



2023, 12 (1), 98-120 | Araştırma Makalesi

İletişim Araştırmaları Tarihinde Kadın Araştırmacıları Hatırlamak: Herta Herzog Örneği (1933-1943)

Çağla KUBİLAY¹

Öz

Amerika Birleşik Devletleri'nde kitle iletişim araştırmalarının kurumsallaşması sürecinde önemli merkezlerden biri olan Radyo Araştırma Bürosu (daha sonra Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu), kadınların akademik kadrolarda daha fazla görünür hale geldiği 1970 öncesi dönemde çok sayıda kadın araştırmacıyı istihdam etmesi bakımından öncü bir nitelik taşır. Aslen Avusturyalı olan Herta Herzog ise, Büroda faaliyet gösteren araştırmacılar arasında öne çıkan bir figürdür. Herzog, Büroda bulunduğu 1937-1943 yıllarında teorik ve metodolojik bakımdan öncü nitelikte çalışmalar yapmış olmasına rağmen alanın tarihyazımından uzun yıllar sembolik olarak silinmiştir. Herzog'un bu dönemde yaptığı araştırmaların önemi ancak 1980'li yıllardan sonra teslim edilebilmiş; alanın toplumsal cinsiyete dayalı tarihyazımının sorgulanmasına bağlı olarak diğer kadın araştırmacılarla birlikte Herzog'un katkıları da Batılı literatür içerisinde hatırlanmaya başlanmıştır. Türkiye'de ise kadın ve medya ilişkisini odağa alan çok sayıda araştırma yürütülmesine rağmen, iletişim araştırmaları alanının tarihinin toplumsal cinsiyet perspektifinden ele alınmasına dair bir tartışmanın henüz yapılmadığı görülmektedir. Herzog, Türkiye'de yayımlanan ve yaygın biçimde okunan çeşitli iletişim kuramları kitaplarında ya tamamen görmezden gelinmekte ya da kendisine oldukça sınırlı bir yer bulabilmektedir. Araştırmacıya sınırlı da olsa yer veren çalışmalarda ise daha ziyade kullanımlar ve doyumlar araştırmalarının tarihsel kökenlerine yerleştirilmektedir. Bir literatür incelemesi olan bu çalışmanın amacı, Viyana yıllarından başlayarak Radyo Araştırma Bürosu'ndan ayrılışına kadar olan dönemde (1933-1943) Herzog'un iletişim çalışmaları alanına yaptığı teorik ve metodolojik katkıları değerlendirmek ve Türkçe literatür açısından görünür kılmaktır. Çalışma, Herzog'u odağa alarak kadınların alanın kurumsallaşması sürecinde oynadıkları rolü hatırlatarak alanın tarihinin toplumsal cinsiyet perspektifinden değerlendirilmesinin önemine dikkat çekmeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Herta Herzog, İletişim Araştırmaları, Tarihyazımı, Toplumsal Cinsiyet, Kadın Araştırmacılar.

Kubilay, Ç. (2023). İletişim Araştırmaları Tarihinde Kadın Araştırmacıları Hatırlamak: Herta Herzog Örneği (1933-1943). *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 98-120. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1154803>

Date of Submission	04.08.2022
Date of Acceptance	18.12.2022
Date of Publication	18.03.2023
*This is an open access article under the CC BY-NC license.	



2023, 12 (1), 98-120 | Araştırma Makalesi

Remembering Women Researchers in the History of Communication Research: The Case of Herta Herzog (1933-1943)

Çağla KUBİLAY¹

Abstract

The Office of Radio Research (later called the Bureau of Applied Social Research), which was one of the important centers in the institutionalization process of mass media research in the United States, was also a pioneer in terms of employing a large number of female researchers in the pre-1970 period when women became more visible in academic jobs. Herta Herzog, originally from Austria, was a prominent figure among the researchers working at the Bureau. Although Herzog had pioneered theoretical and methodological studies in the years 1937-1943 when she was in the Bureau, she was symbolically erased from the historiography of the field. The significance of Herzog's research in this period was only recognized after the 1980s; as a consequence of the questioning of the gender-biased history of the field, Herzog's contributions along with other female researchers have begun to be remembered in the Western literature. In Turkey, although many studies are focusing on the relationship between women and media, there has not been a discussion about reconsidering the history of the field in terms of gender. Herzog is either completely ignored or given a very limited place in communication theory books that are widely known in Turkey. Studies that include the researcher, albeit limited, place her in the historical origins of uses and gratifications research. Thus, the purpose of this study is to rethink Herzog's theoretical and methodological contributions to the field of communication studies from the years of Vienna until her leaving from the Office of Radio Research (1933-1943) and to make it visible in terms of Turkish literature. The study aims to draw attention to the importance of considering the history of the field in terms of gender by emphasizing the role that women played in the institutionalization process of the field by focusing on Herzog.

Keywords: Herta Herzog, Communication Studies, Historiography, Gender, Women Researchers.

Kubilay, Ç. (2023). Remembering Women Researchers in the History of Communication Research: The Case of Herta Herzog (1933-1943). *Journal of the Human and Social Science Researches*, 12 (1), 98-120. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1154803>

Date of Submission	04.08.2022
Date of Acceptance	18.12.2022
Date of Publication	18.03.2023

*This is an open access article under the CC BY-NC license.

¹ Assoc.Prof., Ankara University Faculty of Communication, The Department of Journalism, Türkiye, caglakubilay@gmail.com , 0000-0001-6247-7136

Giriş

Doğa bilimlerinden sosyal bilimlerin çeşitli dallarına dek oldukça geniş bir yelpaze içerisinde çalışan kadınlar, yalnızca kendilerine tanınan fırsatların sınırlı olması sorunuyla karşı karşıya kalmamış aynı zamanda bilimsel bilgi üretimine yaptıkları katkılar sıklıkla görmezden gelinmiş, küçümsenmiş yahut başarıları erkek araştırmacılara atfedilmiştir. İletişim çalışmaları alanı da kadınların çeşitli düzeylerdeki katkılarının görünmez kılınması ya da küçümsenmesi yoluyla kendi tarihini yazmaya yönelmesi bakımından diğer disiplinlerden ayrıksı bir konum sergilememiştir. 1950'lerin sonlarından itibaren kurucu erkek figürlere, dahası "kurucu babalara" dayalı tarihyazımları ortaya çıkmış ve yaygın kabul görmüştür. Kurumsallaşmaya başladığı tarihten itibaren iletişim çalışmaları alanında önemli görevler üstlenen kadınların çalışmaları ise uzun yıllar bu tarihyazımları içerisinde marjinalleştirilmiş veya sembolik olarak silinmiştir.

1970'li yıllardan başlayarak diğer akademik disiplinlerde olduğu gibi iletişim çalışmaları alanında da kadınların varlığını görünmez kılan bu tarihyazımları sorgulanmaya başlanmıştır (Ashcraft ve Simonson, 2016, ss.48-49). İkinci dalga feminizmle birlikte bir yandan medya ve kadın ilişkisi metin, izleyici ve üretim bağlamlarında araştırmalara konu olurken diğer yandan da özellikle 1990'larda "unutulmuş kadınların tarihsel olarak geri kazandırılmaları"na (Garcia-Jimenez ve Simonson, 2021, s.13) yönelik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Böylece alana çeşitli düzeylerde katkı sunmakla birlikte tarihyazımı içerisinde silinen yahut başarıları diğer bilim insanlarına atfedilen kadınların görünür kılınması ve itibarlarının iade edilmesi yönünde adımlar atılmıştır.

