

## Yeniliklerin Yayılmasında Sosyal Taklidin ve Kanaat Önderlerinin İşlevsel Önemi: Gabriel Tarde'in Sosyal Taklit Teorisi Açısından Bir İnceleme

Murat S. ÇEBİ\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı, yeniliklerin yayılmasında sosyal taklidin ve kanaat önderlerinin işlevsel önemini anlamak ve yorumlamaktır. Bu konu incelenirken, Fransız sosyolog Gabriel Tarde'in sosyal taklit teorisinden yola çıkılmıştır. Bu incelemede, beş sonuca ulaşılmıştır. Birincisi, toplum bir ruhlar/zihinler arası eylemler ağı veya birbirini etkileyen bir zihin halleri şebekesidir. İkincisi, sosyal taklit toplumu inşa etmekte, korumakta ve sürdürmektedir. Üçüncüsü, yeniliklerin yayılması, otorite ve güç sahibi toplumsal seçkinler ile madunların ruhlar/zihinler arası etkileşimlerine bağlıdır. Dördüncüsü, yeniliklerin yayılması sosyal taklide; sosyal taklit ise zihinler arası etkileşimlere, iletişim ve mekâna bağlıdır. Beşincisi, yenilikler kanaat önderleri denilen toplumsal seçkinler tarafından ortaya çıkarılmakta ve yayılmakta, sosyal hiyerarşide daha aşağı konumda bulunan madunlar tarafından benimsenip taklit edilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gabriel Tarde, sosyal taklit teorisi, kanaat önderleri ve takipçileri, yeniliklerin yayılması.

## Significance and Functions of Social Repetition and Opinion Leaders in Diffusion of Innovations: A Study from the Perspective of Gabriel Tarde's Social Imitation Theory

### Abstract

The purpose of this study is to understand and explain the functional significance of social imitation and opinion leaders in diffusion of innovations. While this subject is examined, have been based on the social imitation theory of French sociologist Gabriel Tarde. In this study, five results have been acquired. The first one is that, society is a network of acts among souls/minds or network of state of minds that affect each other. The second is that social imitation builds, maintains and sustains society. The third one is that the emergence and diffusion of innovations depend on the interactions of souls/minds of the social elites and subordinate people of society. The fourth is that diffusion of innovations depends on imitation and imitation depends on interactions among minds, communication and place. The fifth one is that innovations are brought out, disseminated by social elites called opinion leaders and they are adopted and imitated by subordinates who are at a lower level in social hierarchy.

**Keywords:** Gabriel Tarde, social imitation theory, opinion leaders and their followers, diffusion of innovations.

---

\* Doç.Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi, E-posta: sacebi@gazi.edu.tr

\*\*Yazdığım metnin önceki taslağını dikkatlice okuyup önerilerini yapan meslektaşım Uzman Haluk Ölçekçi'ye candan şükranlarımı sunarım.

## Giriş

Jean-Gabriel Tarde (1843-1904), 19. yüzyıl Fransa'sının en göze çarpan, en saygın ve en güçlü üç sosyoloğundan biri sayılmaktadır. Ancak görüş ve düşüncelerine August Comte ve Emile Durkheim kadar önem verilmediği de ortadadır (Clark, 1969: 1). Sosyoloji alanında varılan bu yargı; siyaset bilimi, kamu yönetimi, psikoloji, hukuk ve iletişim bilimi gibi disiplinler açısından da hâlen geçerli durumdadır. Sosyoloji kaynaklarında bir sosyoloji okulunun kurucusu olarak Tarde'in adından çok söz edilmez. Aynı şekilde Tarde'in görüş ve düşüncelerine beşerî ve sosyal bilimlerin çeşitli dallarında yeterince yer verilmediği de bir gerçektir. Bu bakımdan Tarde'in, istisnalar hariç tutulursa, değeri yeterince anlaşılmamış, hakkı teslim edilmemiş, hatta uzun zamandan beri unutulmaya terk edilmiş bir iletişim sosyoloğu olduğunu söylemek yanlış olmaz. Elihu Katz (2006: 263), Tarde'a yönelik bu akıl tutulması konusunda başından geçen ilgi çekici bir olay anlatmıştır. O sırada Katz, Chicago Üniversite'sinde doktora tezini savunmak amacıyla jüri önüne çıkmıştır. Jüri üyesi Robert Merton, ona Emile Durkheim ile sosyolojinin esasları üzerine söz düellosuna tutuşan bilim adamını sormuştur. Katz, bu soruya hemen o anda cevap verememiştir. Bu yüzden de hayatının daha sonraki dönemlerinde bile üzüntü ve utanç duyduğunu açık yüreklilikle itiraf etmiştir.

Tarde, 1843'te Güney Fransa'nın Dordogne bölgesindeki Sarlat adlı küçük bir kasabada dünyaya gelmiştir. Sarlat ve yakınında 18 yıla yakın yargıçlık yaptığı dönemde, kriminolog sıfatıyla şöhret ve itibar kazanmıştır. Bundan dolayı, Paris'te uzun yıllar görev yapacağı Adalet Bakanlığı Kriminal İstatistik Bürosu'na müdür olarak atanmıştır. Burada bir yandan sosyoloji, psikoloji, felsefe ve kriminoloji alanlarında çalışmalarını sürdürürken, diğer yandan Collège Libre des Sciences Sociales'de ders vermiştir. Hayatının yalnızca son dört yılında Collège de France'de Modern Felsefe Profesörü olarak daimi kadroda çalışmıştır. Gene de Tarde, mesleğini üniversitenin dışında icra eden bir Fransız sosyal bilimciye verilebilecek önemli ve saygın bir sosyal statüye sahip olmuştur (Clark, 1969: 5, 7). Fransa'da, sosyoloji ve felsefe alanlarında bilimsel çalışmalarını sürdürmüştür. Ancak en önemli eseri olan *Taklidin Kanunları* ölümünden ancak bir yıl önce, 1903'de İngilizce'ye çevrilebilmiştir. Buna bağlı olarak Amerikalı sosyolog ve antropologlar, Tarde'in görüş ve düşüncelerini ancak 20. yüzyılın ilk yarısından sonra öğrenebilmişlerdir. Tarde'in özellikle sosyal etkileşim, yeniliklerin yayılması, kitle ve kamu ile ilgili görüş ve düşünceleri, Amerika'da büyük ses getirmiştir. Ancak Tarde, kısa bir süre sonra sadece Amerika'da değil Fransa'da da önemini ve saygınlığını yitirmeye başlamış, sanki unutulmaya mahkûm edilmiştir (Katz, 2006: 263-264).

Tarde'in gözden düşüşüne yol açan en önemli olayın, sosyolojinin esasları üzerine Durkheim ile girdiği şiddetli tartışma olduğu ileri sürülmüştür. Durkheim ile Tarde'in 1902'den 1904'e kadar süren kalem kavgası, âdeta sosyolojizm ile psikolojizm'in çatışmasına benzemektedir. Durkheim, toplumun bireye indirgenerek açıklanamayacağını, aksine bir bütün olarak kavranması gerektiğini savunmaktadır. Buna karşın Tarde, toplumun bireylerden oluştuğu görüşünde ısrar etmektedir. Sosyal yapıyı ve değişimleri belirleyen etkenlerin, toplumsal etkileşimlere yol açan tutumlar, inançlar, değerler, önyargılar ile her bireye özgü davranış, düşünme ve hissetme kalıpları olduğunu söylemektedir. Durkheim bütün dikkatini, dışarıdan bir yerden

dayatılsa bile, davranışı kısıtlayan sosyal normların üzerinde toplamaktadır. Oysa Tarde, bu toplumsal normları sosyal etkileşimlerin ürünü olarak görmektedir (Katz, 2006: 264). Sonunda Tarde, Durkheim ile giriştiği polemiğin mağlubu bir tartışmacı ve Le Bon'un değersiz bir selefi gibi görülerek akademik dünyadan saf dışı edilmiştir. Üstüne üstlük Tarde, olgunluktan uzak bir felsefe heveslisi ve edip taslağı damgası vurularak aşağılanmaya çalışılmıştır. Tarde ile ilgili bu yanlış ve isabetsiz yargılar, çok defa sudan sebep ve bahanelerle abartılıp çarpıtılarak gerçekmiş gibi sunulmuştur (Clark, 1969: 1). Tarde'in akademik camiada görmezlikten gelinmesi ve unutulması, ayrıca sosyal teorisini geliştirirken seçtiği (Katz, 1999: 148) ve yerinde kullanmadığı taklit kavramı ile ilişkilendirilmektedir (Katz, 2006: 264). Taklit terimi, Tarde'in sosyal taklit teorisini inşa ederken yararlandığı kavramsal alet çantasının en önemli parçasıdır. Bu konuda Tarde, taklit terimini daha geniş kapsamlı etki terimine yeğlemekle eleştirilmektedir (Katz, 1999: 148). Taklit terimi, aslında gerçekte daha kullanışlı ve uygun bir kelime olan etki'ye göre zihinde çok daha kuvvetli çağrışımlar uyandırabilecek niteliktedir. Ancak Tarde, taklit terimini üzerinde fazla düşünmeden, aceleyle kullandığı izlenimi uyandırmaktadır (Katz, 2006: 264).

