın akışı içinde önemli bir yer alır ve bu yer yıllar geçtikçe daima daha güçlenerek genişler. Göreceli olarak geç kalınmış sayılsa da yeni kanallar ve özel kuruluşlar tarafından hazırlanan programların da yayınlanması 80'li yıllarda program içeriğinin nasıl bir sıralama izlemesi gerektiği konusunda tartışmalar başlattı. Ulusal kimlik için sadece yükselen ithal televizyon programlarından değil sinema filmlerinden de korkulmaktaydı. Amerikalılık ve Amerikanlaşma üzerine bir çok geleneksel klişeler bu önemli tartışmayı genişletti (Schneider 1990:15). Süre giden geleneği olmayan tartışmalar aracılığı ile bir gelenek yaratıldı.

diğinde, yanlış anlaşılmalardan sakınmak için, bu kategorinin neyi kapsadığını açıklamak gerekir. Televizyonda Amerikanlaşma yalnızca uluslararasılaşma süreci ile bağlantılı olarak da açıklanabilir. Bu uluslararasılaşma yalnızca televizyon programlarıyla sınırlı kalmaz, kitle medyası televizyon aracılığı ile bu yüzyılın ikinci yarısında büyük kitleleri etkisi altına alır.

80'li yılların ortasında amerikan televizyon programları hakkında konuşulduğunda, öncelikle bu yıllarda büyük izlenme başarısı kazanan "Dallas" ve "Denver Clan" (Dynasty) dizileri akla gelir. Bu iki sosyete dizisinin yanında ARD ve ZDF'nin yaklaşık 35 yıllık yayın hayatında 600' ün üzerinde başka amerikan dizileri yayınlanmış, bu dizilerden bazıları da aynı şekilde seyircilerde dikkate değer bir yankı uyandırmıştır.

Televizyondaki Amerikanlaştırmadan bahsedil-

"Bonanza", "Tüten silah" (Gunsmoke) ya da

\* Yrd. Doç. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi.

\*\* Arş. Gör. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi.

"Shiloh çifliğinin insanları" (Die Leute von Shiloh-Ranc) bu yıllarda ailelerin pazar günü izlediği dizilerdi. "Lassie" "Fury" ve Flipper" bütün bir jenerasyonun televizyon sosyalizasyonunu şekillendirdi. Polisiye diziler "Kaçak" (Auf der Flucht), 77. "Sunset soygunu" (77 Sunset - Strip), "Kobra" (Kobra, übernehmen Sie!), "Canon", ya da "Colombo" dizileri 60'lı ve 70'li yıllarda %60'ın üzerinde izlenme oranlarına erişmiştir.

Alman televizyonunda otuz yıldan fazladır amerikan dizileri günlük televizyon programının önemli bir bölümünü kaplamaktadır. Bunlar televizyon izleyicisinin televizyon sosyalizasyonunu belirleyen ve aynı zamanda alman dizilerine de etki eden, bir türün oluşmasındaki standartlardır. Örneğin, alman polisiye dizilerinin yeniden yapılması, bu türün Amerika'daki gelişmesini aynen tatbik eder.

Almanya'da televizyon programlarında İngiliz ve amerikan etkilerinin gelişimi ve tarihi projesinin bir kısmı "estetik, pragmatik, ve ekran medyasının tarihidir. Ağırlıklı olarak Almanya'da başlangıcından 1985'in sonuna kadar alman televizyonlarında amerikan ve İngiliz televizyon oyunları, diziler, seriyaller, televizyon filmleri Siegen Üniversitesi'ndeki yüksekokulda, kaydedildi (Schneider ve Thomsen 1989, Schneider ve ark. 1991) ve amerikan televizyon filmlerinin tarihi araştırıldı (Schneider 1990).

Amerikan dizileri alanı için bizim projemizin birkaç çıkış sorusu vardır: Almanya'daki televizyon yayınlarında bu ürünler nasıl yer alır? Sayısal ve sunum biçimi - bölüm uzunluğu ya da yayın sırası- nasıl yayınlanmaktadır? Bu verilerdeki gelişim çizgisine göre, alman televizyon programlarının yapılanma eğilimi amerikan networklerini mi örnek almaktadır? .

Sayısal bakış açısından Angela Krewani (1990) bu soruları araştırdı. Sonuçlar göstermiştir ki: Akşam öncesinde - hem de öğleden sonra programlarında, iki büyük televizyon kuruluşu olan ARD ve ZDF'de akşam programlarında erken Amerikanlaştırma ile bağlantılı dizilerin yer alması 70'li yılların sonuna kadar devam eder: Günümüzde amerikan networklerinin belirlediği program yapısı Almanya'da etkisini daha fazla hissettirmekte, dizilerin program sıralamasında nasıl yer alacağı ve bölüm uzunluğu bunlara göre düzenlenmektedir. Networklerde uygulanan sezon planlaması Alman program akışında da artan o-

randa kabul görmektedir.

Sayısal araştırma ile bağlantı içinde ikinci soru kompleks amerikan dizilerindeki tasarım biçimini tespit etmeyi hedefler . Alman televizyonunda 30 yıllık amerikan dizi tarihi içinde dizilerde hangi temel örnekler sunulmuştur? Diziler hangi sistem şartlarında seyircilere yayınlanmıştır? Bu dizilerle nasıl bir Amerikanlaşma zihinlerde oluşmakta, zira amerikan anlatım gelenekleri, gündelik hayatın sunumu ve yaşam deneyimleri, kişilerin sunumu ve toplumsal guruplar, tartışma yaratma ve toplumsal uyum içinde çözüm üretme biçimleri, seyircinin davranışlarına ne ölçüde şekil vermektedir? Bu diziler aracılığı ile zihinlerde şekillenen, televizyon gerçekliğinden hiçbir şekilde ayrılamayan gerçeklik ne ölçüde dikkate alınmaktadır? Farklı geleneksel amerikan davranış örnekleri, değerler ve kurallar bu gerçeklik tasarımına ait midir? (Meyrowitz 1987:95)' 60'lı yıllardan beri Schölermann ailesi ya da Hesselbach ailesi ile, Richard Kimle ya da Perry Mason gibi kahramanlarla samimiyete sebep olan "Parasosyal ilişkiler" neyi açıklar? ve "Fury", "Lassie", "Bonanza"nın televizyon ailesi içinde yer alan dizi kahramanları ne anlatır? Bu amerikan kahramanları kendi ulusal kimliği ile mi karakterize edilmekte yoksa televizyon aile masasında taraf olmaksızın, coğrafi olarak tanımlanmış yerlerden bağımsız mıdır?<sup>2</sup> Diğer tarafta: Geçmişten günümüze kadar seyirciler tarafından Alman dizilerinin amerikan dizilerinden daha çok sevilmesi olgusu nasıl açıklanabilir?