Ashcraft ve Simonson'a (2016, s.48) göre, iletişim araştırmaları alanının tarihine dair toplumsal cinsiyete dayalı ve feminist analizler iki temel kategoriye ayrılır. İlk kategoride teoride ve araştırmada toplumsal cinsiyet tarihi yer alırken; ikinci kategoride alandaki kadınların tarihi incelenir. Birinci kategori daha ziyade entelektüel bir tarihtir; yayımlanmış metinlerin feminist ve profeminist okumalarını içerir. İkinci kategoride ise kadınların alandaki varlığının evrimi incelenmektedir. Bu literatürün çoğu, unutulmuş veya daha önce az değer verilmiş kadın araştırmacıları, halen sahada aktif olanları veya bunların bir kombinasyonunu ele alır. İkinci kategori içerisinde değerlendirilebilecek olan bu çalışmanın temel amacı, iletişim araştırmalarının kurumsallaşma sürecinde önemli bir merkez olan Radyo Araştırma Bürosu'nda (daha sonra Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu) araştırmacı olarak çalışan Herta Herzog'un akademik katkılarını Türkçe literatür açısından ortaya koymaktır. Büro, özellikle İkinci Dünya Savaşı yıllarında oynadığı rol nedeniyle kitle iletişim araştırmalarının tarihinde özel bir yere sahiptir. Üstelik Büro kadınların akademik pozisyonları elde etmeye başladığı 1970 öncesi dönemin en önemli kadın grubuna da ev sahipliği yapmış olması bakımından da dikkat çeker (Rowland ve Simonson, 2014, s.4). Sayıları kesin olarak bilinmese de kadın araştırmacılar, araştırmaları bizzat gerçekleştirerek yahut araştırma sürecine farklı düzeylerde katkıda bulunarak Büro içerisinde etkin rol oynamıştır.

Büronun yönetici yardımcılığı görevini de üstlenen Herta Herzog ise bu araştırmacılar içerisinde yer alan en önemli figürlerden biridir. Herzog, Büroda bulunduğu yıllarda (1937-1943), radyo yarışma programları, pembe diziler ve politik mektuplara dair makaleler yayımlamış; bir araştırma tekniği olarak odak grup görüşmesini geliştirmiş, ayrıca pazar araştırmaları yürütmüştür (Simonson ve Archer, t.y.a). Üstelik

çalışmalarıyla en verimli yazarlar listesinde üst sıralarda yer almıştır. Ancak bir *Madison Avenue* efsanesi olarak pazar araştırmalarında cam tavanı kıran bir kadın araştırmacı olarak görülse de iletişim çalışmaları alanının kurumsallaşması sürecindeki teorik ve metodolojik katkıları uzun yıllar göz ardı edilmiştir. Herzog'un 1940'larda yaptığı ve izleyici araştırmalarının öncüsü niteliğindeki araştırmalarının iletişim çalışmaları içindeki önemi ancak 1980'li yıllarda teslim edilebilmiştir. Örneğin Lowery ve DeFleur, Herzog'un, sonraki bölümlerde ayrıntılı olarak ele alınacak seriyallere dair çalışmasını yayımlanmasından 40 yıl sonra kitle iletişim araştırmalarındaki kilometre taşlarından biri olarak nitelendirmiştir (Seethaler ve Klaus, 2016, s. 17).

İletişim çalışmaları tarihinin toplumsal cinsiyet perspektifinden ele alınmasına bağlı olarak 1990'lardan itibaren Herzog'un çalışmalarına dair analizler yayımlanmaya başlanmıştır. Bu çalışmalardan biri Elizabeth Perse'nin "Herta Herzog" (1996) başlıklı makalesidir. Perse, bu makalede Herzog'un akademik ve ticari iletişim araştırmalarına katkılarını ortaya koymaktadır. Tamar Liebes ise 2003 tarihli makalesinde Herzog'un gündüz seriyallerine dair çalışmalarının yeniden okunması yoluyla onun aktif izleyici tartışmaları içindeki yerini değerlendirmektedir. Elizabeth Klaus ve Peter Seethaler'ın derlediği *What do we really know about Herta Herzog?* (2016) başlıklı kitapta da Herzog'un kişisel ve akademik yaşamının çeşitli boyutları incelenmektedir. Odağında yalnızca Herzog'un olduğu bu çalışmaların yanı sıra Robinson (2011), Rowland ve Simonson (2014) ve Fleck (2021), diğer kadın araştırmacıların yanı sıra Herzog'a da yer veren çalışmalara imza atmıştır. Bu çalışmaların ortak noktası, kadın araştırmacılara hak ettikleri itibarı geri kazandırmayı amaçlamalarıdır.

Türkiye'de kadın odaklı çalışmalar, iletişim ve medya çalışmaları içerisinde önemli yer tutmakla birlikte alanın tarihinin toplumsal cinsiyet perspektifinden değerlendirilmesine dair bir tartışmanın yapılmadığı görülmektedir. Bu çalışmanın odağında bulunan Herzog, kendi kuşağının diğer pek çok kadın iletişim araştırmacısı gibi, Türkiye'de yayımlanan ve yaygın biçimde okunan telif iletişim kuramları kitaplarında ya tamamen görmezden gelinmekte ya da oldukça sınırlı bir yer bulabilmektedir. Örneğin Oya Tokgöz'ün *İletişim Kuramlarına Anlam Vermek* kitabı sonraki bölümde yer verilen "kurucu babalar" fikrine yaslanmaktadır. Benzer şekilde Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan (2002), Levent Yaylagül (2006), Burak Özçetin (2018) de açık ya da örtük olarak kurucu babalar miti üzerinden iletişim kuramlarının gelişimini ele almaktadır. Bu çalışmalarda Herzog'un iletişim araştırmalarına katkılarına dair doğrudan bir vurgu yoktur. Herzog yalnızca *İletişim Ansiklopedisi* adlı YouTube kanalında yaklaşık yedi dakikalık bir videoda ele alınmaktadır.³

Türkçe literatürde Herzog temel olarak iki bağlam içinde anılmaktadır. İlki 1938'de yaşanan radyo paniği olayının ardından Hadley Cantril ve Hazel Gaudet ile birlikte gerçekleştirdikleri *The Invasion from Mars* (Marşlıların İstilasını)⁴ başlığıyla yayımlanan çalışmadır (Özçetin, 2018, ss. 102-103; Tokgöz, 2015, s. 139). İkinci bağlam ise Kullanımlar ve Doyumlar (KD) araştırmalarıdır. KD araştırmalarının tarihsel kökenleriyle bağlantılı

³ Bkz. <https://www.youtube.com/watch?v=3QjSPYY5AaI>

⁴ Bu makalede adı geçen kitap ve makalelerin hemen hiçbirinin Türkçe çevirisi bulunmadığından orijinal isimleri kullanılmış; ancak çalışmadan ilk kez bahsedildiği yerde Türkçe söyleniş parantez içinde verilmiştir.

olarak Herzog'un 1940'larda yaptığı dinleyici çalışmalarına Türkçe literatürde göndermeler söz konusudur. Ancak bu çalışmaların KD araştırmaları içinde değerlendirilip değerlendirilemeyeceğine ilişkin bir tartışma bulunmamakta, aksine bu yönde yaygın bir kabulün olduğu gözlemlenmektedir. Diğer yandan Herzog'un özellikle metodoloji alanında yaptığı diğer katkılar ve dahası alanın kurumsallaşması sürecinde oynadığı öncü rol göz ardı edilmektedir.