Tarde'in görüş ve düşünceleri, yukarıda açıklanan nedenlerden dolayı, beşerî ve sosyal bilimlerin çeşitli disiplinlerinde ara sıra, kısmen ve üstünkörü ele alınmıştır. Ancak 50 yıl sonra Terry Clark (1969) ve Sergei Moscovici (1985) gibi düşünce tarihçileri, Tarde'in fikir dünyasının kapısını yeniden aralamışlardır. Tarde'in çalışmaları, ayrıca Lazarsfeld ve meslektaşları (1944) ile Berelson ve meslektaşlarının (1954) gerçekleştirdiği araştırmaların sonuçlarının Katz ve Lazarsfeld'in yayımladığı *Kişisel Etkiler* (1955) adlı eserde aktarılmasıyla, önemini bugün bile yitirmemiş Columbia Üniversitesi'nin öncü seçim araştırmalarına esin kaynağı olmuştur. İletişim araştırmaları alanında gerçekleştirilen bütün bu çalışmalarda imzası olan araştırmacılar, ima ettiği 'İki Aşamalı İletişim Akışı'na, geliştirdiği kavramlara, önerdiği düşünce ve görüşlere sahip çıkarak Tarde'a saygı gösterisinde bulunmuşlar, bağlılıklarını bildirmişler ve âdeta biat etmişlerdir (Katz, 2006: 263).

Tarde'in yeniliklerin yayılması ile ilgili görüş ve düşünceleri, kişiler arası sosyal ağlar, kamuoyu, kişiler arası etkiler ve kamusal alan ile ilişkilendirilerek incelenmiştir (Katz, 2006). Bu bağlamda Tarde'in, Yeniliklerin Yayılması Araştırmaları'na esin kaynağı olduğu iddia edilmektedir (Marsden, 2000: 64; Katz 2006: 266). Hatta Tarde, Yeniliklerin Yayılması Araştırmaları'nın kurucu babası olarak görülmektedir (Kinnunen, 1996). Katz (1999), Sorokin ve Tarde'in yayılma sürecine ilişkin görüşlerini incelediği çalışmasında; kamuoyu fenomenini bir yayılma sorunu olarak ele almış, Tarde'in ampirik kamuoyu ve kitle iletişimi araştırmalarının kurucu babalığına adaylığını desteklediğini bir kez daha açıkça bildirmiştir. Bundan dolayı Tarde'in Everett Rogers'in geliştirdiği *Yeniliklerin Yayılması Teorisi*'nin unutulmuş atası sayılması da, yerinde bir yargıdır (Katz, 1999: 147).

Tarde'in iletişim sosyolojisinin unutulmuş kurucu atalarından biri olduğu ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı görüş ve düşüncelerinin yeniden irdelenmesi gerekmektedir. Böyle bir çaba politik iletişim, yeniliklerin yayılması, kişiler arası sosyal ağlar, kamuoyu, kolektif eylem ve kamusal alanla bağlantılı müzakereci demokrasi gibi konularda gerçekleştirilecek yeni araştırmalara kısa bir süre içinde hız ve yoğunluk kazandırabilecek, birçok bakımdan ışık tutabilecektir (Katz, 2006: 263). Bu çalışmanın

amacı esas olarak, sosyal taklidin ve kanaat önderlerinin yeniliklerin yayılmasında üstlendiği işlevleri ortaya çıkarmak, anlamak ve yorumlamaktır. Konu, Tarde'in sosyal taklit teorisi açısından ele alınacaktır. Bu yüzden önce, Tarde'in sosyal taklit teorisi ayrıntılı olarak incelenecektir. Sonra, sosyal taklit sürecinde kanaat önderleri ile yeniliklerin yayılması arasındaki bağlantılar açığa çıkarılmaya çalışılacaktır. Böyle bir çaba, iletişim sosyolojisi açısından önemli görülmektedir. Böylece Tarde'in yeterince üstünde durulmayan yeniliklerin yayılması ile sosyal taklit ve kanaat önderleri arasındaki ilişkileri açıklayan görüş ve düşüncelerini görünür ve bilinir kılabilecek bir düşünce zemini ve iklimi oluşturulabilecektir. Öte yandan bu yönde harcanacak bir çaba, deyim yerindeyse Tarde'in küllerinden yeniden doğmasına büyük katkı sağlayacaktır. Bu şekilde Tarde, beşerî ve sosyal bilimlerde hak ettiği saygınlığını yeniden kazanabilecektir.

### **Tarde'in Sosyal Taklit Teorisi**

Tarde, evren ve toplumdaki bütün fenomenlerin üç tipe indirgenebileceğini öne sürmektedir: a) Taklit veya tekrarlama b) Karşı koyma veya çatışma c) Uyum veya buluş (Ellwood, 1901: 723). Tarde'in sosyal taklit teorisi, Weberci anlamda değerden arınmış, zihinde tasarlanmış bu üç ideal tip aracılığıyla inşa edilmiştir (Clark, 1969: 21). Buna göre; ilk önce, bir kimsenin zihninde beliren yeni bir fikir, inanç veya tutum gerekli koşullar varsa, toplumda başkaları tarafından taklit edilerek yaygınlaşmaktadır. Her buluş, tıpkı durgun suya atılmış bir taşın oluşturduğu art arda gelen dalgalar gibi tekrarlanarak toplum denizinde yayılmaktadır. İkinci aşamada, bu taklit dalgası yayılmakta olduğu toplumda başka bir buluş merkezinden dağılan diğer bir taklit dalgasına rastlarsa, sosyal dirençle karşılaşmaktadır. Bu karşı koyma durumu, eski çağlardan kalma buluşların sürüp gitmesini anlatan gelenek ile yeni zamanlarda ortaya çıkan buluşların taklidi anlamına gelen moda arasında oldukça göze çarpmaktadır. Zaten, zamanından önce meydana çıkan bir buluşa her zamanki alışkanlıklarla karşı çıkılmaktadır. Böylece taklit, yeni bir çatışmaya yol açmaktadır. Son aşamada daha kuvvetli, dayanıklı, baskın ve dirençli olan taklit dalgası diğerine üstünlük sağlamaktadır. Taklit dalgaları, aynı kuvvette ve birbirleriyle bağdaşamayacak durumda iseler, o zaman birbirlerini yıpratıp güçsüzleştirerek yok etmektedirler. Biri güçlü, diğeri güçsüzse, o zaman kuvvetli zayıfı ortadan kaldırmaktadır. Farklı ve çeşitli taklit dalgaları birbiriyle kaynaşıp bağdaşırlarsa, yeni bir buluş yaratmaktadırlar (Topçuoğlu, 1961: 179).

Tarde, bütün sosyal ilişkilerin ortak özelliklerini kapsayan ve dolayısıyla her sosyal olguya uygulanabilen kusursuz bir sosyal teori kaleme almayı tasarlamıştır (Borch, 2005: 83). Çünkü sadece böyle bir sosyal teori, yaşayan, nesli tükenmiş veya akla gelebilecek bütün canlılar için geçerli olan genel fizyoloji kanunları gibi, önceki, şimdiki ve gelecekteki her topluma uygulanabilir (Tarde, 1903: ix-x). Oysa bir eylem teorisi, böyle bir amacı gerçekleştiremez. Zaten Tarde, büyük adamların erdem ve hünerlerine, metodolojik bireyciliğe (Borch, 2005: 83) ve bütüncülüğe (Brighenti, 2010: 291) dayanmanın bu amaca ulaşmada yetersiz kalacağını savunmaktadır. Bu yüzden, benliğin sosyal kaynaklarını incelediği "*Taklidin Kanunları*" adlı eserinde (Glenn, 1998: 63), taklit kavramına dayanan kapsamlı bir sosyal teori geliştirmiştir. Bu

sosyal taklit teorisinin çıkış noktası, evren bilimdeki ‘Genel Tekrar Teorisi’dir (Borch, 2005: 83).

Tarde (1903: 11), fizikî dünyanın titreşim, organik dünyanın kalıtım, sosyal dünyanın ise taklit yoluyla tekrarlanması bakımından birbirinden ayrıldığını belirtmektedir. Bu nedenle taklidi en önemli hayat kudreti; fizikî, organik ve sosyal dünyaları oluşturan ve sürdüren bu üç büyük genel tekrarlanma yönteminden biri saymaktadır. Taklit sürecini, insan zihninin dışında cereyan eden birtakım olağan veya tarihî tekrarlara ve düzenli sıralanmalara benzetmektedir. Tarde’a göre, belirli olay tipleri gerek fizikî dünyada, gerek canlı varlıkların hayatında, gerek toplumda sonsuz bir şekilde tekrarlanmaktadır. Fizikî dünyadaki tekrarlanma, evrende bir takım dalgalanmalar şeklinde gerçekleşmektedir. Canlı varlıkların dünyasındaki tekrarlanma, bir bireyin köklü olarak değiştirilemeyen özelliklerinin kendi soyundan gelen bireylere geçmesi olarak tanımlanan kalıtım olgusunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal dünyadaki tekrarlanma ise; bireyde alışkanlıklar, toplumda gelenekler ve çeşitli kurumlar halinde görünen taklitlerle fark edilmektedir (Topçuoğlu, 1961: 178). Tekrarlanma, cansız kütleler arasındaki titreşimlerden canlı hayatın bünyesindeki kalıtıma, kendi kendine bulaşan salgınlara kadar her şekilde dünyadaki buluş veya yeniliklerin ortaya çıkması ve yayılmasına yol açmaktadır (Mazzarella, 2010: 722).