Televizyonu dikkate almada kahramanların ve mekanın daha az önem taşınması gerekir- bu ispatlanamaz-, oysa gündelik hayatın gerçekliğinin ve televizyonun karışımı olan içeriğin hangi ulusa ait olduğu konusunu gözlemlemeye ve ayırt etmeye analistik bir ilgi vardır. Medyaya özgü iletişimin oluşturduğu toplumsal olaylar araştırıldığında, bu sorunun cevabı ilginçtir. İçerik yalnızca genel olarak televizyon için geçerli olmayan, bilakis medya aracılığı ile koordine edilen kesin ve kolay anlaşılır konu deposudur. Örneğin önemli bir örnek olan şiddet açısından şu sorular yanıtız kalır: Televizyonda şiddetin sunumu aracılığı ile günlük hayat gerçeğinde şiddet olayları yükselmiş midir? Şiddetin hangi değişim değerleri gözlenmektedir, yüzyılın akışı içinde şiddetin semantiği nasıl değişmiştir?<sup>3</sup>

Başka bir örnek ve başka bir bakış perspektifi: 15 yıldan beri Amerika üzerine haber yayıncılığında "Dallas" ve "Denver Clan"ın yayınlanma-

sından beri daima bu diziler tekrar tekrar karşılaştırılır. Amerikan ideolojisi ve tarzı yalnızca referanslar üzerine değil, metinler arası ile kurulmaktadır. Bu açık örnek sadece benim şüphem değil, daha önceki gözlemlerde de ortaya çıkmıştır: Yalnız bir dizi diğer diziyi açıklamaz yada "altın Kızlar", "Dallas" ve "Hanedan" üzerine konuşmaz. Seyirci öncelikle medyaya özgü olan amerikan gerçekliğini farklı medyaların dizi gerçekliği ile karıştırır, sonrada bir araya getirilen medyaya özgü farklı sunum modellerini karıştırır.<sup>4</sup> Amerikan seyircisine mal edilen temsil bugün artık basın, televizyon haber yayınlarının, dizilerin ya da amerikan filmlerinin vazgeçilmez bir öğesidir. Amerikan dizileri analiz edilirken öncelikle sunulan gerçekliği sorgulamak yerine, asıl bu gerçeklik ile ne verilmek istendiği üzerinde durulur.

Medyaya özgü iletişimin önemli bir parçası olarak amerikan dizilerinin program tarihi, toplumsal iletişimdeki konularla bağlantı kurularak araştırılır. Amerikan dizilerinde bu konu bağlantısı- yola çıktığımız hipotez- amerikan dizilerinde yüksek bir uzlaşım içinde oluşur.<sup>5</sup> Dizilerde etki uyandırmak için ortak anlayışa dayanan anlamlar üretilir, bu anlamlar değişmekten ziyade sabit olarak kalır.<sup>6</sup>

Bundan her seyircinin dizilerden aynı davranış örneğini öğrenerek ve bu öğrendiğine göre davrandığı sonucu çıkmaz. Bu şöyle oluşmaktadır: Tek ve objektif bir bakış açısına sahip metin olamaz, bilakis hangi şartlar altında kalıcı anlamsal düzenlemenin yapılacağı tespit edilerek bir model geliştirilmek zorundadır. Bu bağlam içinde kognitif (zihinsel kavrayış) teorisinden temellenen stereotip teorisi ile açıklama yapılır. Bu kültürel göstergeler araştırmaları ile bağlantılı olarak etraflıca denir. Gerbner ve arkadaşlarının yaptığı gibi kültürel göstergeler araştırması, görsel işitsel ürünlerin karakterini keşfeder ve stereotip karakterlerin sıklık derecesini ölçer. Araştırmamızın amacı stereotip teorisinin mümkün kıldığı referans çerçevesinde tekrar eden karakteristikleri keşfetmek ve bu karakteristiklerin değerini Gerbner'in çalışmasında olduğu gibi etraflı ve ayrıntılı olarak belirlemektir.

## STEREOTİP ARAŞTIRMALARININ TARİHİ

Stereotip kategorisi farklı bilimsel tartışmalarda kullanılır ve aynı zamanda günlük konuşmaya da aittir. Kelime baskı dilinden uyarlanmadır,

1798'den beri bir baskı levhası üzerinde yerinden oynatılabilen matbaa harflerine zıt olarak sabit bağlanmış matbaa satırını ifade eder (Manz 1968:8, Stroebe ve Insko 1989:4). Bu fikrin asıl kullanımı önemli bir niteliği gösterir: farklılıklardan kurulan bir birleşim ve bu birleşimi ayırmayın zor olduğu birlik olarak açıklanır. Söz konusu olan sabit karakter kombinasyonudur.

Walter Lippman ilk olarak "Public Opinion" isimli kitabında (1922) "stereotip" kategorisini zihinsel kavramın (kognitif) spesifik bir türü olarak açıklamaktadır. Bu fikre göre şu açıklamayı yapmak mümkündür: "güçlü ve kolay kabul edilen etkiler stereotipin yapısını kurar ve kalıcı olur. Dünyayı görmeden de onun üzerine bir şeyler konuşabiliriz. Bir konu hakkında bir deneyim yaşamadan da o konu hakkında bir fikir sahibi olabiliriz. Güncel olarak bilinmese de böylesi ön kabuller, algılama sürecinin derin kavramasını gösterir"<sup>7</sup>(Lippman 1949:89).