Bir literatür incelemesi olan bu çalışmanın amacı, Viyana'daki araştırmalarından başlayarak Radyo Araştırma Bürosu'ndan ayrılışına kadar olan dönemde Herzog'un akademik iletişim çalışmaları alanına yaptığı katkıları değerlendirerek Türkçe literatür açısından görünür kılmaktır. Bu bağlamda çalışmanın temel sınırlılığı, Herzog'un yalnızca 1933-1943 dönemindeki çalışmalarını ele alması ve bu dönemde yaptığı ticari araştırmaları dışarıda bırakmasıdır. Çalışma, Herzog'u odağa alarak alanın kurumsallaşması sürecinde kadın araştırmacıların oynadıkları etkin rolü hatırlatarak alanın tarihinin toplumsal cinsiyet perspektifinden değerlendirilmesinin önemine dikkat çekmeyi hedeflemektedir. Alanın tarihini anlatma biçimimiz üzerinde yeniden düşünmeyi öneren bu betimleyici çalışma, öncelikle iletişim araştırmalarının tarihyazımından kadın araştırmacıların silinmesini ele almakta, ardından Herzog'un çalışmalarına odaklanmaktadır. *The Invasion From Mars* çalışmasının yanı sıra, dönemin popüler radyo programları üzerine yaptığı araştırmalar ile yine o dönemde bir iletişim araştırması alt kategorisi olarak sınıflandırılan mektup çalışmalarına katkıları incelenmektedir.

Kitle İletişim Araştırmaları Tarihyazımı İçerisinde Kadın Araştırmacılar

Kitle iletişim araştırmaları 20. yüzyılın ilk yarısında ABD'de kurumsallaşmaya başlamış; Columbia Üniversitesi ise 1930'ların sonlarından itibaren kamuoyu yoklamaları, oy verme davranışları ve pazar araştırmalarıyla bu alanda önemli bir merkez haline gelmiştir (Scannell, 2020, s. 18). Bu üniversite bünyesinde yer alan Radyo Araştırma Bürosu ve sonraki adıyla Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu'nda yapılan ve Rockefeller Vakfı tarafından finansal olarak desteklenen çalışmalar, kitle iletişim araştırmaları alanına uzun yıllar damga vurmuştur.

Pooley'nin (2017, s.5) belirttiği gibi, yeni gelişen kitle iletişim araştırmaları alanı İkinci Dünya Savaşı sonrası bir meşruiyet sorunuyla karşı karşıya kalmış ve bu sorunu çözmek üzere bir tarihe ihtiyaç duymuştur. İhtiyaç duyduğu bu tarih, 1950'lerin sonundan 1970'lerin ortalarına kadar, çoğunlukla lisans ders kitaplarında yeniden üretilen ve ABD'de kitle iletişim araştırmalarının yükselişine odaklanan iki hikâye aracılığıyla anlatılmıştır (Simonson ve Park, 2015, s.4). Bunlardan ilki, Columbia Üniversitesi bünyesinde yapılan iletişim araştırmalarına temellenir. Buna göre Lazarsfeld ve ekibi, önceki dönemde hâkim olan hipodermik iğne modelini gözden geçirerek insanları süreç içinde yeniden keşfeden iletişimin iki aşamalı akışı yaklaşımını ortaya koymuş ve sınırlı etki varsayımını temellendirmiştir (Pooley, 2008, s.45). "Kurucu babalar" fikri etrafında örülen diğer tarihyazımının şekillenmesinde ise Bernard Berelson'un "The State of Communication Research" (1959) başlıklı yazısı etkili olmuştur. Berelson'a göre, Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin ve Carl Hovland'ın temsil ettiği dört majör iletişim yaklaşımına benzer yaklaşımlar üretilememekte; yapılan çalışmalar birbirini tekrar etmektedir. Berelson'un temel tezi alanda artık yapılacak bir şey kalmadığı olsa da aynı zamanda kurucu babalar fikrinin yerleşmesine de yol açmıştır. Simonson ve Park (2015, s.4), bu mitin Wilbur Schramm ve Elihu Katz tarafından meşrulaştırıldığını hatırlatır.

1960'ların ortalarında bu iki tarihyazımı birleşerek “güçlü etkilerden sınırlı etkilere geçiş” şeklinde özetlenebilen anlatıyı oluşturmuş olmakla birlikte 1970'lerde ve 1980'lerin başında bu standart tarihe yönelik epistemolojik ve politik meydan okumalar ortaya çıkmıştır. Sosyal bilimlerin diğer dallarında aynı dönemde yaşanan alt üst oluşla paralellik gösteren bu meydan okumanın başlıca hedefi, Lazarsfeld ve Schramm gibi araştırmacıların temsil ettiği pozitivist ve davranışçı kitle iletişim araştırmasının egemen paradigmasıydı ve bu noktada eleştirel paradigma önemli rol oynamıştı (Pooley, 2008, s.46; Simonson ve Park, 2015, s.4). Ancak Pooley bu dönemde eleştirel paradigmadan gelen meydan okumanın tarihyazımı bakımından bir karşılığının olmadığını iddia etmektedir. Örneğin Todd Gitlin, 1978 tarihli ünlü "Medya Sosyolojisi: Egemen Paradigma" yazısında *Personal Influence* (Kişisel Etki) kitabını merkeze alarak egemen paradigmanın temel varsayımlarını eleştirmiş, ancak bu standart tarihi büyük ölçüde benimsemiştir (2008, s.44). Benzer şekilde Stuart Hall da “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü” (1999 [1982]) makalesinde iletişim çalışmalarında 1960'ların sonunda ortaya çıkan kırılmaya işaret ederek bu kırılmayla birlikte ideoloji meselesinin geri dönüşüne vurgu yaparken alanın standart tarih anlayışını yeniden üretmektedir.

Lana Rakow (2008, s.115), medya teorisi ve araştırmasına dair lisans ve lisansüstü ders kitaplarında tarihsel bir kanon oluşturmak üzere tekrar edilen “büyük adamlar, büyük olaylar, büyük yerler”e dayalı bir tarih anlayışının alanda istisnadan ziyade bir norm olduğuna işaret eder. Rakow, eleştirel medya teorisyenlerinin ana damar araştırmalara meydan okurken benzer bir tarih anlayışından hareket ettiklerini ve kendi “büyük adamlar, olaylar ve yerler” listelerini ikame ettiklerini ifade eder. Ona göre egemen kitle iletişim paradigmasının öğrencileri, Lasswell, Lazarsfeld, Lippmann vd. içeren “kurucu babalarını” ezberle söylemekte sıkıntı yaşamazlar. Diğer yandan eleştirel paradigmanın öğrencileri ise Dewey, Hall, Adorno, Foucault gibi adları sayacaktır. Kısaca, paradigmanın değişmesi isimleri değiştirmekte, ancak iletişim araştırması alanının erkek egemen tarihi değişmemektedir.

İkinci dalga feminizmle birlikte 1960'lar ve 1970'lerden başlayarak medyayı odağa alan çalışmalar yürütülürken bir yandan da kadınların varlığını görünmez kılan bu tarihyazımları sorgulanmaya başlanmıştır. Ancak feminist eleştirilerin tarihyazımını şekillendirmesi yavaş ve dolaylı şekilde gerçekleşmiş, 1990'lara dek daha ziyade dağınık çabalar söz konusu olmuştur. Sosyal bilimler ve beşeri bilimler içerisindeki daha geniş bir sorgulama sürecinin parçası olarak, feminist araştırmacılar, çeşitli disiplinlerin temel sayılıklarını eleştirirken aynı zamanda bilme sürecini ve nesnelere yeniden ele almış ve bilgi üretiminin toplumsal dinamiklerine dikkat çekmişlerdir (Simonson, Park ve Pooley, 2022, s.4, 6). Daha açık ifade edilirse, toplumsal cinsiyetin bir yapısal kategori ve toplumsal inşa olarak kavranması, hâkim iktidar yapıları ile mevcut bilginin ve bunun kaynaklarının detaylı bir şekilde incelenmesiyle sonuçlanmıştır (Thiele, 2016, s.154).