Buluş, Tarde’in, sosyal taklit teorisinin inşa ederken yararlandığı önemli kavramlardan biridir (Borch, 2005: 83). Tarde (1903: 2), buluş terimini keşif ve yenilik terimleriyle eş anlamda kullanmaktadır. Buluş veya keşfi; önceki bir yenilikten türetilen, önemsiz de olsa herhangi bir yenilik veya iyileştirme olarak tanımlamaktadır. Buluşlar, sosyal eylemlere dayanak oluşturan, yeni düşünceler veya davranışlarda açığa vurulan özgün girişimlerdir (Davis, 1906: 17).

Tarde, taklit ile buluş arasında kesin bir ayırım yapmıştır. Tarde’a göre taklit, bir sosyal olgudur. Oysa bir buluşun sosyal olgu niteliği kazanması, taklit edilmesine bağlıdır (Borch, 2005: 82). Bu nedenle Tarde, taklit yoluyla aktarılan, propagandası yapılan ve yayılan her şeyi sosyal olgu olarak nitelemektedir (Park, 1921a: 421). Tarde’in gözünde buluşlar, saf olarak yalnızca şahsi mantığın içinde gömülü vaziyettedir. Bu yüzden bir buluş, ancak taklit edildiği zaman sosyal nitelik kazanmaktadır (Borch, 2005: 83). Taklit edilmeyen bir buluş, toplumda etkili olamaz (Tarde, 1903: 150). Çünkü bir insanın zihninde beliren ve aniden kaybolan bir düşünce, toplumu etki altına alamaz. Tarde’a göre, bu fikir ancak başka insanlara aktarıldığı, bunlardan her biri bu fikri benimseyip taklit ederek yaydığı zaman, topluma nüfuz etmektedir (Davis, 1906: 9). Bu bağlamda; özgür iradesiyle kendi kendine karar veren, akıl yürütme ve düşünme yeteneğine sahip, bilinçli, kendi kendini idare edebilen, aklın yol göstericiliğini tanıyan failer olduğumuzu iddia edebiliriz. Ancak Tarde, bireylerin sadece dolaşıma giren itkiler arasında çarpışma, mücadele, çatışma, uyuşmazlık, kırılma, büyüme ve genişlemelerin ortaya çıktığı bir toplum ve kültür bünyesinde dalga dalga ilerleyen taklit halkalarının yayılmasıyla harekete geçen bir sosyal ağın yankı yapan düğümleri olduğunu öne sürmektedir (Mazzarella, 2010: 722). Bu sosyal ağın ilmeklerini oluşturan bireylerin zihinsel etkileşimleriyle gerçekleşen taklit eylemi, buluşların toplumda yayılması için vazgeçilmez bir önkoşuldur (Tarde, 1903: 3). Buluşlar, çeşitli taklit dalgalarının birbirine çarpması ve

yeni taklit terkiplerinin oluşmasıyla genellikle kestirilemez ve rastlantısal şekillerde ortaya çıkmaktadır (Mazzarella, 2010: 723).

### **Zihinler Arası Etkileşimler Ağı Olarak Toplum**

Tarde, çağdaşı Durkheim'ın bayraktarlığını yaptığı pozitivist sosyolojinin toplum anlayışından farklı bir toplum yaklaşımı geliştirmiştir. Durkheim'ın bireyin üstünde ve dışında olarak kavramlaştırdığı toplum görüşünün aksine Tarde, bireyin içindeki toplumu ve özellikle toplumun içindeki bireyleri keşfetmeye, anlamaya ve açıklamaya çalışmaktadır. Tarde'nin toplum anlayışı bireyin mikro, toplumun da makro olarak kavrandığı bir hiyerarşiye dayanmaz. Aksine toplumun özünü bireylerin önceden kestirilemez karşılıklı sınırlılık, etkileşim ve davranışlarla belirlenimini yansıtan bir heterarşinin oluşturduğunu savunmaktadır (Yetişkin, 2010: 9-10).

Tarde'nin sosyal taklit teorisi; toplumun inşasında zihinler arası etkileşimler ile kurulan, yani değiştiren öznenin değişen özneye yönelik davranışının birincinin zihnî durumunu ikincide yansıtması ile oluşan ve sağlamlaştırılan bir sosyal bağa vurgu yapmaktadır. Tarde'nin fikrine göre bu sosyal bağ, öncelikle zihinler arası eylemlerden, daha doğrusu sosyal etkileşimlerden doğmuş bir uyuma dayanmaktadır. Bu bakımdan toplum, belirli bir zihin birliği anlamına gelmektedir. Ancak bu birlik, hiçbir zaman mükemmel düzeyde değildir. Bundan dolayı toplum, birbiriyle mümkün olduğu kadar az çelişen veya zıtlaşan kararlar ve tasarılar topluluğudur. Hatta toplum, kendisini oluşturan zihin hallerinin aynı beyinde toplanmak yerine çok sayıda farklı beyine dağıldığı bir hayalî topluluktur (Tarde, 2004: 8-9). Toplum, birbirine karşı eylemler sergileyen bir ruhlar/zihinler arası etkileşimler/eylemler ağı, birbiri üzerinde etkili olan zihin halleri dokusu veya şebekesidir. Her ruhlar/zihinler arası etkileşim/eylem, biri diğerini etkileyen, biri diğerini eğiten veya yönlendiren, biri konuşan biri dinleyen; kısacası, biri diğerini özüne dokunmadan bir söz veya tavırla karşılıklı veya karşılıksız değiştiren iki insanın sosyal ilişkisine dayanmaktadır (Tarde, 2004: 8). Tarde'nin fikrine göre toplum, birbiriyle sosyal ilişki kuran ve etkileşime giren zihinlerin ürünüdür (Hughes, 1961: 555). Toplum, ne dış kuvvetlerin etkisi altında kalan bir “sosyal organizma”, ne bir “kolektif benlik”, sadece etkileşime giren bir dizi benzer zihinden oluşmaktadır. Bu yüzden Tarde'nin psikolojiye dayanan sosyal taklit teorisi, tekil zihinleri değil, zihinler arası ilişki tarzlarını ve etkileşim kalıplarını incelemektedir (Davis, 1906: 7-8). Latour (2001: 4, 7), Tarde'nin toplum anlayışını şöyle açıklamaktadır: Toplum, bireysel monadlardan daha yüce ve daha karmaşık bir yapı olarak görülemeyeceği gibi, birbirinden ayrı beşerî faillere de toplumu oluşturan esas unsur gözü ile bakılamaz: Bir beyin, bir zihin, bir beden; daima her biri farklı inanç ve arzulara sahip ve dünyaya ilişkin kendi bütüncül yorumlarını yaymaya çalışan çok küçük şahsiyetlerin veya faillerin çokluğundan meydana gelmiştir. Büyük olan veya bütün olan toplum, küçük veya az olan birey veya parçadan, Tarde'nin deyişiyle monaddan üstün değil, yalnızca kendi bakış açısını diğerlerinin paylaşmasını veya benimsemesini sağlamayı başarmış olan parçalardan biriyle ilgili niyetin daha basit ve standart hale getirilmiş biçimidir.

Tarde'nin sosyal taklit teorisi, özünde psikolojik bir bakış açısına dayanmaktadır. Sosyal taklit teorisine göre, insan hayatını anlamak ve toplumu açıklamak için, insan

zihinlerinin ne şekilde davrandığını ve birbirini nasıl etkilediğini kavramak gerekmektedir (Davis, 1906: 7-8). Tarde'nin fikrine göre, bireylerin zihin hallerini, ruhlar/zihinler arası etkileşimlerini göz önünde bulundurmadan sosyal olayları anlamaya ve yorumlamaya çalışmak, peşinen başarısızlıkla sonuçlanacak bir girişimdir. Çünkü, bireylerden başka bir sosyal gerçeklik yoktur. Öte yandan, toplum kendisini oluşturan, bir araya getiren insanların üstünde veya dışında bulunan bir varlık değildir. Üstelik bu tür bir sosyal birlikteliğin zihniyeti, ruhu bile kendisini oluşturan bireylerin zihinlerinde tekrarlanan psikolojik süreçler yoluyla oluşmaktadır (Topçuoğlu, 1961: 176).

Zihinler arası etkileşim sürecinde telkin ve taklit ilişkisinin açığa çıkarılması çok önemlidir. Çünkü bir zihnin diğeri üzerindeki etkisi, ancak hipnotize edici bir etkiyle cereyan eden telkin-taklit süreçlerinin incelenmesiyle kavranabilir. Zihinler arası etkileşimler, bir kişinin açıkladığı özgün bir fikri veya sergilediği bir davranışı diğeri kişilerin fark etmesi, tekrar etmesi ve yaymasıyla kendini göstermektedir (Tarde, 1899: 38-39). Telkin ve taklit olguları, ancak sosyal taklit ve hipnotize edici telkinin karşılaştırılmasıyla anlaşılabilir. Bu bağlamda Tarde (1903: 77), sosyal taklidi hipnotize edici telkine; yani sözle, bakışla, benimsetmeyle sağlanan uyku durumuna benzetmektedir. Tarde'a göre sosyal taklit, hipnoz durumu gibi sadece zihinde canlandırılan ve gerçekleşmesi özlenen bir imge değildir. Sosyal taklit, duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan bir benzeri veya bir görüntüsü, zihinde tasarlanan veya bilinçte beliren bir buyruk ve bir eylemdir. Hem hipnoz halindeki uyurgezer insan hem de taklitçi sosyal insan, kendilerine telkin edilen ve zihinlerinde belirli bir izlenim bırakan bütün düşünce, inanç, arzu ve davranışların yol açtığı bir yanılısamın güçlü etkisi altındadırlar.