Lippman stereotip fikrinde ve zihinsel kavramda anlatımdan ve resimlerden biçimlenen bir dünyayı görür. Bu biçimlenme sadece insanın kendi yaşadığı deneyimlerle kazanılmaz, bilakis insan bu biçimlemeleri direk deneyimleri ile değil, algılama ve tanıma sürecinde biçimleyebilir. Gözlem yapma idrak etmede neyin dikkate alınması gerektiği konusunda tek başına belirleyici değildir, bilakis büyük oranda zihinsel kavrama ile bir şeylerin algılanması Piaget'ten beri gelişim psikolojisi içinde tanındı: "Kavrama gerçekten ne öznenen (kendi duygu ve düşüncesini araştırma yada iç gözlem) ne de nesneden (zira algılanmanın kendisi örgütlenmenin önemli bir parçasını oluşturur) ileri gelir, bilakis özne ve nesne arasındaki ilişkiyi harekete geçiren dış çekicilik gibi faktörler aracılığı ile başlangıçta organizmanın faaliyetleri kendiliğinden olur" (Piaget 1983:29). Stereotipin kendine özgü olduğu sadece algılama ve tanıma göre yapılandırılmaz, bilakis bir yer ve zaman sürekliliği içinde olan durumlardaki davranışlar algılanarak belirlenir ve buna uygun tespit edilmiş kategori şeması sunulur.

Lippmann'ın gözlemlerinden, onun önsöz bölümünde tarif ettiği "dış dünya ve bilinç altı tasavvur etme" fikri olduğu gibi kabul edilmeyerek, deneysel araştırmalarla bilinç altı tasavvur etmenin varlığı (Rice 1925; Child ve Doob 1936, Litterer 1933) ve dış dünyada ölçülmesi denenmiştir. Bu durum objektif veri ve sübjektif dikkate alma arasındaki farklılığa dayanır ve sıklıkla doğru ve yanlış arasındaki ayırımı azaltmasıdır.

Stereotip sonuçta eksik, yanlış dikkate alma ve önyargıdır.

Katz ve Braly'(vd.,1933, 1935)in çalışmaları stereotip araştırmalarının başlangıcı olarak gösterilmektedir. Onlar nitelik listesi metodu ile yürütükleri araştırmada bir gurubun tipik karakteristiğini ortaya çıkarırlar. Aynı zamanda stereotip araştırmalarında ön yargı üzerine yapılan araştırmalar ile sıkı ilişki içinde bir yol takip ederler. Stereotip araştırması değer bilimleri ve ahlaki hükümlere dayanmakta ve nedenlerini aramaktadır.

Temsilin azami değişimine dayanan bu hipotezler ortaktır. Biçim olarak stereotipteki düşüncenin ortaya çıkması, bu azami değişim alanında deneysel olarak ispat edilemez (Hofstatter 1960). Stereotip araştırması kamuoyu araştırması ve değer sistemi araştırmasının bir parçasıdır. Hem kişiye özgü hem de gruba özgü kabuller ve beklentiler stereotip olarak ifade edilir. Kişisel kabul ve beklenti olarak stereotipin anlamında olduğu gibi, grup stereotiplerin kabulü de böylesi stereotiplerin nasıl oluştuğunun deneysel olarak ölçülebilmesine dayanır. Katz ve Braly'nın ileri sürdüğü karakter listesi metodu devam eden araştırmalarda genişletilerek düzenlenmiştir. Araştırmalar iki farklı bakış açısına ayrılmaktadır:

1. Stereotipin oluşumundaki nedenleri araştırma bakış açısı
2. Deneysel metod bakış açısı (seçme ve örneklemenin büyüklüğü, kategori listesi, kategorilerden kurulan korelasyonlar) .

Sonradan stereotip teorileri stereotiplerin sosyal kültürel olayların sonucu yada kişisel sürecin sonucu olup olmadığı konusunda farklılaşır. Tartışmalı teoriler stereotipi toplumsal olayların sonucu olarak belirlerler; Sosyal öğrenim teorisi toplumsallaşmanın bir sonucu olarak tespit eder. Sosyal öğrenim teorisi stereotipin öğrenilmesini bilmenin kazanılma süreci gibi görür. Sündenbock-teorisi ya da otoriter karakter teorisi stereotipi kişisel güdü ve davranışlara bağlar (Stroebe ve Insko 1989:13). Bu farklı teorik görüşler stereotip teorisi içinde tartışılır ve kombine edilir. Bu teoriler içinde stereotipin kurulma güdüsü toplumsal ya da kişisel türdendir.

Sosyal psikoloji açısından Amerikan araştırmaları özellikle Tajfel (1969)'in araştırmaları stereotip araştırmaları içinde bütün ahlaki ve değer etkilerini ret eder ve stereotipi toplumsal yaşamdaki

düzeni sağlayan kategori olarak açıklar. Onun temel düşüncesine göre: Stereotip akan bilgiyi almakta insani kabiliyetin sınırının ulaştığı boyuttur.

80'li yıllardan beri Amerikan araştırmaları ve öncelikle Stephan (1985) tarafından programlı olarak kognitif bakış açısı stereotip teorisi içine yerleştirildi. Bu teoriye göre stereotipin kurulmasının sebebi ne sosyal ne de kişisel türdendi, bilakis zihinsel kavrama sisteminin ve insan düşünme yapısının bir sonucu idi.

Teorinin kurulmasında düşünce yapısının nasıl işlediği ve hangi uyarıcıların toplumsal davranışları ortaya çıkardığı sorunu merkezi bir rol oynar. Stephan (1989) insanın sosyal öğrenme sürecinde kazandığı stereotipleri kategori şemasına yerleştirir. Anderson (1983) ile bağlantılı olarak kognitif bilgi çalışmasındaki modeli üç hafıza sistemine (memory systems) ayırır: "declarative memory" (bildiren hafıza), "production memory" (üreten hafıza) ve "working memory" (işleyen hafıza). İlk ikisi göreceli olarak durağan iken sonuncusu hareketlidir. "Declarative memory" geniş ölçüde gerçeklere dayanan bilgiyi içerir. "Produktion memory" süreç hakkında bilgi veren kategorileri (nesnenin nasıl oluşturulduğu) içerir ve "working memory" sürekli kurulan kategoriler ile çalışır. Stephan "declarative memory"yı bir bilgisayarda depolanan bilgilere, "produktion memory"i bilgiler ile depolanan programa ve "working memory"yi ekranda görünen şeye benzetir.

"Working memory" sistemin her zaman giriş yapabileceği kategorilerden oluşur. Faaliyetlerin farklılık derecesine göre kategoriler hazır bulunur. "Working memory"de en aktif kategoriler en sık ortaya çıkanlardır.