Jansen (1993, s.142), toplumsal cinsiyete dayalı dışlamaların, iletişim çalışmalarının tarihsel inşasında tesadüfi değil, kurucu güçler olduğuna işaret eder. Jansen'e göre 1970'lerde ve 1980'lerin başında feminist araştırmacılar toplumsal cinsiyete dayalı farklılıkları ortaya koyan ampirik çalışmalarla eril tahakkümü kanıtlamıştı, ancak bundan daha önemli olarak feminist araştırma toplumsal cinsiyetin toplumsal davranışı açıklamada yalnızca bir değişken olmadığını aslında farkı yarattığını keşfetmişti. Bu keşif, feminist araştırmanın geleceğini radikal bir biçimde değiştirmekle kalmayıp aynı

zamanda feminist sosyologların ve tarihçilerin geçmişi kavrama biçimlerini de dönüştürdü.

Jansen'in bu önemli makalesinden sonra dağınık çalışmalarla, iletişim çalışmaları tarihinde kurucu bir güç olarak toplumsal cinsiyete ilişkin sistematik bir anlayış geliştirilmiştir. Örneğin Robinson (1998), alandaki feminist araştırmayı marjinalleştiren bilgi tekellerine dikkat çekmiş; Dorsten (2004) 1940'larda ve 1950'lerde kadın yazarlı araştırmaların dışlanması açıklamak için feminist bakış açısı epistemolojisini kullanmıştır. Yine Margaret Rossiter'in (1993) "Matilda etkisi" kavramından yararlanarak kadınların çeşitli bilim alanlarından sistematik olarak görmezden gelinmesini ifşa eden çalışmalar yapılmıştır (Ashcraft ve Simonson, 2016, s. 49). Feminist araştırmacıların iletişim araştırmalarının tarihyazımına yönelik bu müdahaleleri, "ırk, dil, sömürgecilik, jeopolitik konum, kurumsal olarak onaylanmış ayrıcalıklarla bağlantılı dışlamaların alanın geçmişinin resmi ve gayri resmi olarak şekillendirilmesindeki önemli rolüne" (Simonson vd., 2022, s.3) dikkat çeken diğer müdahalelerle birleşerek yeni tarihyazımları için alan yaratmıştır.

Radio Araştırma Bürosu'nun "Kıyısında" Kadın Araştırmacılar

Gerek kurucu babalar miti ve gerekse iki aşamalı akış yaklaşımını merkezine alan anlatılar, kadınların alandaki mevcudiyetini marjinalleştirse de ABD'de iletişim araştırmalarının kurumsallaşma sürecinde, akademideki varlıklarını görel olarak kolaylaştıran tarihsel koşulların da etkisiyle, Radio Araştırma Bürosu'nun faaliyetlerinden itibaren kadınların önemli işler gördükleri bilinmektedir.

Sayılarını tam olarak tespit etmek zor olmakla birlikte Robinson'un (2011, s.35) da işaret ettiği gibi Büroda çalışan kadın araştırmacıların pasif bir vitrin olarak görülmesi mümkün değildir. Kadın araştırmacıların hem sayısal olarak hem de çalışmalarının hacmi bakımından etkin bir konuma sahip olduğunu çeşitli araştırmacıların yaptığı sayımlar göstermektedir. Örneğin Rowland ve Simonson'a (2014, s.9) göre, 1937'den başlayarak 1940'lar boyunca kadınlar, raporların ve yayınların en az 34'ünü ya tek başına ya da ortak yazarlı olarak kaleme almıştır. En az 20 kadın, Columbia grubunun kitaplarında görüşmeci, araştırma görevlisi ya da sekreter olarak faaliyet göstermiş ve aslında bu görevlerle akademide tanınmaya yetecek kadar alana katkıda bulunmuştur. 1937-1945 döneminde yayımlanan makale ve araştırma raporlarına dair bir başka sayım ise ilk 10 yazarın 6'sının kadın olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre ilk sırada Lazarsfeld, ikinci sırada Herzog ve üçüncü sırada ise Marjorie Fiske bulunmaktadır (Fleck, 2011, s.216-217). 1949 sonrasındaysa kadınların oranları düşmektedir. 1937'den 1948'e kadar, kadınlar, raporların %50'sinde ve yayımlanan makalelerin %22'sinde birinci yazardır. Ancak 1949'dan 1955'e kadar olan dönemde, kadınlar tüm raporların sadece %20'sinin ve yayımlanan makalelerin %9'undan azının birinci yazarı olmuştur (Rowland ve Simonson 2014, s. 9). Bu düşüşün gerisinde 1947'de çıkarılan Gazi Yasası ile kadınların evlerine geri çağırılması bulunmaktadır. Savaş sırasında erkeklerin işgücünde boşalttıkları pozisyonlara geçmeleri kampanyalarla desteklenen kadınlar, savaşın bitiminde gazilerin, dahası erkeklerin işlerini "çalmamaları" için uyarılmış ve nihayetinde çeşitli sektörlerdeki işlerini kaybetmiştir (Douglas, 2006, ss.43-44). Bu durum Büro bünyesinde yapılan çalışmalara da yansımış ve savaş sırasında etkin biçimde çeşitli pozisyonlarda çalışan kadınların katkıları bakımından dikkat çekici düşüşler yaşanmıştır.

Kadınların çeşitli düzeylerdeki çalışmalarına rağmen Bürodaki iş bölümü toplumsal cinsiyete dayalıdır. İş bölümünün toplumsal cinsiyet temelli yanlılığı, kadınlara ve erkeklere verilen işlerin niteliklerinde karşımıza çıkar. Buna göre yüksek statülü olarak değerlendirilebilecek kavramsal ve metodolojik çalışmalar ve proje liderliği gibi işler genellikle erkeklere ayrılırken, kadınlara ise düşük statülü ve “beden işi” olarak adlandırılabilir işler düşmektedir. Yüz yüze görüşmelerin gerçekleştirilmesi, analizden geçen kâğıt tabanlı metinlerin elden geçirilmesi, Hollerith makinesi için veri kartlarının ayrılması ve delinmesi, Lazarsfeld-Stanton program çözümleyicisinin çalıştırılması, saha çalışmalarında anketörlerin işe alınması gibi işler kadın araştırmacıların sorumluluğundadır (Rowland ve Simonson, 2014, s.9). Hristova (2022, s.656) da kadınların orantısız bir şekilde ticari araştırmalarda, erkeklerin ise akademik araştırmalarda çalıştığını ortaya koyar. Ticari araştırmaları yürüten kadınlar, Büroyu finansal olarak ayakta tutarak akademik çalışmaları sübvans etmiştir. Hristova’ya göre, Bürodaki toplumsal cinsiyete dayalı bu iş bölümü, kadınların iletişim ve medya araştırmalarında temel figürler olarak hatırlanmak yerine, büyük ölçüde unutulmasına ve Büro hakkındaki hikâyelerden silinmesine yol açmıştır

Herta Herzog: Bir “Kilometre Taşı”nın⁵ Geç Hatırlanan Çalışmaları

1910 yılında Viyana’da doğan Herta Herzog’un akademik yaşamı 1928’de Viyana Üniversitesi’ne girmesiyle başlar. Burada Charlotte Bühler ve Karl Bühler’in kurduğu Psikoloji Enstitüsü’ne giren Herzog, 1933’te Bühler’in danışmanlığında doktora tezini tamamlar. 1935 yılında göç ettiği ABD, akademik yaşamının önemli bir bölümünün geçtiği yer olur. 1970’li yıllara kadar ABD’de çalışmalarını sürdüren Herzog, emekliliğinin ardından yeniden Avrupa’ya dönerek Almanya ve Avusturya’da dersler verir ve 2010 yılında Avusturya’nın Tirol kentinde hayatını kaybeder (Herzog, 1994; Klaus ve Seethaler, 2016, s.239).