### **Toplumun Kurucu Unsuru Olarak Sosyal Taklit**

Tarde (1903: 68), toplumu, birbirini taklit etmeye eğilimli bir insan topluluğu olarak tanımlar. Bu topluluğu oluşturan insanlar arasındaki birbirini taklit etme davranışı olmaksızın toplumsal yaşamın olamayacağını ifade eder. Bir başka deyişle ister geçmişte isterse günümüzde toplumsal yaşamın temelinde taklit olgusunun belirleyici olduğunu belirtmek ister. Bu bakış açısına göre toplumun ayırt edici özelliği, taklittir (Davis, 1906: 9). Tarde (1903: xiii, xiv), taklidi, fotoğraf çekme metaforunu kullanarak "bir zihnin diğeri bir zihne yönelik belli bir mesafede sergilediği bir eylem" ve "diğeri zihnin hassas tabakası üzerindeki bir zihinsel imajı adeta fotoğraf biçiminde kopyalama, yeniden üretme eylemi" olarak tanımlamaktadır. Taklit, bireyler sosyal etkileşim süresince "istençli veya istençsiz, edilgen veya etkin" durumda olsunlar, "zihinler arası görüntüleme ile ilgili bir izlenim"dir. Taklit, her zaman görülenden, olağandan farklı, nitelikleri bakımından benzerlerinden ayrı ve üstün olan bir buluş ya da yenilik özelliği taşıyan özgün girişimlerin aktarılması ve yayılmasıdır (Davis, 1906: 9). Tarde (1903: 17), sosyal taklit sürecini betimlemek amacıyla aşağıdaki benzetmeyi yapmaktadır: Durgun bir suya bir taş düştüğünde, bu taşın oluşturduğu dalga, bir engelle karşılaşınca kadar su havzasının sınır hatlarına doğru düzenli aralıklarla daire şeklinde hareket ederek kendini tekrar etmektedir.

Tarde taklidi, doğadaki diğer etkenlerden yalıtılmış ayrı bir sosyal olgu olarak değil, Genel Tekrarlanma Kanunu'nun parçası saymaktadır (Kinnunen, 1996: 433). Tarde'a (1903: 34) göre taklit; temel, başat ve kalıcı bir sosyal olgu, sosyalliğin, bir arada yaşamanın ölçütü veya şartıdır (Ellwood, 1901: 722). Tarde, Freud'un daha sonraları farklı bir kavramlaştırmayla özdeşleşme olarak adlandırdığı taklidi (Park, 1938: 188; Glenn, 1998: 75), sosyal gelişmenin genel gidişini, benliğin oluşumunu anlamak için bir araç (Glenn, 1998: 63), önemli bir sosyal ve kültürel süreç gibi görmektedir (Park, 1938: 188). Taklit, buluşların toplum tarafından benimsenmesini ve topluma nüfuz etmesini sağlayan önemli bir sosyal eylem ve sosyalleşme eylemidir (Davis, 1906: 17). Bundan dolayı da nerede taklit varsa orada toplum veya bir toplum başlangıcı vardır. Taklidi doğuran, sürekliliğini sağlayan ve ona yön veren güç, arzu ve inançlardır. Taklitlerin iletilmesi ve yayılması ise, bireylerin zihinsel etkileşimlerine bağlıdır (Topçuoğlu, 1961: 177).

Tarde'min düşüncesine göre, bir toplumun veya kültürün bünyesinde paylaşılan birçok davranış ve inanç, taklit yoluyla benimsenir. Taklit, bir toplum ve kültür boyunca inanç ve davranışları yayabilen etkili bir güçtür (Baller ve Richardson, 2002: 873-874). Buradan hareketle Tarde (1903: 87) toplumun taklit, taklidin ise bir uyurgezerlik türü olduğunu ileri sürmektedir. Hatta taklidin tek başına toplumu inşa ettiğini belirtmektedir (Ellwood, 1901: 722). Tarde'a göre taklit, tek başına toplumu var eden bir süreçtir. Toplum, taklit ile vücut bulmaktadır (Park, 1921b: 10). Modern toplum, bir kişinin düşünce veya davranışının zihinler arası ilişkiler veya etkileşimler yoluyla başka zihinlerde yansımaları, diğer kişiler tarafından taklit edilmesiyle oluşmaktadır (Tarde, 1899: 47). Hatta Tarde'min gözünde toplum, taklit'ten başka bir şey değildir (Tarde, 1903: 74; Boodin, 1913: 7). Bu önermeden anlaşılacağı üzere Tarde, sosyolojinin görevini sosyal taklidin kanunlarını incelemekle sınırlamaktadır (Howard, 1912: 37). Ancak, toplumu taklide indirgemek dâhiyane bir fikir olsa bile, toplumu açıklamakta yetersiz kalmaktadır (Alin, 1902: 82).

### **Sosyal Taklidin Yasaları**

Tarde (1903: 115)'a göre sosyal taklidin en temel kanunu; bir buluşun taklit edilir edilmez kesinti olmaksızın tüm yönleri geometrik bir ilerlemeyle bulaşması ve yayılmasıdır. Tarde (1903: 141), taklitlerin iki tür sosyal kanunun etkisi altında gerçekleştiğini belirtmektedir: a) Akla uygun taklit kanunları b) Akla uygun olmayan taklit kanunları. Tarde'min rasyonel taklit kanunları akıl, mantık, etrafıca ve derin düşünceden güç alırken; mantığın dışındaki taklit yasaları intibalara, duygulara ve itibar arzusuna dayanmaktadır.

İlk rasyonel taklit kanununa göre buluşlar, bir tanesinin kabul edilmesi diğerinin reddini gerektiren bir mantıksal düelloda birbirleriyle çarpışmakta, rekabet ve mücadele etmektedirler (Tarde, 1903, xix, 154; 1912, 397). İkinci rasyonel taklit kanuna göre, gündelik hayatın bütün alanlarında gerçekleşen bu yaygın düello devam ederken, buluşlar mantıksal kavrama ya da amaçsal birleşme yoluyla birbirine daha çok kaynaşırlar ve böylece güçlenirler (Tarde, 1903: xix, 154, 173; 1912: 397). Akla uygun taklit kanunları, bir buluşun sadece rakiplerinin herhangi birinden daha doğru ve daha yararlı olduğu kararına varılmasıyla taklit edildiğine vurgu yapmaktadır (Tosti,



1897: 492). Akılcı taklit kanunları, belirli bir kültürdeki rasyonel bakış açılarıyla örtüşen mantığa uygun buluşların, mantığa uygun olmayanlara göre daha çabuk ve kolaylıkla yayıldığı düşüncesinden güç almaktadır (Kinnunen, 1996: 434).

Mantığın dışındaki ilk taklit kanununa göre, taklit içerden dışarıya (Tarde, 1903: 194) ya da kişinin içinden dışına doğru cereyan eder (Tarde, 1903: 199). İnsanlar, sadece görünüşte sosyal hiyerarşide üstün konumda olan seçkinleri taklit etmeye başlamaktadırlar. Gerçekte sosyal taklit, ruhsal ve zihinsel nitelikteki içsel özelliklerin içselleştirilmesi, özümsemesi ya da benimsenmesiyle başlar. Sözelimi dogmalar, törenler ve seremonilerden önce aktarılır; fikirler anlatımlardan, amaçlar araçlardan önce sirayet eder (Tarde, 1903: xviii, 189-213). Bir başka ifadeyle, fikirlerin taklidi onların dile getirilmesinden; amaçların taklidi araçların taklidinden önce gelir. Amaçlar veya fikirler içsel, araçlar veya anlatımlar dışsal şeylerdir. Ezeli amaçlara ulaşmak ya da ezeli istekleri tatmin etmek için, yeni araçlar ya da önceki fikirlere uygun yeni bir anlatım gibi görünen her şeyi başkalarından taklit etme eğiliminden söz edilebilir. Sadece bu yeni şeyler, bu yeni amaçlar, yeni tür tüketim ihtiyaçları bizi etkisi altına almakta, tutsak etmekte ve sözü edilen araçlar veya anlatımlardan çok daha kolaylıkla ve hızlıca bize kendi propagandalarını yapmakta ve sirayet etmektedirler (Tarde, 1903: 207). İnsanlar arasındaki eşitsizliğin artmasına ve toplumsal bir hiyerarşinin oluşumuna gönderme yapan mantığın dışındaki ikinci taklit yasası, toplumda saygın ve güçlü konumda bulunan seçkinlerin madunlar tarafından taklit edildiğini söylemektedir (Tarde, 1903: 213-214). Tarde'nin bu yasası; bir toplumda her bakımdan alt ve aşağı konumda bulunan, otoriteye, iktidara, güce ya da egemenlere bağımlı olan, ezilen, mağdur, mağrur ve mazlum kişilerin ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel sermayeleri güçlü olan seçkinleri taklit etmesi şeklinde işlemektedir. Tarde'nin ifadesiyle, "fırsat verildiğinde bir asil her zaman ve her yerde kral veya imparatorlarını; halktan sıradan bir kişi ise benzer şekilde fırsat verildiğinde kendi soylularını taklit edecektir" (Tarde, 1903: 217). Bu yasaya göre, bir toplumda madun konumda bulunanlar egemenler tarafından değil, toplumsal seçkinler büyük ölçüde madunlar tarafından taklit edilmektedir. Gelenekçi toplumlarda taklidin önemli aktörleri önceleri soylularken, modern toplumda taklit alanları veya mekânları olarak büyük kentler ve özellikle başkentler öne çıkmıştır (Tarde, 1912: 326). Ancak Tarde'nin anladığı anlamda modern toplumlar, seçkinlerden madunlara doğru aksi yönde büyük bir taklit etme özgürlüğü tanımaktadır. Taklidin her iki türü, Tarde'nin yüz yüze ya da karşılıklı ilişkiye indirgediği bütün sosyal ilişki türlerinde görülmektedir: Sosyal statü, görev, rütbe, makam, unvan farkları ne olursa olsun; uzun süre bir arada bulunan iki insandan biri diğerini daha çok, diğeri daha az taklit etse bile, taklit süreci her zaman etkileşime açık bir şekilde karşılıklı cereyan etmektedir (Tarde, 1903: 215).