"Deklarative memory" deki bilgiler bağlantılar ve üyelerden oluşan bir şebeke aracılığı ile yapılırlar. Bağlantılar ve üyeler sıklık ve yeniliğin kuvveti içinde faaliyete geçerek değişir. "Deklarativ memory"de bilgi faaliyeti bilinçli ya da otomatik olarak oluşur. Otomatik işlenen bilgi miktarı hemen hemen sınırlanmazken, bilinçli ve belli bir zaman için etkileşen bilgi miktarı sınırlıdır. Bağlantılar ve üyeler bir şema içinde organize olurlar. Bu şema bir bireyin belirli bir alanda sahip olduğu bütün bilgileri içerir. Şema hiyerarşik olarak kademelenir: Bazı somut bilgiler en alt seviyede, bazı soyut bilgiler ise en yüksek seviyede durur. Stephan, şemaya örnek olarak bir

toplumsal grubu gösterir: En yüksek seviyede gruplara ayıran bir toplumsal kategori yer alır, orta seviyedeki kategoriler stereotip davranış karakteristiği ve fiziki karakteristik gösterir ve en alt seviyede beklenen davranışları kavrayan ayrı grup üyeleri için kategoriler yer alır.

"Deklarative memory" ve "working memory" iç içe geçmiştir. "working memory" seviyesinde yerleşmiş bir bilgi "deklaratif memory"de daima depolanır ve ihtiyaç duyulduğunda oradan çağrılabilir. Bir bilginin bu şekilde depolanması, bilginin aktifleştirilme sıklığına ve az miktarda olsa da bilginin sürekli aktifleştirilmesine bağlıdır.

"Produktion memory" "working memory"de depolanan bilgi temeli üzerine oluşturulan metot ve davranış tarzını içerir. Bu metot basit (örneğin bir kişiyi toplumsal bir grubun üyesi olarak kategorize etmek) ya da karmaşık (bir davranışın nedeni olmak) olabilir. Her halükarda süreç şöyle gelişir, "working memory"deki bir bilgi, "deklarative memory"de buna uygun davranışın bilgisi ile kıyaslanır.

Bir ikinci adımda Stephan bu modeli stereotiplerin yapılanması için kullanır. Stereotipin yapılanma karakteristiğini belirler, bunu bir şemaya yerleştirir ve hiyerarşik olarak düzenler. Bunlar belirlenen ve karakterize edilen kategorileri içerir. Stereotipler niteliklerin bir bütünü olarak görülür ve bu bütün temel kategoriler ile birleştirilir. Cinsiyet ve ulus gibi kategoriler hiyerarşik düzenlemede temel seviyeye aittir. Bunlar çok az nitelik ile tarif edilirler, sosyalizasyon tarihinde erken kazanılır ve otomatik kullanılırlar. (örneğin erkeklik/dişilik, siyah/ beyaz).

Bu kategorilere ayırmada belirlenen niteliklerin büyük çoğunluğuna sahip olan pek çok toplumsal kategori vardır, fakat bir nitelik bir kategoriye deşifre etmek için yeterli değildir. Toplumsal kategoriler sürekliliğe meyillidir (örneğin "zengin"i temsil eden skala). Belirlenen niteliklerin tamamlanması karakteristik nitelikleri olan genel toplumsal kategorilere bağlıdır. Bu nitelikler bir gruba üyeliği belirlemek için kullanılmaz, fakat hafızada gruptaki bir çok üyenin bu niteliğe sahip olduğu dikkate alınır.

Stephan otomatik ve kontrol edilen kodlama sürecini birbirinden ayırır. Kontrol edilen kodlama sürecini üç basamağa ayırır. Birinci basamak kişinin başka insanlar ya da gruplar hakkında bilgi

edindiği durumlardır. Böylesi durumlarda başkalarının davranışları hakkında ön yargıları tasdik ettirecek enformasyon aramaya ve bulmaya bir eğilim vardır. Aynı zamanda bunun temelinde beklenen sonuçta zihinsel kavrama (kognitif) kabiliyetin aranmasının yanı sıra beklentilere uymayan niteliklerin aranması da yatar. II basamakta kavrama sürecine beklentilerin etkisi söz konusudur. III. Basamak beklentiler ve davranışlar arasındaki ilişkiyi açıklar.

Bu hipotez insanın zihinsel kavrama (kognition) sürecinde kullanılan ve sanatsal zeka modeline dayanan bilgi çalışmaları teorisi geleneği içinde yer alır. Zihinsel kavrama süreci (Bilgilenme süreci) bilgi edinme ve düzenli iletilen sembollerin yönlendirmesidir. Bu hipoteze en temel eleştiri yapısalcı teorisyenler tarafından yapıldı. Yapısalcı teoriyi savunan bilim adamları bilgi edinme olarak değil de bilakis etkileyici davranış olarak kavramanın yeniden tanımlanması üzerinde yoğunlaştılar: Stereotip teorisine farklı bir bakış açısı getiren yapısalcı hareket yeni bir dünya görüşü yaratarak bu konu üzerinde yeniden durulmasını gerekli kılmıştı- bu bağlam içinde eski teorik yaklaşımlara uyan araştırmalara devam etmek mümkün olmamaktaydı. Böylesi bir teori şu soruya cevap vermek zorundaydı: Deneysel gözlemlenebilen eş- ve karşı cins stereotip nasıl açıklanabilir?.

Stereotip teorisi içinde daima kabul edilen zihinsel kavrama teorisi temel teoridir, fakat diğer teorik hipotezlerde kazanılan sonuçların gözden kaçırılmasının mümkün olabileceği de tartışılmaktadır (Bar ve Tal 1989).