Perse’e göre (1996, s.208), Herzog’un altmış yıllık kariyeri üç döneme ayrılır: Bu çalışmanın odağında bulunan ilk dönemde Radyo Araştırma Bürosu’nda radyo dinleyicileri üzerine çalışmalar yapmıştır. 1943’te başlayan ikinci dönemde Bürodan ayrılarak özel sektöre geçmiş ve çalışmalarını bu yönde sürdürmüştür. Uluslararası bir reklam ajansı olan McCann Erickson’da nitel araştırmayla görevlendirilen Herzog, 1948’de departman başkanı ve sonra ajansın araştırma bölümünün başı olmuştur. Emekliliğine dek süren bu yıllarda pazar araştırmalarıyla, özellikle de kullandığı araştırma yöntem ve teknikleriyle öne çıkmıştır. McCann’e katıldıktan sonra, çalışmalarının çoğu müşteri tarafından finanse edilen çalışmalar olduğundan yayımlanmamıştır. Bu dönemde yalnızca radyodaki gelişmelerin özetini ve o yıllarda *Voice of America*’ya yazılan mektupların analizini yayımlamıştır. Emekliliğinden ölümüne kadar olan üçüncü dönemde yeniden akademik iletişim araştırmaları alanına giren Herzog, özellikle televizyon izleyicilerinin kod açıklamaları üzerine çalışmış ve ünlü televizyon dizisi *Dallas* ile ilgili çalışmalar yapmıştır (Klaus ve Seethaler, 2016, ss.240-241; Perse, 1996, s.209).

Viyana Yılları: Ses ve Kişilik

Herzog’un Viyana Üniversitesi’nde tamamladığı doktora tezi, o dönemde yeni bir kitle

⁵ “Kilometre taşı” ifadesini Lowery ve DeFleur’e atıfla kullanıyorum.

iletişim aracı olan radyoyla ilgilidir. Herzog, İngiliz psikolog T. H. Pear'ın ses ve kişilik arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasından esinlenerek psikolojik bir deney hazırlamıştır. Avusturya'daki ilk geniş çaplı deney olması nedeniyle dikkat çeken bu çalışmada Herzog nitel ve nicel araştırma yöntemlerini birlikte kullanmıştır. Nitekim Herzog, kariyeri boyunca bu iki araştırma türünü ustalıkla bir arada kullanabilen bir araştırmacı olacaktır (Herzog, 1994; Klaus ve Seethaler, 2016, ss.241-242).

Herzog'un 1933'te tamamladığı *Stimme und Persönlichkeit* (Ses ve Kişilik) başlıklı çalışması üç aşamalıdır. İlk aşamada "iç gözlem" yöntemini kullanarak radyo yayınlarında yer alan kişilerin özelliklerinin ayrıntılı tanımlarını derlemiş ve dinleyicilere dağıtılan anketler yoluyla gerçekleştirilecek bir deney hazırlamıştır. Anketler şehirdeki tütün dükkânlarına dağıtılmış ve 2700 katılımcıya ulaşılmıştır. İkinci aşama, kimliği belirsiz dokuz kişi tarafından radyoda bir metnin okunmasını ve yayını dinleyenler tarafından doldurulan anketlerin istatistiksel değerlendirmelerini içerir. Üçüncü aşama, yanıtlayıcıların deneyimlerine ve spontane yorumlarına dayanan istatistiksel sonuçlar için fenomenolojik bir açıklama sağlama girişimidir. Araştırmanın birinci ve üçüncü aşamaları daha çok Bühler'in psikolojik teorisiyle bağlantılı iken, ikinci aşama sosyolojik sonuçlar üretmiş ve istatistiksel analizin ilk örneklerinden birini temsil etmiştir (Herzog, 1994; Jerabek, 2017, s.26).

Araştırmanın ikinci aşamasına daha yakından bakıldığında, Herzog'un amacının dinleyicilerin sesten ve diksiyondan çıkarsadıkları kişisel özellikleri incelemek olduğu anlaşılmaktadır. Cinsiyet, yaş, fiziksel görünüş ve meslek bakımından farklılaşan anonim konuşmacılar, aynı metni bir hafta boyunca takip eden günlerde okumuştur. Daha sonra dinleyicilerden konuşmacıların her birinin cinsiyetini, yaşını, mesleğini, fiziksel görünümünü tahmin etmesi, emir vermeye alışkın olup olmadığına dair fikir yürütmesi ve konuşmacının sesini hoş bulup bulmadıkları hakkında yorum yapması istenmiştir. Deneyin ilginç yönü, dinleyicilerin konuşmacıların emir vermeye ne kadar alışkın olduklarına dair tahminleridir. Jerábek, "emir vermeye alışkın" ifadesinin daha sonra Büro bünyesinde yapılan araştırmalarla ortaya konan iletişimin iki aşamalı akışı teorisinin "kanaat önderi" ya da Merton'ın "etkileyiciler" (*influentials*) kavramının öncüsü olduğunun düşünülebileceğini belirtir. Herzog'un "emir vermeye alışkın" kategorisi "etki sahibi insanları" tanımlamaya yönelik ilk girişimlerden biridir (2017, ss. 26-28).

Tezin temel önemi, Herzog'un daha sonra Amerika'da yapacağı araştırmaların teorik ve ampirik temellerini şekillendirmiş olmasıdır. Bu bağlamda, tez, iletişim çalışmalarının ve özellikle de kitle iletişim araçlarının etkisine ilişkin analizlerin ilk örneklerinden biridir. Hem deneyin tasarımı hem de analizi açısından Herzog'un özgün katkısı ise Bühler'in teorisi ile Lazarsfeld'in ampirisizmi arasında bir alan yaratabilmiş olmasıdır (Epping-Jager, 2016, s.43).

Doktorasını tamamladıktan sonra Viyana Üniversitesi Psikoloji Bölümü'nde asistan olan Herzog, ABD'ye giden Lazarsfeld'in derslerini ve doktora öğrencilerini üstlenmiştir. 1935'te ise o da ABD'ye göç etmiş ve bir yıl sonra Lazarsfeld'le evlenmiştir. Yaklaşık dokuz yıl süren bu evlilik, Herzog'a, "Lazarsfeld'in ikinci eşi" (!) sıfatını kazandırmıştır.

Herzog'un Radyo Araştırma Bürosu'nda Yaptığı Çalışmalar

Herzog, ABD'deki ilk yıllarında Robert Lynd'in araştırma asistanı olarak görev almıştır. Lynd'in çalışmalarına yaptığı yardımlardan sonra Lazarsfeld'in yöneticisi olduğu Radyo

Araştırma Bürosu'na katılmış ve 1939'da Büronun yönetici yardımcısı olmuştur (Herzog, 1994; Fleck, 2021, s.57). Büro, 1930'lu yıllarda radyonun hızla yayılması ve ticari yayın ağlarının yükselmesiyle radyo yayıncılığının önemli bir araştırma sahası haline gelmesinin bir sonucu olarak kurulmuştu. Radyo istasyonları, ticari girişimlerini etkin bir biçimde yönetilebilmek, hizmetlerini reklamcılara satılabilmek için izleyicinin büyüklüğünü, bileşimini, yayımlanan programları beğenip beğenmediklerini ve radyo yayınların etkilerini bilme ihtiyacı duymaktaydı (Rogers, 1992, s.467-468). Bu yıllarda radyo dinleyicilerine dair araştırmaların yapılması yönündeki önemli bir adım ise Rockefeller Vakfı'nda çalışan John Marshall'dan gelmiştir. Marshall, endüstri temsilcileriyle görüşmüş; Hadley Cantril ve CBS'te araştırma direktörü olan Frank Stanton ile "radyonun toplum üzerindeki etkileri" ile ilgili bir projenin hazırlanmasına karar vermiştir. Rockefeller Vakfı tarafından mali olarak desteklenen radyo araştırma projesinin başına Lazarsfeld yönetici olarak getirilmiş, Stanton ve Cantril ise yönetici yardımcıları olarak görev almıştır (Tokgöz, 2015, s.134-135). Proje, Princeton Üniversitesi'nde başlamış olması nedeniyle önce Princeton Radyo Projesi olarak adlandırılmış ve 1939 yılında ise Columbia Üniversitesi'ne taşınmasıyla Radyo Araştırma Bürosu'na dönüşmüştür. Büro, 1944 yılında Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu adını almış ve erken dönem iletişim araştırmalarıyla neredeyse özdeşleşmiştir⁶ (Herzog, 1994; Jefábek, 2017, s. 3).