### **Sosyal Taklidin İletişim ve Mekâna Bağlı Olması**

Tarde, sadece sosyal taklide ilişkin bir mikro sosyoloji teorisi geliştirmek için büyük çaba harcamamış, yanı sıra yekpare bir iletişim sosyolojisi formüle etmeyi tasarlamıştır. Tarde'nin önerdiği ya da ima ettiği iletişim sosyolojisini besleyen iki ana damar vardır: 1) Esas olarak iletişim kavramına dayanan bir sosyoloji, 2) Belirli iletişim biçimlerinin kentsel ve kırsal alanları da kapsayan çeşitli sosyal ortamlarda

nasıl değiştiği, dönüştüğü ve farklılaştığına ilişkin bir sosyoloji. Ancak Tarde, taklit üzerine kaleme aldığı en önemli eseri olan *Taklidin Kanunları*'nda, iletişim ve taklit arasındaki bağlantıları bütün çıplaklığıyla gözler önüne sermemiştir. İletişim konusunu, sohbet üstüne kaleme aldığı sonraki yazılarında ele almıştır (Borch, 2005: 86). Bu yazılarında sohbeti, insanların birbirine dikkat kesildikleri, diğer sosyal ilişkilerin herhangi birinden daha derinlemesine birbirine nüfuz ettikleri, zihinsel uyanıklığın en üst aşaması olarak tanımlamaktadır. Sohbet; taklidin, duygu ve düşünceler ile davranış kalıplarının yayılmasının en güçlü aracıdır. Öte yandan sohbet, kamusal tartışma ve müzakerelerin gerçekleşmesi için gerekli toplumsal koşulları hazırlamaktadır. Böylece sohbet, insanları kasıtsız olduğu kadar karşı konulamaz bir konuşma eylemi aracılığıyla iletişim kurmaya zorlamaktadır (Tarde, 1898: 308).

Tarde, iletişim ve zihinlerin etkileşimi üstüne düşünen ve araştırmalar yapan öncü sosyologlardan biri sayılmaktadır (Hughes, 1961: 557). Ama Tarde'in geliştirdiği sosyal taklit teorisi, daha çağdaş sosyal teorilerle karşılaştırıldığında iletişim konusunda nadiren ayrıntılara girmektedir. Örneğin ünlü Alman sosyolog Niklas Luhmann, iletişimi sosyal sistemlerin kendi kendilerini oluşturmaları açısından vazgeçilmez bir araç olarak görmektedir. İletişim, anlam üreten sosyal sistemlerin en önemli unsurudur. Luhmann'ın gözünde kendi kendini oluşturan tüm sosyal sistemler, gerçekte iletişim sistemleridir. Çünkü iletişim, sosyal bir olgudur. Bundan dolayı toplum, gerçekte iletişimden başka bir şey değildir. Dahası insanlar değil, sadece iletişim iletişimin kurulmasına yol açmaktadır. Bilinç sistemleri ve sosyal sistemler, birbirlerinin çevresini oluşturan ve kendi kendilerini yeniden üreten autopoietik sistemlerdir. Kendi kendine gönderme yapan bilinç ve iletişim işlemleri arasında kalıcı örtüşmeler yoktur. Her iki sistem, işlem bakımından dışa kapalıdır. Fonksiyonlarını kendi kendilerini oluşturacak ve düzenleyecek şekilde yerine getirmektedirler. Böylece, kendi kendilerini tekrarlayacak şekilde bilinç bilince, iletişim iletişime bağlanmakta ve eklemelenmektedir. Ancak bu işlemsel kapanma, bilinç sistemlerinin ve sosyal sistemlerin tamamen birbirinden bağımsız, yalıtık olduğu anlamına gelmez. Aksine Luhmann, her bir autopoietik sistemin karmaşıklığını hangi yolla diğerinin tasarrufuna bıraktığına; böylece karşılıklı evrime, daha doğrusu birlikte evrime olanak sağlandığını ima eden, birbirinin içine geçme kavramı üzerinden her iki sistemin karşılıklı ilişki kurduğuna, etkileşime girdiğine vurgu yapmaktadır. Oysa Tarde, Luhmann gibi toplumun kendi kendini oluşturması ve düzenlemesi açısından iletişime çok fazla önem vermemektedir. Sadece taklit ve iletişim arasındaki çetrefil ilişkilere odaklanan bir araştırma gündemi sunmaktadır (Borch, 2005: 84-86).

Tarde, geliştirdiği sosyal taklit teorisinde üç kavramı eş anlamda kullanmaktadır: Toplum=karşılıklı zihinsel ilişki=taklit. Tarde'a göre en önemli sosyal olgu, iletişim ya da zihinlerin karşılıklı değişmesidir. İletişim ya da zihinlerdeki karşılıklı değişimin temel özelliği, taklitçiliktir. Taklitçi olmak, basit bir anlatımla; bir kimsenin eylemlerinin diğer zihinlerle kurduğu iletişime, daha doğrusu etkileşime dayanması demektir (Davis, 1969: 91). Tarde, bu bağlamda taklit terimini, tüm sosyal iletişimi kuşatacak şekilde kullanmaktadır (Boodin, 1918: 724). İletişimi, kültür formları ve unsurlarının yayılması olarak tanımlamakta (Park, 1921a: 421), sosyal taklit açısından iletişimin önemine dikkat çekmektedir (Borch, 2005: 82). Tarde'a göre, zihinler kesinlikle birbirine benziyorsa, aralarındaki iletişim mükemmelse, yeni bir tecrübe

veya düşünce, iletişim kuran zihinler arasında çabucak yayılmaktadır. Oysa, zihinler arasında ortaya çıkan bir iletişim boşluğu veya gediği, sosyal taklidi engellemektedir (Tarde, 1903: 115). Bundan dolayı Tarde, iletişimi toplumsal hayatın önde gelen ve önemli bir olgusu saymaktadır (Park, 1921a: 421). Dili, yani Saussure'ün deyimiyle sözü (parole) insan iletişiminin en güçlü ve vazgeçilmez aracı olarak görmektedir (Tarde, 1903: 263). Luhmann'ın işlevsel-yapısal sistem teorisine dayanarak iletişim gibi taklidin taklit üzerinde inşa edildiğini söyleyebiliriz. Taklit taklide bağlanmakta, eklemelenmektedir. Ancak taklit, iletişim aracılığıyla gerçekleşmektedir. İletişim, taklitlerin topluma yayılmasının en önemli aracıdır. Bir başka deyişle iletişim, sosyal taklidin gerçekleşmesi, buluş veya yeniliklerin ani ve hızlı biçimde tekrar edilerek topluma yayılmasının vazgeçilmez koşuludur (Borch, 2005: 85).