Stereotip teorisi üzerine geliştirilen bu dar bakış açısı dizilerin araştırılması için önemlidir: Kùltürler arası değer sisteminin araştırıldığı stereotip teorisinin hipotezi içinde stereotipin farklı nitelikleri ayrıştırılmaktadır . En önemli ayrılık davranış ve değer stereotipleri arasında ortaya çıkmaktadır (Schwartz ve Struch 1989:151). Davranış- stereotipi grup üyelerinin kabul edilen karakteristiğinin tasviridir. Değer- stereotipi kabul edilen hedeflerin hiyerarşisidir ve grup üyeleri için neyin önemli ve uygun olduğu, ne olmaları ve ne yapmaları gerektiğini yansıtır. Davranış stereotipi alışkanlıkları, davranış tarzını yansıtır ve grup üyelerinden bir gözlemci uygun davranışı koordine eder. Fakat davranış stereotipi aynı zamanda gözlemcinin kabul ettiği grup üyelerine ait olan temel kılavuz prensiplerin gerekli ideallerini yansıtmaz. Bu araştırmadan çıkarak

Schwartz ve Struch genel bir hipoteze ulaşırlar: Dışardan bir grubun ya da özel (tek) bir grubun (ya da grubu karakterize eden) hiyerarşik temel değerleri arasında kabul edilen aynılığın derecesi saygı gösterme ya da ret etme tutumunda önemli bir belirleyicidir.

Fikir araştırmalarına hizmet eden stereotip araştırması içinde değerler kataloğu benimsenir. Hiesel daha önceden tespit edilmiş 21 temel değer biçimini<sup>8</sup> açıklayan bir listeden altı değer biçimini alarak bir liste yapar, "bunlardan birincisinin modern endüstri toplumlarının başarısının düzenlenmesinde büyük bir önemi vardır ve ikincisi deneysel toplum araştırmaları açısından bu değer biçimleri büyük bir çoğunluk tarafından kabul görür." (Hiesel 1976:120): 1. Bağımsızlık için gayret etmek; 2. Aynı zevkleri yaratmak için gayret etmek; 3. Güvenlik için gayret etmek; 4. İlişki kurmak için gayret etmek; 5. Kazanmak için gayret etmek; 6. İtibar kazanmak için gayret etmek. Rokeach ise batı toplumları için 36 değerden (Rokeach 1973) oluşan bir liste yapar ve bu genelleşir. Schwartz ve Bilsky (Schwartz ve Struch 1989:163) değerleri on farklı içerik alanına ayırırlar ( hazcılık (hedonism), başarı (achievement), sosyal güç (social power), teşvik etme (stimulation), kendini idare etme (self-direction), güvenlik(security), toplumsallık (prosocial), sınırlayıcı (restrictive), uyum(conformity), olgunluk (maturity), geleneği korumak (tradition maintenance)). Böylesi bir liste iki talebi yerine getirmek zorundadır: 1.) Genel durumlarda önemli olan davranışlar için nitelik (kalite) içermek; 2.) Etki uyandırmak için genelde izleyiciler tarafından kullanılan niteliklerin içerilmesidir. Bununla beraber böylesi bir listede istemli seçim ve karışıklığın huzursuzluğu vardır. Rokeach, Hiesel ve Klages (1976) burada etraflı olarak açıklanmayan önemli temel değerlere açıklık kazandırmayı hedeflerken, Inglehart (1977) çalışmalarında metaryalizmin ve post metaryalizmin değerlerinin yansımaları üzerine yoğunlaşır. Rosengren (1989) değerlerin biçimlenmesinde iki çift temel özellik ortaya çıkarır: araca karşı anlam ve ahlaki değer biçimlerine karşı zihinsel kavramdır. Anlamli değerlerin biçimlenmesi aşağı yukarı Inglehart'ın post maddeci değer düzenlemesindeki maddeci araçlara uyar. "Bu değer düzenlemesinde toplumsal sistemler silsilesi, bunlara ait kurumlar ile birlikte toplumda yerleşir"(Rosengren 1989:356). Rosengren anlamli değer biçimini tarih ve sanat alanına, kavramaya (kognitif) yönelik düzenlemeyi de bilim alanına bağlar. Bunlar ekonomi ve politığın araçları, din ve politikanın

kurallarıdır. Bütün toplumsal sistemler kültür alanını kurar ve bu alan bütün gelişmeler, kurumlaşmalar ve farklılaşmalarla birlikte bütün toplumsal sistemde ortak olandır: "Kültür, hem kavranan (kognitiv) hem de normatif (normativ), hem anlamlı (expressiv), hem de araçsal (instrumentell) düzenlemedir. Toplumsal yapılanmanın bütünlüğü açısından önemli bir öge olan kültür makro olgu olarak görülür. Fakat aynı zamanda kişinin kendine özgü içselleştirdiği bir kültürü vardır. Kültür aynı zamanda hem makro- hem de mikro bir fenomendir." (Rosengren1989:356)

Biçimlenen değerleri yaygınlaştırmada dikkat çeken altı temel toplumsal ajanlar<sup>9</sup> içinde televizyonun önemi geçen yüzyıl sürecinde olağanüstü artmıştır. Araştırma perspektifi olarak televizyon ve dizilerin seyircilerin hangi değer sistemlerine dayandığı araştırılır. Seyircilerin değer sistemini tasvir etmek için, televizyonun hangi yöntemleri kullandığı ise başka bir araştırma perspektifi olmuştur. Dizilerin içerik analizi çalışmalarında bu perspektifi takip etmekteyiz. Burada stereotip işlevi gördüğü ve stereotipin kurulmasını teşvik ettiği var sayılan yinelenen nitelikler ve bu nitelik kombinasyonlarını dizilerde analiz etme düşüncesi benimsenmektedir.

## AMERİKAN DİZİ ARAŞTIRMALARI BAĞLAMINDA STEREOTİP TEORİSİNİN KONUSU

Araştırmamızın teorik referans çerçevesi sosyalizasyon tarihi ve bu tarihle ilgili medyaya özgü iletişimde kazanılan stereotip teorisidir. Stereotip ise - herkesin bildiği- hiyerarşik yapılandırılan mantık şeması olarak tarif edilir. Bu mantık şeması uyarılar aracılığı ile faaliyet gösterir ve anlamların yapılanmasını sağlar. Stereotipler karakter kombinasyonu olarak işlev görürler, daima en azından iki aşamalıdır. Stereotip teorisinin merkezi ilgisi ve çekirdek düşüncesi olan zihinsel kavrama işlevi toplumda grup oluşması için temeldir. Stereotip toplumsal olaylarla birlikte olan zihinsel kavrama sürecidir.