Lazarsfeld'in yönetimindeki Büro, birkaç yıl içerisinde radyo içeriğini ve radyo dinleyicilerinin demografisini analiz eden çok sayıda çalışma yürütmüştür. Herzog da 1943 yılına kadar bulunduğu Büroda pek çok araştırmada yer almış; radyo dinleyicilerine dair araştırmalarıyla ve bu araştırmalarda kullandığı metodolojiyle öne çıkan bir figür olmuştur. Öyle ki Herzog, Lazarsfeld'den sonra en üretken ikinci kişidir. Fleck'e göre Herzog en az 19 farklı makaleye çeşitli düzeylerde katkıda bulunmuştur ve makalelerin toplamı 652 sayfaya ulaşmaktadır (2021, s. 57). Klaus ve Seethaler'in (2016, s. 240) işaret ettiği gibi, bu veriler Herzog'un Büronun tarihinde oynadığı kurucu rolün güçlü bir göstergesidir. Buna rağmen Herzog erkek meslektaşlarıyla karşılaştırıldığında oldukça düşük ücretler almış,⁷ ayrıca teorik ve metodolojik katkılarından kaynaklanan itibar da erkek meslektaşlarına atfedilmiştir. İtibarın erkek araştırmacılara atfedilmesiyle ilgili en önemli örneklerden biri, 1938'in sonlarında başlanan ve *The Invasion From Mars* adıyla yayımlanan radyo araştırmasıdır.

Marslıların İstilasısı: Herzog'un Yazarlıktan Silinmesi

Herzog'un Hadley Cantril ve Hazel Gaudet ile birlikte gerçekleştirdiği *The Invasion From Mars* başlıklı çalışmanın konusu, H.G. Wells'in *Dünyalar Savaşı* adlı romanından hareketle Orson Welles'in CBS'te hazırladığı radyo programının yarattığı paniktir.

⁶ Bu çalışmada, kuruluşlar arasındaki süreklilik nedeniyle kısaca Büro sözcüğü kullanılmıştır.

⁷ Cantril'in başlangıçta Lazarsfeld'e yedi bin dolar, Herzog için ise bin dolar teklif ettiği anlaşılmaktadır. Yapılan pazarlıkla Herzog'un maaşı iki katına çıkarılabilmektedir. Yine Büronun ilk yıllarında araştırmacılara sayfa başına ödenen ücretler bakımından da Herzog'un çok düşük ücretlere çalıştığı görülmektedir. Örneğin Cantril ve Adorno'ya sayfa başına 42'er dolar, Herzog'a ise yalnızca 1,39 dolar ödenmiştir (Fleck, 2011, ss. 166, 219).

Tiyatro oyunu olduğu anons edilmiş olsa da yaklaşık altı milyon kişiye ulaşan program, bir milyondan fazla dinleyicinin Marslıların dünyayı işgal ettiğine inanarak panik yaşamalarına yol açmıştır. Yaşanan panik, konuyla ilgili bir araştırma yapma fikrini daha o akşamdan gündeme getirmiştir. Pooley ve Socolow (2013, ss. 35-36), CBS'e giden Stanton'un hemen bir anket hazırlayarak hızlıca veri topladığını belirtir. Ancak Stanton bu verileri, halkı paniğe sevk etme suçlamasıyla karşılaşmamak için yayımlamamıştır. Fleck (2011, s. 186) ise, Lazarsfeld ve Herzog'un programın yayımlandığı akşam bu fenomeni derinlemesine incelemeye karar verdiklerini ve ayrıntılı bir proje önerisi yazarak CBS araştırma fonundan para istemek için Stanton ile iletişime geçtiklerini belirtir. Özetle yayının yol açtığı panik, Büronun yönetici kadrosu için radyonun gücünü ve etkisini araştırmak bakımından önemli bir fırsat olarak görülmüş ve zaman kaybetmeden araştırmaya başlanmıştır.

Stanton yalnızca danışman olarak projeye destek vermiş; Lazarsfeld, Cantril, Herzog ve Gaudet ise projede aktif olarak yer almıştır. Başlangıçta Lazarsfeld ve Cantril finansal destek alabilmek için çalışırken, Herzog ve Gaudet, araştırmanın gerçekleştirilmesi yönünde ilk adımları atmıştır. Herzog, yayından yalnızca üç gün sonra sahada dinleyicilerle derinlemesine görüşmelere başlamıştır. Gaudet de 1938'in sonlarından itibaren veri toplama ve analiz etmede aktif görev almıştır. Cantril'e göre Gaudet'nin yalnızca görüşmelere dair tabloların hazırlanmasında değil tablolarda ortaya çıkan pek çok fikrin oluşturulmasında önemli katkıları vardır (Pooley ve Socolow, 2013, s. 43). Buna rağmen yayın öncesi aşamadan başlayarak bu iki kadın araştırmacının yalnızca katkıları değil varlıkları da görmezden gelinmiştir.

Cantril, Rockefeller Vakfı'na verdiği araştırma önerisinde Lazarsfeld, Stanton ve kendisinin hâlihazırda bir ön araştırma konusunda iş birliği yaptıklarını söyleyerek Herzog'un araştırmacının ilk gününden itibaren yaptığı çalışmaları yok saymıştır (Pooley ve Socolow, 2013, ss.41-42). Araştırmacının kitaplaştırılması ise Herzog ve Gaudet'nin dışlanması daha da belirginleştirmiştir. Cantril, kitaba yazar olarak yalnızca kendi adını koymuş, iki kadın araştırmacının adlarını ise "yardımlarıyla" ibaresinin ardına yerleştirmiştir. Fleck'in (2011, s.187) belirttiği gibi, Cantril henüz kitabı hazırlarken kendisini "yazarlığı Herzog'un pahasına tekeline almakla" suçlayan Lazarsfeld ile ciddi bir tartışmaya girmiştir. Cantril, kitabın önsözünde Herzog'un araştırma başlamadan önce panikle ilgili bağımsız bir anket gerçekleştirdiğini, onun deneyimi ve içgörüsü sayesinde, kitapta kullanılan görüşme planını hazırlayabildiklerini belirtir. Ayrıca Herzog'un ilk çalışmanın kontrollerini yaptığını ve sekizinci bölümdeki vaka çalışmalarını analiz ettiğini ekler (Cantril, Gaudet ve Herzog, 1940, s. xiii). Sonuçta tek yazar olarak Cantril'in adıyla yayımlanan ve Büronun en bilinen yayınlarından biri olan bu çalışma, Cantril ile ilişkilendirilmiş, pek çok bibliyografik referans Herzog ve Gaudet'nin "yardımlarını" dışında bırakmıştır (Pooley ve Socolow, 2013, s. 50).