Tarde, iletişim ve mekânsallığı göz önünde bulunduran kusursuz bir sosyal taklit teorisi geliştirmek için büyük çaba harcamıştır. Tarde'in iletişim kavrayışının oluşmasında, mekânsallık ve şehirleşmenin önemi büyüktür. Tarde'a göre modernitede şehirler, özellikle metropoller gerçek iletişimin kurulduğu, taklitlerin gerçekleştiği ve yayıldığı mekânlardır (Borch, 2005: 82, 88). Modern toplumda cemaatin yerine cemiyet geçmiş; şehirler ve ana kentler cemiyetleşme sürecini hızlandıran taklit mekânları olarak billurlaşmışlardır. Piskoposlar ve soylular, keşişler ve şövalyeler, manastırlar ve şatolar yerlerini; bir başkent çevresinde toplanan gazetecilere, yazarlara ve bankerlere, artistlere ve politikacılara, tiyatrolara, bankalara, alışveriş merkezlerine, apartmanlara, hükümet binalarına ve diğer anıtlara bırakmışlardır (Tarde, 1903: 225). Moderniteye geçiş ile birlikte geleneksel soylular, taklit üretme kapasitesini kaybetmiştir. Bu, kesinlikle taklit sürecinin son bulunduğu veya taklidin yönüne ilişkin kuralın geçerliliğini kaybettiği anlamına gelmemektedir. Taklidin yayıldığı merkezler, bundan böyle hiyerarşik yapılanmış geleneksel toplumda kendilerine üstünlük atfedilen belirli kişiler veya gruplar değil, Tarde'in vurguladığı gibi şehirlerdir (Borch, 2005: 87). Şehirler, Tarde'in deyimiyle bu 'soylu/yüce mekânlar' (1903: 225), işlev bakımından o zamana kadar sosyal taklidi belirleyen geleneksel soyluların yerine geçmişlerdir (Borch, 2005: 87). Hiyerarşiden çok uzmanlaşmaya ve işbölümüne dayanan modern toplumda şehirler, özellikle buluşlar bakımından cazibe merkezleri haline gelmişlerdir. Modern şehirler, her taraftan yeni buluşlardan yararlanmak isteyen en aktif beyinleri, en coşkulu, tutkulu, güçlü ve yetenekli bireyleri kendilerine çekmişlerdir (Tarde, 1903: 228).

### **Yeniliklerin Yayılmasında Kanaat Önderlerinin Rolü**

Tarde, yeniliklerin taklit edilmesi ve yayılmasında sosyal ağlar, kişisel etkiler ve toplumsal etkileşimin önemini vurgulamakla beraber, geliştirdiği sosyal taklit teorisinde yenilik kavramının kesin ve açık bir tanımını yapmamıştır. Gene de Tarde'in yenilik kavramını; önceki bir yenilikten türetilen, önemsiz de olsa herhangi bir yenilik veya iyileştirme olarak tanımladığı buluş veya keşif kavramı ile eş anlamda kullandığını söyleyebiliriz (Tarde, 1903: 2). Tarde'in buluş tanımından yola çıkarak, yeniliğe, bireylerin bilinçli ve çoğu zaman bilinçsiz olarak dil, din, siyaset, hukuk, endüstri, sanat vb. alanlarda gerçekleştirdikleri özgün girişimler gözüyle bakabiliriz (Tarde, 1903: xiv). Benzer şekilde Tarde, yayılma kavramını da tanımlamamıştır.

*Taklidin Kanunları* adlı eserinde, arzu ve düşüncelerin, duyguların, yararlı süreçlerin, telefon gibi teknolojik buluşların, Protestanlık gibi uniform bir doktrin ya da mezhebin, felsefi düşüncelerin, özelliği olan kabile dillerinden bir tanesinin, parlamenter sistemin (Tarde, 1903: xviii, 388, 207, 17, 115, 222, 231, 257, 293) yayılmasından bahsetmiştir. Bu bağlamda sosyolojik açıdan yayılma; iletişim araçları/kanalları, sosyal yapılar (sosyal ağlar, topluluk, sınıf), sosyal değerler veya kültür tarafından kuşatılan kişiler, gruplar veya diğer rıza gösterenlerin zaman içinde bir nesneyi, düşünceyi, davranışı veya alışkanlığı benimseme sürecidir (Katz vd., 1963: 240; Katz, 1999: 147). Bu tanıma göre yayılma; bir yeniliğin zaman içinde, bir kültür veya toplumun üyeleri arasında belli iletişim araçları/kanalları aracılığıyla aktarılması ve benimsenmesi sürecidir. Bir başka betimleyici tanıma göre yayılma; sosyal veya kültürel özelliklerin bir toplumdaki diğerine, bir çevreden diğerine dağılması, geçmesi veya bulaşmasıdır (Kinnunen, 1996: 432).

Tarde, yeniliklerin yayılması araştırmalarına önemli katkılar sağlamıştır (Kinnunen, 1996: 431). Yeniliklerin yayılması düşüncesi ilk olarak Tarde'nin yazdığı *Taklidin Kanunları* adlı eserde ele alınmıştır (Toews, 2003: 82-83). Bu yüzden Tarde'nin, yeniliklerin yayılmasının altında yatan modelleri dile getiren ilk bilim adamlarından biri olduğu ileri sürülmektedir (Smieszek, 2006: 10). Hatta Tarde, yeniliklerin yayılması araştırmalarının unutulmuş kurucu atalarından biri sayılmaktadır (Kinnunen, 1996: 431; Katz, 1999: 147; Barry ve Thrift, 2007: 509). Yeniliklerin Yayılması Teorisi'ni geliştiren Rogers (1976: 290) de, Tarde'nin "S" şeklindeki yeniliklerin yayılması eğrisini ve taklit sürecinde kanaat önderlerinin üstlendiği işlevleri öngörerek yeniliklerin yayılması araştırmalarına ilham verdiğini, öncülük ettiğini söylemektedir.

Tarde (1903: 17), yeniliklerin yayılması ile taklit arasında doğrudan ilişki kurmaktadır. Yeniliklerin yayılmasının taklide bağlı olduğunu belirtmektedir. Bundan dolayı birçok taklitçi insanı, yenilikçi olarak adlandırmaktadır (Tarde, 1903: xiv). Tarde (1903: 2-3), toplumda yeni doyumların yanı sıra yeni arzuların oluşmasına yol açan ilham verici girişimlerin, kendiliğinden ve bilinçsiz ya da sahte ve maksatlı taklit aracılığıyla hızlı ve düzenli bir şekilde yayıldığını veya yayılma eğilimi gösterdiğini söylemektedir. Tarde'a göre insanlar, bu özgün girişimleri taklit yoluyla benimsemektedirler. Böylesine bir girişim, bir kimsenin her zaman atak mizacıyla üstesinden geldiği bir yenilik veya buluştur.

Tarde, sosyal taklidin buluşların yayılmasında temel bir araç olduğunu öne sürmüştür. Ama bu önerisi, sadece sosyologlar tarafından görmezden gelinmemiş (Hamblin, Miller ve Saxton 1979: 801), beşerî ve sosyal bilimlerin birçok dalında da dikkate alınmamıştır. Öte yandan Tarde, buluşların yayılmasında toplumsal seçkinlere önemli işlevler yüklemektedir. Bir toplumda saygın ve etkin konumlarda bulunan ve toplumun eğitim, ekonomi, siyaset, askeriye, din, sanat vb. alanlarıyla ilgili etkinliklerini ve denetimini elinde tutan toplumsal seçkinler, kanaat önderleri olarak kavramlaştırılmaktadır. Kanaat önderleri, iletişim biliminde iki veya çok aşamalı iletişim akışı süreçlerinde bilgiyi seçme, yorumlama ve aktarmada eşik bekçiliği rolünü üstlenen toplumsal aktörlerdir.

Tarde, bir toplumda güç, iktidar, nüfuz ve itibar sahiplerinin yeniliklerin toplum ve kültüre sirayet etmesinde oynadıkları önemli rolün altını çizmektedir. Tarde'in yeniliklerin yayılmasında kanaat önderlerinin işlevlerini vurgulayan düşünce ve görüşleri, Columbia Üniversitesi seçim araştırmalarına da esin kaynağı olmuştur (Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet, 1944; Berelson, Lazarsfeld ve McPhee, 1954; Katz ve Lazarsfeld, 1955). Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet, kitle iletişimi çağına rağmen kişisel etkilerin seçmen davranışları bakımından önemli bir değişken olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Seçmenlerin 1940 Amerikan Başkanlık seçimlerinde oy verme kararlarını nasıl verdiklerini açığa çıkarmaya çalıştıkları araştırmalarında, ankete katılan deneklerin radyo ve gazetelerden daha çok aile ve arkadaşlar gibi yakın çevreden etkilendiklerini keşfetmişlerdir. Araştırmacılar ayrıca, medya mesajlarının iki aşamalı bir süreçte aktarıldığını ortaya çıkarmışlardır. Kanaat önderleri olarak niteledikleri bireylerin, iletişim akışının ilk aşamasında medya aracılığıyla iletilen politik mesajları hedef kitle ile aynı anda algıladıklarını tespit etmişlerdir. Kanaat önderlerinin, aynı zamanda ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel sermayelerinin yüklü olması ve medyayı daha yoğun kullanmaları nedeniyle, kamusal konu ve sorunlar üstüne daha çok bilgi edindiklerini fark etmişlerdir. Araştırmacılar, kanaat önderlerinin iletişim akışının ikinci aşamasında medyadan elde ettikleri bilgileri sosyal çevrelerine aktardıklarını; böylece ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel sermayeleri daha kısıtlı olduğu için medyayı daha az kullanan ve aldıkları politik mesajlara anlam vermekte güçlük çeken seçmenlerin oy vermeye ilişkin tutum ve davranışlarını etkilediklerini ortaya çıkarmışlardır. Lazarsfeld, bu süreci, 'iki aşamalı iletişim akışı' olarak adlandırmıştır. Kitle iletişim araçlarının iki aşamalı iletişim sürecinde, fark ettikleri mesajları dikkatlice inceleyip yorumlayarak seçici biçimde sosyal çevrelerine aktaran kanaat önderleri aracılığı ile diğer bireylerin düşünce, tutum ve davranışları üzerinde dolaylı etkilere yol açabileceklerini öne sürmüştür (Katz, 2006: 264-265).