Stereotip kişilerarası anlam yapılanmasıdır. Bir örnek: Karşılıklı etkileşimli bir durumda bir kişinin hasta ya da doktor grubuna ait olup olmadığını anlamak için, aynı kişinin aile babası ya da bekar olup olmadığı, ya da onun gözlük taşıyıp taşıyamaması konusundaki uzlaşmalar dikkate alınmaz, bilakis doktor ya da hasta olarak düzenlemeyi mümkün kılan karakter kombinasyonları

işlev görür. Grup düzenlemesi yapılabilmesi için aynı kişilerin kendi kişisel nitelikleri dikkate alınır. Deneysel olarak kabul edilmese de bir kişi belirli bir niteliği ile doktor olarak kabul edilebilir.. Grup kurulma süreci için araştırılan böyle- si "yanılsatıcı bağlantılar" (illusionary correlations) (Hamilton ve Sherman 1989:59ff) - Amerikan araştırmaları içinde özellikle siyah ve beyaz stereotiplerin kurulması açısından- dizilerde de önemli bir rol oynar: Belirli bir karakter dolayısıyla seyirciye bir anlam verilir. Bu anlama göre kendi belirli mesleki, etnik ya da toplumsal gruba uygun düzenlenen bir kahraman izleyici perspektifinden bakıldığında, benzer durumlarda asla bu grup düzenlemesine uymayan davranışlarda bulunmaz.

Komiklik, gerilim ve yenilik duygusu metinler arası ilişkilerden ortaya çıkan anlam düzenlemesini içerir. Bu anlam düzenlemesi bir sınıflandırma oluşturur ve aşağıda açıklanan yeni metinler arası ilişkilere neden olur:

Doktor yalnızca doktor olarak kendi rolünde değil, bilakis cimri olarak da gösterilir; Polis aynı zamanda bir sevgili, hem de bir aile babasıdır. Dizilerin para- sosyal ilişkilerinde iki özellik birden oluşur: "Genelleştirilen Diğeri" (Mead) düzenlenir ve para- bireysel nitelikler ile yayınlanır: Şef dedektif olan Raymond Burr aynı zamanda tekerlekli sandalye kullanır; Columbo güçlü bir dedektiftir ve aynı zamanda kirliliği trençkotu ve eski arabası ile anti kahramandır.

Stereotip teorisinin önemi dikkate alınarak Amerikan dizileri üzerine olan araştırmamızda geliştirdiğimiz temel hipotez şöyledir: Dizilerin iletişim başarısı büyük bir kitle tarafından uzlaşılan medyaya özgü anlam tariflerinin birleşiminden oluşur. Stereotip medyaya özgü anlamlandırma tarihinin akışı içinde de kurulur ve aktifleştirilir.

Stereotipler toplumsal davranışların sonucudur, fakat bütün seyircilerin bu stereotiplere göre davranacağı anlamına gelmez. Bu farklılık kitle iletişim araçları , özellikle de televizyonun değişen iletişim yapısının bir sonucudur.

Stereotip teorisinin farklılıkları içinde araştırılan stereotip, interaktif sisteme katılımı içerir ve bugünün medyasına özgü yayınların iletişim başarısı ve gözlemlerin toplamından oluşur (Spangenberg 1987:281). Buna uygun olarak farklılaşan toplumsal davranışların sonuçları betimlenmelidir.

Stereotip araştırmasının merkezi ilgisi toplumdaki grup oluşum sürecini araştırmak, grubun farklı ve kendine özgü yapısını ve grup dışındakileri değerlendirmektir. Stereotiplerin öğrenildiği sosyalizasyon kurumları her şeyden önce aile okul ve kitle iletişim araçlarıdır.

Stereotip araştırması stereotipin oluşumunu sağlayan bu sosyalizasyon kurumları ile çok az ilgilenebilir. Altı yaştan yedi yaşa kadar aile aracılığı ile birincil eğitim olduğu bilinmektedir. Stereotip bu evrede cinsiyet açısından öğrenilir. Başka araştırmalar okulun verimi ve kitle iletişim araçlarına marjinal gözlemleri - Amerikan araştırmaları içinde televizyonda siyahlar önemli bir rol oynar- açığa çıkarmaya çalışırlar. Stereotip araştırması içinde sosyalizasyon kurumları ile değil, bilakis grupların toplumsal davranışları ile ilgilenebilir.

Farklı program türleri içinde örnek olarak alman televizyonunda yayınlanan Amerikan dizileri seçilerek, bu dizileri seyrederek hangi stereotiplerin kurulabileceğini saptayabilmek için dizilerde içerik analizi ile hangi nitelik kombinasyonlarının tekrar ettiğini araştırmak istiyoruz. Toplumsal davranışların hangi sonuçlarının formüle edilebilir olduğu konusundaki hipotez bu temel üzerine kurulur.

Direk olarak stereotip araştırmasının merkezi ilgisinin ne olduğu ve televizyon grup deneyimleri vasıtasıyla değişen ve yeni grup uzlaşımını içeren grup oluşturma sürecini Meyrowitz "No sense of place" isimli çalışmasında ortaya koymuştur: "Elektronik medya belirli bir yere özgü olan geleneksel iletişim ağındaki toplumsal roller etki eder. Giderek artan bir şekilde belirli bir bölgesel olmayan ulusal (ya da uluslararası) bir enformasyon sistemi içinde yaşıyoruz...Komşu fikrinin bilinen anlamı gibi, yabancıların yabancı anlamının da - ikisi de "onlar ya da biz" olmanın önemli bir aracıdır - grup uzlaşımı duygusu - değişmesi bu ulusal ve bazen de uluslararası bakış açısının bir sonucudur." (Meyrowitz 1987:113) Böylesi bir global değişim sürecinde Almanya'da ki durumu açıklamaya yönelik projenin hedefi Alman seyircilerin "Amerikan bakış açısı" nı kendi perspektifimizden tespit etmektir.

Araştırma kategorisi olarak Amerikanlaşma hipotezini formüle edebilmek için şu sorular sorulur: hangi konu stoku, anlatı yapısı, toplumsal durumlar ve grup oluşumu Amerikan dizileri aracılığı ile koordine edilmekte, "medya aracılığı



ile" hangi davranış stilleri ve değerler sunulmakta (Meyrowitz 1987:103), genel hayat bilgisi ile medyaya özgü "Amerikan" deneyimi ne ölçüde birbirine karışmaktadır?