Yaşanan panik, başlangıçta hipodermik iğne modelinin onaylanması olarak değerlendirilmişse de bu değerlendirme söz konusu araştırmayla büyük darbe almış ve araştırma, 1940'lar boyunca Büroda yapılan diğer araştırmalarla geliştirilen sınırlı etkiler yaklaşımına kapı aralanmıştır. Zira yayını dinleyenlerin tümü paniğe kapılmamış, yalnızca bir bölümü yayından etkilenmiştir. Bu vurgu, bir yandan Stanton'un yayımlanmayan ancak verileri kitaba dâhil edilen ilk araştırmacının temel bulgularından biri olan "eleştirel yeti" ile ilgili olduğu kadar Herzog'un ilk otuz görüşmeye dayanarak ortaya koyduğu "kontrol etme" fikriyle de yakından bağlantılıdır (Pooley ve Socolow,

2013, s. 36-40). Herzog'un sorduğu "Neden bazı dinleyiciler yayının geçerliliğini kontrol etti de diğerleri kontrol etmedi?" sorusu, yayını dinlediği halde paniğe kapılmayanların durumunu açıklamaya imkân tanımıştır. Tüm çalışma açısından merkezi öneme sahip bir fikri ortaya koyan ve esasen çalışmanın ampirik malzemesini sağlayan Herzog'un (Gaudet ile birlikte) yazarlıktan silinmesi ise onun erkek egemen akademik dünyada marjinalleştirilmesinin örneklerinden yalnızca biri olmuştur.

Popüler Radyo Programları Üzerine Çalışmalar: Bilgi Yarışmaları ve Gündüz Seriyalleri

Büronun yayımladığı ilk kapsamlı kitap olan ve radyonun kitleler üzerindeki etkisine dair kaygı tarafından şekillendirilen (Scannel, 2016, s.35) *Radio and the Printed Page*'in (Radyo ve Basılı Sayfa) girişinde, Lazarsfeld, giderek karmaşıklaşan toplumsal yaşamda iletişim araçlarının oynadığı rolün araştırılmasının önemine dikkat çeker (1940, s.xi). Kitabın temel sorusu, radyonun, klasik müzik, *talk show*lar ve eğitim programlarını milyonlara ulaştırma yeteneğiyle, kitap ya da gazete okumayan, müzelere ve senfoni salonlarına gitmeyen kitlelerin "ilerlemesine" katkıda bulunup bulunmadığıdır (Douglas, 2004, s.141).

Radyonun fikirlerin iletimindeki rolünün karşılaştırmalı olarak incelendiği çalışmada öncelikli olarak radyo programları ciddi programlar ve hizmet programları şeklinde ikiye ayrılmıştır. Ciddi programların tam olarak tanımı yapılmamış, ancak bazı programların adları anılmıştır. Ciddi programlar, genel olarak ciddi basılı materyalleri okuma olasılığı düşük olana kişilere ulaşmaz. Yine de ciddi dinlemenin kapsamının zaman geçtikçe ve insanlar bu programlara alıştıkça artabilmesi mümkündür. Hizmet programları kategorisi ise ev ekonomisi, kişisel gelişim ya da hobilerle ilgili programlar için kullanılmaktadır. Bu programlar kişinin kendi bilgisini ya da becerisini desteklemek için hissettiği kişisel ihtiyaçtan ve yetersizlikten ortaya çıkar (1940, ss. 8-10). Bu iki program türü arasındaki sınırlar belirgin olmasa da hizmet programları daha büyük bir izleyici kitlesine sahip olma ve daha düşük kültürel seviyedeki izleyicilere hitap etme bakımından farklıdır (ss. 48-50).

Herzog, hizmet programları içerisinde yer alan *Professor Quiz* adlı yarışma programına dair araştırmasıyla kitapta yer alır. Ancak bu bölümün Herzog'a ait olduğu yalnızca bir dipnotta belirtilmektedir ve dolayısıyla bazı kaynaklarda çalışma Lazarsfeld'e ait olarak gösterilmiştir.⁸ Bir bilgi yarışması olan ve kamuoyunca "eğitici" olarak bilinen program, daha ziyade toplumsal skalanın alt kesimlerinde bulunan geniş bir dinleyici kitlesine ulaşır. "Professor Quiz: A Gratification Study" başlıklı çalışmanın amacı, programın dinlenmesinin temelindeki güdeleri ve sağladığı doyumları ortaya koymaktır. Herzog, bu doğrultuda sekizi kadın üçü erkek toplam 11 kişiyle derinlemesine görüşmeler yapar ve programın dinlenmesiyle ilgili dört ayrı güdü belirler: rekabet, eğitim, öz-değerlendirme ve sportif (1940, ss.64-66). Daha sonra her birinin dinleyicilere sağladığı doyumları inceler.

Derinlemesine görüşmelerin hemen hepsinde dile getirilen rekabetçi güdüde rekabet,

⁸ Örneğin Garfinkel, 1987. Bu çalışmayı erken dönem doyum çalışmalarından biri olarak nitelendiren Katz, Haas ve Gurevitch ise Herzog yerine Cantril'i yazar olarak göstermiştir (aktaran Klaus, 2016, s.102).

farklı biçimlerde ortaya çıkabilir. Ancak önemli olan Herzog'un yarışmaya katılımın bir kişinin özsaygısını güçlendirmeye yahut hayal kırıklıklarından kurtulmaya hizmet ettiği yönündeki iddiasıdır. Yalnızca bir kişinin üniversite eğitimi aldığı, dolayısıyla az eğitimlilerden oluşan örneklemde rekabetçi ruh daima üniversitelilere yönelmektedir. Bu dinleyiciler için bilgi yarışması, entelektüel bakımdan bir aşağılık duygusu için değil örgün eğitim almış insanlara duyulan hınc için bir boşaltım sağlar. Bu tespit, yarışmacıların "ortalama insanlar" olmasına dair tercihlerle de uyum halindedir. Herzog'a göre dinleyiciler eğer bir yarışmacıyı destekleyecekse kendilerine en çok benzeyeni seçmekte; bu sayede, üniversite mezununun yenilgisinden memnuniyet duymaktadır (1940, ss. 66-70).

Herzog, programın dinleyicilerinin okumanın kendileri için bir sorun olduğu toplumsal ve entelektüel bir tabakadan oluştuğunu ifade eder. Bu nedenle gerçek hayatta eğitim fırsatına sahip olmayan katılımcılar açısından program eğitsel amaçlarla kullanılmaktadır. Kitap okumanın önemini kabul eden ancak okumaya vakti olmayan yahut vakit ayırmayan kişiler bilgi yarışması aracılığıyla öğrenirler. Herzog bu durumu, katılımcıların eğitim eksikliklerinden kaynaklanan toplumsal ve entelektüel yetersizliğin farkında oldukları, ancak bunu ortadan kaldırmak için hiçbir fedakârlık yapmaya istekli olmadıkları şeklinde yorumlar. Program, kendilerini geliştirmek için hiçbir şey yapmamaları nedeniyle yaşadıkları suçluluk duygusundan onları kurtarmaktadır (ss.80-81). Ancak dinleyiciler, Herzog'a göre yarışma programından "dağınık ve ilgisiz bilgi parçaları" elde etmekte ve program onlarda okuma ya da daha geniş bir referans çerçevesi geliştirme arzusu yaratmamaktadır (Douglas, 2004, s.146).

Özetle, Herzog, "eğitici" olarak bilinen programın bu niteliğini sorgular. Ona göre insanların en çok bilgi edindiğini iddia ettiği programların yayıncılarının eğitimciler değil reklamcılar olması ve dolayısıyla radyonun, okumanın işlevlerini tamamladığı noktada eğitimcilerin sorumluluk sahibi olmayışı dikkate alınmalıdır. Herzog, bu tür programların standartlarının yükseltilmesi gerektiği kanaatinde; böylece radyo fikirlerin iletiminde matbaanın ötesinde bir adım atabilir. Bu bağlamda dinleyicilerin ne istediğini ve çok sayıda dinleyiciye nasıl ulaşabileceğini gösteren çalışmasından yayıncıların yararlanabileceğini ifade etmektedir (s.93). Görüldüğü gibi Herzog, kitabın temel sorunsalına uygun olarak, radyonun kitlelerin "ilerlemesine" nasıl katkıda bulunacağı üzerinde düşünmektedir. Yalnızca ciddi programlar yahut "yüksek kültür" ürünleriyle değil standartları yükseltilmiş popüler bir radyo programıyla da kitlelerin entelektüel düzeylerinin yukarıya çekilebileceği kanaatinde. Bu bağlamda Herzog'un, ticari yayıncılık sisteminin sınırları içinde kalarak, kitlelerin eğitiminin mümkünlik koşulları üzerine düşündüğü söylenebilir.