Tarde, tasarlanan, gerçekleştirilen ve toplumun beğenisine sunulan yeniliklerin büyük çoğunluğunun başarıya ulaşmadığını, sadece küçük bir bölümünün benimsendiğini keşfetmiştir. Bir yeniliğin diğerine tercih edilmesinin iki rasyonel yasaya bağlı olduğunu belirlediği için sosyal ve iktisadi adımı önceden tahmin etmiştir. Akıl ve mantığa dayalı ilk yasaya göre; bir yenilik en yararlı ve en doğru olarak kavrandığı için öbürüne göre daha iyi, üstün veya önemli sayılmakta ve benimsenmektedir. İkinci rasyonel yasa ise, bir yeniliğin bireyin var olan temel düşünce, değer, inanç, ihtiyaç, beklenti, çıkar, amaç ve hedefleriyle uyumlu olduğu ölçüde tercih edildiğini belirtmektedir (Smieszek, 2006: 10). Tarde'in rasyonel yasaları Katz'ın bağdaşma olarak adlandırdığı, yayılan bir yeniliğin özellikleri ile muhtemel alıcıların sosyal ve psikolojik özellikleri arasında sağlanan uyum, örtüşme veya kaynaşmaya gönderme yapmaktadır. Rasyonel yasalar, bir bireyin zihninde önceden var olan amaç, hedef veya ilkelerle daha uyumlu olduğunu düşünmesi nedeniyle belirli bir yeniliği diğerlerine göre öncelikle devreye girmektedir. Bundan dolayı Tarde, yeniliklerin yayılması ile bireylerin rasyonel zihin çerçeveleri arasında doğrudan ve kuvvetli bir ilişki olduğunu söylemektedir. Tarde'a göre bir yenilik, ancak bireylerin önceden var olan amaç, hedef ve ilkeleriyle çelişmediği ölçüde taklit yoluyla benimsenmekte ve yayılmaktadır. Uyumlu, istikrarlı ve sürdürülebilir bir sosyal yapı da yeniliklerin yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Yeniliklerin yayılması için ayrıca tutarlı bir değerler sistemi ve uygun bir kitle iletişim aracı gerekmektedir (Katz, 1999:

149-150). Bundan dolayı önemli sosyal veya kültürel değişmeler, taklit süreciyle yayılan yeniliklerin topluma nüfuz etmesine, toplumda tutunmasına bağlıdır (Kinnunen, 1996: 433).

Tarde, yeniliklerin tekrar edilmesi ve yayılması süreçlerinde kanaat önderleri denilen kilit şahsiyetlere başrol vermiştir. Tarde'a göre, rol model olarak kabul edilen bu kilit şahsiyetler, manyetik etki alanı oluşturma gücüne sahip kişi, grup, topluluk veya kurumlardır. İster insan olsun veya olmasın, bu manyetik etki sahipleri saygınlıklarını dıştan gelen güçle değil, daha çok ne olduğumuzu hissetmemizi sağlayan, önceden var olan huylarımızın uygun şekillerde ortaya çıkmasına fırsat vererek kazanmaktadırlar. Manyetik etki yaratıcıları, önce kim olduğumuzu fark etmemizi sağlamaktadırlar. Tarde'in manyetik etki yaratıcısı, birçok kitle liderinden çok uzak, çok önemli, saygın bir şahsiyettir ve belki de bu yüzden çok inandırıcıdır. Manyetik etki yaratıcısının gücü, kamunun çevresinde belli bir biçim kazanacak şekilde beklenmedik tarzda ortaya çıkmasına bağlıdır. Manyetik etki yaratıcısı, bir anlamda egemenlik kurmaktadır. En küçük hareketi bile inandırıcı, itaat edilen, vefa, sadakat ve itibar gösterilen bir karizmatik lidere dönüşmesi için yeterlidir. Ancak otoritesi, manyetik alanın etkisi altına aldığı öznelerin manyetik etki yaratıcısının eylemlerini onaylamasına bağlıdır. Manyetik etki yaratıcısı; taklitleri yaydığı, topluma yol gösterdiği ve liderlik yaptığı esnada, ayrıca çekim alanına giren özneleri takip etmektedir (Mazzarella, 2010: 724). Tarde'in yaşadığı çağda yeniliklere öncülük eden kanaat önderleri ya da kilit şahsiyetler önce soylular sınıfı olmuştur. Ancak, cemaatten cemiyete geçiş ve bununla bağlantılı olarak şehirler ve şehirleşmenin yaygınlaşmasıyla, bu sınıf yerini yeni toplumsal seçkinlere ya da kanaat önderlerine bırakmıştır: Gazeteciler, yazarlar, bankerler, sanatçılar, politikacılar, bilim adamları vb. Tarde'in kullandığı anlamda soylular sınıfı terimi, seçkinlere uygun kestirme bir adlandırmadır. Tarde'in seçkin terimi, özünde işlevci ve sosyal sorumlu liderlik ile bağlantılıdır. Toplumsal seçkinler, değerler sisteminde yenilik getiren değişmelere bakarak öncülük ettikleri, yol gösterdikleri esnada bile toplumun temel değerlerini yansıtmaktadırlar. Tarde'a göre, belirli yeniliklere dayanan toplumlar, bu belirli yenilikleri zorlukla gerçekleştiren seçkinler ile ayırt edilecektir. Giderek daha çok sayıda ve karmaşık yenilikler yapıldığı zaman, her biri belli bir yenilik açısından yetenekli, birbirinden farklı ve daha çok yönlü seçkinler ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı bir seçkin, saygınlığını, savaştaki başarısıyla, büyük bir servet edinmesiyle, azizlik mertebesine yükselmesiyle, üstün ahlâk göstermesiyle veya estetik ve uygar bir kültüre ilişkin edindiği derin bilgisiyle kazanabilir (Clark, 1969: 48-49).

Tarde'a göre, buluşlar gibi yenilikler de, dehaların ortaya çıkardığı nadir ürünlerdir. Yeniliklere yol gösteren kural şudur: Ne kadar çok insan etkileşime girse, kuvvetle muhtemel o kadar çok yenilik ortaya çıkacak ve yayılacaktır. Yenilikler, sosyal olayların yönünü değiştirir ve insanların değişen çevresine alışmasını sağlamaktadır. Tarde, ayrıca, yeniliklerin ortaya çıkması ve yayılmasında toplumsal seçkinlerin çok önemli işlevler üstlendikleri iletişim ve etkileşim süreçlerine dikkat çekmektedir. Bu seçkinler yeniliklere yol gösteren, bunları taklit edip yayan, toplumda önemli, etkili, saygın ve güçlü konumlar işgal eden kişi, grup veya topluluklardır (Kinnunen, 1996: 433). Tarde, yeterli boş zaman sağlayan toplumlarda ve iktidardaki liderlerin doğrudan popülist baskılara karşı korundukları bir sistemde, çoğu kez büyük

etkilere yol açan yeniliklerin toplumsal seçkinlerin etkileşiminden doğduğunu söylemektedir. Tarde'a göre yenilikler, şu tür merkezlerden dolaşıma sokulur: Başkentler, yoğun nüfusa sahip şehirler, yoğun etkileşime girebilen yerel elitler (bilim adamları, ruhban sınıfı), soylular veya soyluların yerine geçen demokratik liderler. Yenilikler, bu kaynaklardan eş merkezli daireler halinde, rakip bir yeniliğin hamlesi dâhil olmak üzere, ister toplum isterse kültür kaynaklı olsun, karşı karşıya geldiği rakip yeniliklerin engellemelerine kadar sorunsuz bir şekilde süzülerek topluma sirayet etmektedirler (Katz, 1999: 149). Yeniliklerin topluma nüfuz etmesi başlangıçta yavaş, ardından ani ve sabit ivme kazanan, son olarak yeniden durana kadar hızlanmaya devam eden bir ilerlemeyle kademeli biçimde gerçekleşmektedir (Tarde, 1903: 127).

## Sonuç

Jean-Gabriel Tarde, iletişim sosyolojisinde zengin bir teorik ve terminolojik birikimin oluşması ve gelişmesine paha biçilmez katkıda bulunmuştur. Tarde'in bir yüzyıldan çok daha önce sosyal taklit, zihinler/ruhlar arası etkileşim, kanaat önderleri ve takipçileri ile yeniliklerin yayılması üstüne yürüttüğü fikirler; yaptığı tespit, açıklama ve yorumlar sadece iletişim sosyolojisi açısından değil yanı sıra beşerî ve sosyal bilimlerin muhtelif dalları açısından da güncelliğini ve önemini korumaktadır.