## SONUÇ

Amerikan dizilerini araştırmak için temel aldığımız hipotez şöyle açıklanabilir: Amerikan dizilerinden seçilen ve televizyonu algılama davranışı olarak sembolleştirilen konu deposunun iletişim başarısı medya topluluğu içinde daima gözlemlenir, fakat aynı zamanda karşılıklı uzlaşım ile öğrenilmek suretiyle, üreticiler tarafından bilinçli olmaksızın planlanarak sunulur. Bunun için büyük oranda zihinsel kavrama şemasının aktifleştirilmesi şarttır, bu şema istikrarlı, değişmez anlamları mümkün kılar ve direkt değişen anlamları kabul etmez.

Dizilerdeki tekrar eden nitelik kombinasyonlarını içerik analizi ile ortaya koyabiliriz. İçerik analizinin objesi olarak bir dokümanın içeriğinin var olduğu konusuna açıklık getirmek gerekmektedir. İçerik belirli bir durumdaki ve belirli bir araştırmadaki mesajların analiz süreci içinde doğar ve bundan kolaylıkla izole edilemez (Krippendorff 1969:5).

Amerikan dizilerinin içerik analizi, stereotipin kurulması ve stereotipin değişimi üzerine hipotezleri tespit edebilmek için tekrar eden nitelik kombinasyonlarını ortaya çıkarma amacına hizmet eder. Böylesine nitelik kombinasyonları hikaye, aktörler ve görsel malzeme düzleminde araştırılmalıdır.

Sonuçta hikaye ve aktörler düzleminde burada birkaç kısıtlı vurgulama yapılabilir.<sup>10</sup> Şemalar, reçeteler ya da teknikler dizilerde bir anlatı içinde oldukça farklı olay silsilesine dönüştürülerek, mutlak bir statiklik gösterir. Seyirci onlara alışır. Eğer seyirci anlatının bir parçasını yada her anlatı parçasını eşit oranda dikkate alırsa, diziler zaman akışı içinde seyirciye anlatının parçalarını birleştirebilme güvencesini verir.

Televizyon medyası kendi dizilerinde gerçek hikaye anlatıcısı olarak anlaşılır. Anlatı sırasındaki tekrar eden nitelikleri tanımak, hikaye anlatan bir taslağın (konsept) amerikan dizileri aracılığı ile ne ölçüde sunulabileceği konusunda ifade birliğini mümkün kılar, bu yalnızca televizyon için standart oluşturmaz, bilakis hikayenin genel olarak anlatım biçimi seyircide stereotipin kurulma-

sını teşvik eder.

Seyirciler için aktörler belirli toplumsal davranış örneklerine göre davranırlar, bu davranış örnekleri onların değerlerinden farklılık gösterir. Belirli davranış örnekleri ile hangi toplumsal durumların tekrar edildiği ve hangi değerlerin kombine edildiği içerik analizi ile ortaya çıkartılır. Değer biçimlerinin içerik analizi ile keşfedilmesi (anlatı tartışmasında olduğu gibi) bir diziyeye objektif bir nitelik kazandırmaz, burada önemli olan anlam yapılanmasıdır. Dizilerin analiz edilen grupları içindeki intersubjektif geçerliliğinin doğrulanması için kategoriler üzerindeki anlam yapılanmasının mutlak bir tanımı yapılmak zorundadır. Araştırmanın hedefi diziler aracılığı ile hangi nitelikte gerçeklik yaratılıp kurulacağını ve hangi dizilerin stereotip kurma planına sahip olabileceğini? Hangi toplumsal olaylar düzleminde stereotip keşfedileceğini denemektir. Amerikan dizileri seyircinin gündelik hayatı için elde edemediklerini benimser. Bu sonuç nasıl ayrıntısı ile görünür bilmiyoruz. Fakat dizileri on yıldan fazla seyredip niteliklerini su yüzüne çıkartmayı ümit edebiliriz. Öncelikle amerikan dizilerine doğrudan bakış açımız, oradan tekrar stereotiplere ve onların toplumsal sonuçlarına geri döner.

## DİPNOTLAR

1. "Para -sosyal etkileşim" (para-sozialen Interaktion) fikrini Myrowitz horton ve wohl'den almıştır, 1956.
2. Bakınız. Virilio, 1989, s.85: "Otuzlu yılların sinemasının gösterişli sloganı 'seksen dakikada devrialem', filmin akışının coğrafi stratejisini bildiriyordu. Bu coğrafi strateji yüzyıldan beri sürekli tarz ve yer değiştirerek bir çözüme kavuştu."
3. "konu deposu"(Themenvorrats) ve "semantik" fikri için bkn. Luhman, 1987, 2.224f.
4. "Bir araya getirme" (Kopplung) fikri için bkn. Maturana, 1987, s.261; "medyaya özgü bir araya getirme" (medialen kopplung) fikri için bkn. Spangenberg, 1988, s.778ff.
5. "Uzlaşım birliği" (Konsensuellen Koordination) fikri için bkn. Maturana, 1988, s.840.
6. Senkronize konuşma aracılığı ile de desteklenen bir etki (örneğin Arnold Maquis).
7. The subtles and most pervasive of influences are which create and maintain the repertoire of stereotypes. We are about the world before we see it. We imagine things we experience them. And those preconceptions, unless education has made us acutely aware, govern deeply the whole



process of perception."

8. Bkn. Hiesel, 1976, s.127: 1. Dindarlık, 2. Derin düşünme, 3. Kendini geliştirme, 4. Anlamak, 5. Hazcılık, 6. Kazanmak, 7. Estetik, 8. Bağımsızlık, 9. Güvenlik, 10. İtibar, 11. Güç, 12. İtaat 13. Başkaları için çalışan, 14. Hoş görü, 15. İlişki kurma, 16. Yardımseverlik, 17. Ahlak, 18. Sorumluluk, 19. Gayret, 20. Macera, 21. verim.

9. Rosengren (1989, s.357) Aile, Arkadaş-Grubu, İş arkadaşları, Kilise, Kanun, Okul ve Büyük organizasyonlar; Kitle İletişim Araçları olarak belirler. Rosengren sosyalizasyonu "bireyden bireye ve jenerasyonlar arasında aktarılan makro ve mikro düzeyde kültür aracılığı ile oluşan toplumsal süreç" olarak açıklar (Rosengren, 1989, s.356)

10. Bkn. Ayrıntılı olarak Schneider, 1991; benim burada girmek istemediğim görsel tasvirler için bkn. Winkler, 1991.

#### KAYNAKLAR

Anderson JR (1983) *The Architecture of Cognition*, Cambridge, MA.