Bu çalışmada kanaat önderlerinin yeniliklerin yayılmasında üstlendiği işlevler, Tarde'in sosyal taklit teorisi açısından keşfedilmeye, kavranmaya ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Tarde'in sosyal taklit teorisi, toplumdan çok bireylerin zihinler arası etkileşimlerine odaklanmaktadır. Bu yüzden Tarde, toplumu zihinler arası etkileşimler ağı veya şebekesi olarak nitelendirmektedir. Zihinler/ruhlar arası etkileşimlerin toplumu hayalî bir topluluk biçiminde kurduğunu, koruduğunu ve sürdürdüğünü savunmaktadır. Tarde, sosyal taklidi toplumun kurucu unsuru olarak kabul etmektedir. Sosyal taklit süreçlerinin, iletişim ve mekâna bağlı olarak cereyan ettiğini vurgulamaktadır.

Tarde, modern toplumda yeniliklerin yayılması bakımından kişilerarası iletişime, zihinler arası etkileşime, iletişim süreçlerinin hızlı ve yoğun bir şekilde akıp gittiği şehirler ile aydınlanma boyunca hız kazanan şehirleşmeye önemli işlevler yüklemektedir. Bireylerin akılcı seçim teorisine benzer şekilde yenilikleri taklit etme ve yayma kararlarında, zihinlerinde tasarladıkları belli amaç ve hedeflere ulaşmak için, bu amaç ve sonuçların maliyetini ve getirisini sorgulayarak fayda-maliyet analizi yaptıklarını ileri sürmektedir. Tarde, sosyal taklidi kanaat önderleri, takipçileri ve yeniliklerin yayılması ile ilişkilendirerek incelemektedir. Yeniliklerin taklit edilmesi, kabul edilip benimsenmesine ilişkin karar alma sürecinde, daha sonraları kanaat önderleri olarak nitelendirilen yenilik faillerinin önemli rolü olduğunu ortaya koymaktadır. Yeniliklerin tekrar edilip yayılmasında, sosyal statünün önemini vurgulamaktadır. Sosyal statü bakımından en üst konumda bulunan güç, iktidar ve nüfuz sahibi toplumsal seçkinleri ya da egemenleri, yenilik temsilcileri olarak nitelendirmektedir. Bir başka ifadeyle Tarde, yeniliklerin yayılmasına ilişkin kararların, münferit bireylerin tercih/seçimine bağlı veya toplumu oluşturan bireyler tarafından birlikte alınan ortak kararlar değil; toplumda güç, iktidar, nüfuz ve itibar sahibi kişi, grup, topluluk veya kurumlar tarafından verilen otorite kararları olduğunu ileri sürmektedir. Buna karşılık, toplumda her bakımdan alt ve aşağı konumda bulunan kişi,

grup, sınıf veya topluluğun yeniliklerin takipçileri olarak bu otorite kararlarına uymak durumunda kaldığını belirtmektedir.

Günümüzde de yeniliklerin büyük ölçüde bir toplumda saygın ve etkin mevkilerde bulunan ve toplumun eğitim, kültür, ekonomi, siyaset, sanat, bilim, edebiyat, spor, askeriye, din vb. alanlarıyla ilgili etkinliklerinin denetimini elinde tutan kişi, grup veya kurumlar tarafından üretildiği, taklit edilip yayıldığı söylenebilir. Birçok yenilik merkezden çevreye, kentlerden köylere, bilgili, kültürlü ve eğitilmiş insanlardan diğer bireylere doğru iletilmekte, tekrar edilmekte ve topluma yayılmaktadır. Ancak, modern toplumlarda yeniliklerin taklit edilip yayılmasında seçkinler ve madunların birbirlerini karşılıklı etkiledikleri de bir gerçektir. Öte yandan yeniliklerin taklit edilip yayılmasında kişilerarası iletişim, kitle iletişimi ve iletişim teknolojilerinin üstlendiği işlevleri ve yol açtığı etkileri de akıldan çıkarmamak gerekmektedir.

### **Kaynakça**

- Allin, A. (1902). "The Basis of Sociality", *American Journal of Sociology*, 8 (1), s. 75-84.
- Baller, R. D. ve Richardson K. K. (2002). "Social Integration, Imitation, and the Geographic Patterning of Suicide", *American Sociological Review*, 67 (6), s. 873-888.
- Barry, A. ve Thrift N. (2007). "Gabriel Tarde: Imitation, Invention and Economy", *Economy and Society*, 36 (4), s. 509-525.
- Berelson, B, Lazarsfeld P. F. ve McPhee W. N. (1954). *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago: University of Chicago Press.
- Boodin, J. E. (1913). "The Existence of Social Minds", *American Journal of Sociology*, 19 (1), s. 1-47.
- Boodin, J. E. (1918). "Social Systems", *American Journal of Sociology*, 23 (6), s. 705-734.
- Borch, C. (2005). "Urban Imitations: Tarde's Sociology Revisited", *Theory, Culture & Society*, 22 (3), s. 81-100.
- Clark, T. N. (Ed.) (1969). *Gabriel Tarde on Communication and Social Influence: Selected Papers*, Chicago ve London: University of Chicago Press
- Davis, M. M. Jr. (1906). *Gabriel Tarde: An Essay in Sociological Theory, Dissertation*, New York: Columbia University.
- Ellwood, C. A. (1901). "The Theory of Imitation in Social Psychology", *American Journal of Sociology*, 6 (6), s. 721-741.
- Glenn, S. A. (1998). "Give an Imitation of Me: Vaudeville Mimics and the Play of the Self", *American Quarterly*, 50 (1), s. 47-76.
- Hamblin, R. L, Miller, J, Saxton, D. E. (1979). "Modeling Use Diffusion", *Social Forces*, 57 (3), s. 799-811.



- Howard, G. E. (1912). "Social Psychology of the Spectator", *American Journal of Sociology*, 18 (1), s. 33-50.
- Hughes, E. C. (1961). "Tarde's Psychologie Économique: An Unknown Classic by a Forgotten Sociologist", *American Journal of Sociology*, 66 (6), s. 553-559.
- Katz, E. ve Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Glencoe, IL: Free Press.
- Katz, E. (1999). "Theorizing Diffusion: Tarde and Sorokin Revisited", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 566 (1), s. 144-155.
- Katz, E. (2006). "Rediscovering Gabriel Tarde", *Political Communication*, 23 (3), s. 263-270.
- Kinnunen, J. (1996). "Gabriel Tarde as a Founding Father of Innovation Diffusion Research", *Acta Sociologica*, 39 (4), s. 431-441.
- Latour, B. (2001). *Gabriel Tarde und das Ende des Sozialen*, s. 1-18, <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/82-TARDE-DE.pdf> (21.09.2012).
- Lazarsfeld, P. F, Berelson, B. ve Gaudet, H. (1944). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind In a Presidential Campaign*, New York: Columbia University Press.
- Marsden, P. (2000). "Forefathers of Memetics. Gabriel Tarde and the Laws of Imitation", *Journal of Memetics-Evolutionary Models of Information Transmission*, 4 (1), s. 61-66.
- Mazzarella, W. (2010). "The Myth of the Multitude, or, Who's Afraid of the Crowd?", *Critical Inquiry*, 36 (4), s. 697-727.
- Moscovici, S. (1985). *The Age of the Crowd: A historical Treatise on Mass Psychology*, (Translated J. C. Whitehouse), New York: Cambridge University Press.
- Park, R. E. (1921a). "Sociology and the Social Sciences", *The American Journal of Sociology*, 26 (4), s. 401-424.
- Park, R. E. (1921b). "Sociology and the Social Sciences: The Social Organism and the Collective Mind" *The American Journal of Sociology*, 27 (1), s. 1-21.
- Park, R. E. (1938). "Reflections on Communication and Culture", *The American Journal of Sociology*, 44 (2), s. 187-205.
- Rogers, E. M. (1976). "New Product Adoption and Diffusion", *Journal of Consumer Research*, 2 (4), s. 290-301.
- Smieszek, T. (2006). *How People Communicate about New Technologies and Ideas: Modeling Decision Coordination to Simulate the Diffusion of Innovations*, Diploma Thesis, ETHZ, Eidgenössische Technische Hochschule Zurich.

- Tarde, G. (1898). "Opinion and Conversation", Terry N. Clark (Ed.) (1969), *Gabriel Tarde on Communication and Social Influence: Selected Papers*, Chicago and London: University of Chicago Press, s. 297-318.
- Tarde, G. (1899). *Social Laws: An Outline of A Sociology*, (Translated Howard. C. Warren), New York: McMillan Company.
- Tarde, G. (1903). *The Laws of Imitations*, (Translated Elsie Clews Parsons), New York: Henry Holt and Company.
- Tarde, G. (1912). *Penal Philosophy*, (Translated Rapelje Howell), Boston: Little, Brown and Company.
- Tarde, G. (2004). *Ekonomik Psikoloji*, 1. Cilt, (Çev. Özcan Doğan), Ankara: Öteki Yayınevi.
- Toews, D. (2003). "The New Tarde: Sociology after the End of the Social" *Theory Culture & Society*, 20 (5), s. 81-98.
- Topçuoğlu, H. (1961). "XIX. Yüzyıl Sosyologlarında Hukuk Anlayışı", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları*, No: 151, Ankara.
- Tosti, G. (1897). "The Sociological Theories of Gabriel Tarde", *Political Science Quarterly*, 12 (3), s. 490-511.
- Yetişkin, E. (2010). "Tarde'ın Toplum Yaklaşımı Açısından Kamuoyu ve Maduniyet", *İletişim: Kuram ve Araştırma Dergisi*, 31, Güz, s. 1-28.