Bar-Tal D ve Graumann CF. ve ark (1989) *Stereotyping and Prejudice. Changing Conceptions*, New York.

Child JC ve Dood LW (1943) *Factors Determining National Stereotypes*, *Journal of Social Psychology* 17 içinde, Provincetown, Massachusetts, 203-219.

Gerbner G ve ark (1981) *A Curious Journey in to the scary World of Paul Hirsch*, *Communication Research* 8 içinde, 39-72.

Gerbner G ve ark (1981) *Final Reply to Hirsch*, *Communication Research* 8 (3) içinde, 259-280.

Gerbner G ve ark (1973) *Communications, Technology and Social Policy*, New York.

Gerbner G ve Gross L (1976) *Living with television: The Violence Profile*, *Journal of Communication* 26 içinde, 173-199.

Gerbner G (1973) *Cultural Indicators. The Third Voice*, *Communication, Technology and Social Policy*, L Gross ve WH Melody (eds) içinde, New York.

Gerbner G ve ark (1969) *The Analysis of Communication Content*, New York.

Gumbrecht HU ve Pfeiffer KL (1988) *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt am Main.

Hamilton DL ve Sherman SJ (1989) *Illusory Correlations, Implications for Stereotyp Theory*, Bar-tal ve ark içinde, 83-104.

Hofstatter, PR (1960) *Das Denken in Stereotypen*, Göttingen.

Horton D ve Wohl RR (1956) *Mass Communi-*

*cation and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance* *Psychiatry* 19 içinde, 119-215.

Katz D ve Braly K (1993) *Racial Stereotypes of 100 College Students*. *Journal of Abn. Social Psychology* 28 içinde, 280-290.

Katz D ve Braly K (1935) *Racial Prejudice and Racial Stereotypes*, *Journal of Abn. Social Psychology* 30 içinde, 171-193.

Klages H (1984) *Wertorientierungen im Wandel*, Frankfurt am Main.

Köck WK (1987) *Kognition- Semantik- Kommunikation, Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus*, Siegfried JS (ed) içinde, Frankfurt am Main, 340-373.

Krewani A (1991) ... das ist doch wie in Dallas. *Amerikanische Serien in ARD und ZDF, Ein Überblick über Quantitative Entwicklungen, Notlar Amerikanische Produkte im Fernsehen* içinde.

Krippendorf K (1969) *Introduktion, The Analysis of Communication Content*, G. Gerbner ve ark (eds), New York, London, Sydney, Toronto. 3-16.

Lipmann W (1964) *Die öffentliche Meinung*, München.

Litterer OF (1933) *Stereotypes*, *Journal of Social Psychology* 4 içinde, 59-69.

Luhmann N (1987) *Soziale Systeme Grundriss einer allgemeinen Theorie*, Frankfurt am Main.

Manz W (1968) *Das Stereotyp Zur Operationalisierung eines sozialwissenschaftlichen Begriffs*, Misenheim.

Maturana HR (1987) *Biologie der Sozialität, Der diskurs des Radikalen Konstruktivismus*, Siegfried JS (ed), Frankfurt am Main, 287-302.

Maturana HR (1988) *Elemente einer Ontologie des Beobachtens, Materialität der Kommunikation*, Hans UG ve K. Ludwig Pfeiffer içinde (eds), Frankfurt am Main, 830-945.

Melischek G ve ark (1984) *Cultural Indicators: An International Symposium*, Wien.

Piaget J (1983) *Biologie und Erkenntnis. Über die Beziehungen zwischen organischen Regulationen und kognitiven Prozessen*, Frankfurt am Main.

Plotkin L (1965) *The Frequency of Appearance of Negroes on Television*, New York.

Rice SA (1926) *Stereotypes: A Source Error in Judging Human Character*, *Journal of Personal Research* 27, 267-276.

Rokeach M (1973) *The Nature of Human Values*, New York.

Rosengren KE (1984) *Cultural Indicators for the Comparative Study of Culture, Cultural Indica-*

- tors, Meliskenk G ve ark (1984), An International Symposium, Wien, 11-32.
- Rosengren KE (1989) Medienkultur: Forschungsansatz und Ergebnisse eines swedischen Langzeitprojekts, Media Perspektiven, 6:356-371.
- Schmid JS (1987) Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus, Frankfurt am Main.
- Schneider I (1991) Zur Inhaltsanalyse amerikanischer Serien: Die Ebene der Narration und Akteure, Arbeitshefte Bildschirmmedien, Siegen.
- Schwartz HS ve Struch N (1989) Values, Stereotypes and Antagonism, Stereotyping and Prejudice. Changing Conceptions Bar-Tal ve ark (eds), New York, 151-167.
- Spangenberg MP (1988) TV, Hören und Sehen, Materialität der Kommunikation, Gumbrecht HU ve Pfeiffer K L (eds) içinde, Frankfurt am Main.
- Stephan GW (1985) Intergroup relations, The Handbook of Social Psychology, Gardner L ve Elliot A (eds) içinde, New York, 599-658.
- Stephan GW (1989) A Cognitive Approach to Stereotyping, Stereotyping and Prejudice. Changing Conceptions, Bar-Tal, ve ark (eds), New York, 37-57.
- Stroebe W ve Insko AC (1989) Stereotype, Prejudice and Discrimination: Changing Conceptions in Theory and Research, Stereotyping and Prejudice. Changing Conceptions, Bar-Tal ve ark (eds), New York, 3- 34.
- Tajfel H (1969) Cognitive Aspects of Prejudice, Journal of Social Issues, 25: 79-97.
- Varela J F (1990) Kognitionswissenschaft - Kognitionstechnik. Eine Skizze aktueller Perspektiven, Farnkfurt am Main.
- Virilio P (1989) Krieg und Kino. Logistik der Wahrnehmung, Frankfurt am Main.
- Winkler H (1992) Bilder, Stereotypen und Zeichen. Versuch, zwischen zwei sehr unterschiedlichen theoriетraditionen eine Brücke zu schlagen, Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft 41. ■