Herzog'un gündüz seriyalleri ilgili çalışmaları da onu iletişim araştırmalarının kurumsallaşma süreci içinde önemli bir figür haline getirmiştir. Nitekim bu çalışmalar Herzog'un, hem KD araştırmalarının öncüsü olarak tanınmasına, hem de 1980'lerde feminist izleyici araştırmaları içerisinde "keşfedilmesine" katkıda bulunmuştur. Gündüz seriyalleri, televizyon öncesi dünyada pek çok radyo istasyonunda çok sayıda kişiye ulaşan önemli bir program türü olarak yer alıyordu. Bu nedenle yayıncıların kimlerin dinlediği 1930'ların sonlarında dikkat çekici bir araştırma konusu haline gelmişti (Jeřábek, 2017, s.74). Büro da bu doğrultuda seriyallere dair araştırmalara yönelmiş; Lazarsfeld, Herzog'u bu konuda çalışmaya teşvik etmişti (Douglas, 2004, s.145). Kadın tüketiciler, özellikle de ev kadınları, ticari araştırmalar yürüten Büro açısından özel

öneme sahipti. Lazarsfeld'in Herzog'u bu alanda çalışmaya teşvik etmesinin gerisinde ise muhtemelen bir kadın araştırmacının ağırlıklı olarak kadın dinleyicilere sahip bir programı daha iyi analiz edebileceği fikri vardı (Liebes ve Klein-Shagrir, 2016, s.89).

Herzog'un gündüz seriyalleriyle ilgili ilk çalışması "On Borrowed Experience: An Analysis of Listening to Daytime Sketches" (Ödünç Alınan Deneyim Üzerine: Gündüz Dizilerini Dinleme Üzerine Bir Analiz) başlığıyla 1941'de yayımlanmıştır. Bu makalede Herzog, seriyallerin, dinleyicilerinin kendi hayatları ve karşılaştıkları sorunlar karşısındaki tutumları üzerinde etkisinin olup olmadığı sorusunu sorar ve New York bölgesinde programın dinleyicisi olan çeşitli yaş ve gelir gruplarından 100 kadınlı görüşmeler gerçekleştirir. Araştırma kapsamında seriyalleri düzenli olarak dinleyen kadınlara bu programların ne anlama geldiğine, programları neden dinlediklerine ve duyduklarıyla neler yaptıklarına dair sorular sorar (2004[1941], ss.139-140).

Herzog'a göre dinleyicilerin, en sevdikleri hikâyelerin içeriğiyle ilgili raporları neredeyse her zaman tek bir kalıplaşmış formüle indirgenir: "başını belaya sokmak ve beladan kurtulmak" (2004[1941], s.140). Dinleyiciler, seriyalleri, hayali ya da kurgusal değil de gerçek olarak kabul edip kendi kişisel sorunları açısından dinler. Seriyallerin dinleyicilerin yaşantıları içindeki güvensizliklerine ikame nitelikte çareler sunduğunu belirten Herzog, üç doyumunu türü ortaya koyar. İlk olarak, gündüz seriyallerini ya da dinleyicilerin ifadesiyle "hikâyeleri" dinlemek duygusal bir rahatlama sağlar. Bu programlar bazen dinleyiciye ağlama olanağı sunarak bastırılmış endişeleri için bir çıkış olanağı verir; bu tür duygusal deneyimleri başka türlü yaşamayanlara duygusal uyarılar ve heyecanlar temin eder. İkinci olarak seriyaller, dinleyicilerin dolaylı deneyimler edinmesine olanak verir. Dinleyiciler hikâyelerde olanların kendi başına geldiğini iddia eder. Hikâye içeriğini gerçekliğin bir ikamesi olarak kabul ederek hayatlarını yeniden şekillendirmek için kullanır. Üçüncü olarak ise hikâyeler, adaptasyon ideolojisi ve uyum reçetesi sağlar (2004[1941], ss.141-149).

Alt sınıflardan ev kadınlarının popüler bir tür olan gündüz seriyallerini dinleyerek elde ettikleri doyumları inceleyen bu çalışma, iletişim araştırmaları alanında kanonik metinlerden biri haline gelmiştir. Herzog, çalışmada, seriyallerin dinleyicisi olan kadınlarla derinlemesine görüşmeler yapmış ve onların deneyimlerini merkeze almıştır. Herzog'un bu yaklaşımı, onun klasik etki çalışmalarından farklı bir perspektifle meseleye yaklaştığına işaret etmektedir. Zira Herzog için önemli olan, dinleyicilerin tutum ve davranışları üzerindeki değişikliği ölçmekten ziyade onların anlam dünyası içinde seriyallerin nasıl bir yere sahip olduğunu ve elde ettikleri doyumları anlamaya çalışmaktır.

Gündüz seriyalleriyle ilgili bir diğer çalışması ise "What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners?" (Gündüz Seriyallerinin Dinleyicileri Hakkında Gerçekte Ne Biliyoruz?) başlığını taşır ve Lazarsfeld ve Stanton'ın derlediği *Radio research, 1942-1943* adlı kitapta yer alır. Kitabın giriş kısmında editörler kitabın derlenmesi sırasındaki koordinasyon işinin Herzog tarafından yapıldığını, onun çalışması olmasaydı bu kitabın ortaya çıkamayacağını belirtirler (1944, s.viii). Buna rağmen Herzog'a editör olarak itibar verilmemiş olması da dikkat çekicidir. Bu çalışmada da dinleyicilerin seriyallerden elde ettikleri doyumların araştırılmasının önemine dikkat çeken Herzog (1944, ss.3-4), bu doğrultuda beş hipotezi test eder. Dinleyiciler dinlemeyenlere göre 1) daha izole, 2) daha düşük entelektüel düzeye sahip, 3) kamu işlerinden çok kişisel sorunlarla ilgili, 4) daha

endişeli ve korku dolu, 5) radyodaki program tercihleri bakımından farklıdır. Hipotezlerin dört farklı veri setine⁹ dayanılarak test edildiği araştırmada Herzog, sonuncusu dışında hiçbir hipotezi bütünüyle doğrulayamamıştır. Radyo seriyallerini dinleyenler ile dinlemeyenler arasında toplumsal izolasyon, kamusal sorunlarla ilgilenme ve yaşantılarıyla ilgili daha endişeli olma bakımından anlamlı bir farklılık yoktur. Dinleyicilerle dinlemeyenler arasındaki farklılıklardan biri ilk grubun daha az eğitilmiş olmasıdır. Herzog'a göre bu programlar, "Amerikalı kadınların daha az eğitilmiş kesimi için başlıca eğlence biçimidir" (ss. 9-10). İki grup arasındaki en belirgin fark ise, radyoya karşı genel tutumlarında ortaya çıkar. Seriyallerin bağımlıları, dinlemeyenlere göre daha fazla radyo dinlemekte, ayrıca haber kaynağı olarak radyoyu, gazete ve dergilere tercih etmektedir (ss. 20-22).¹⁰

Hipotezlerini tamamını doğrulayamayan Herzog'a göre, ilk kanıtlar kadınların seriyallerden elde ettikleri doyumların karmaşık ve çoğunlukla da beklenmedik olduğunu göstermektedir. Bu nedenle kadınların programlara dair aktüel deneyimlerini ayrıntılı olarak incelemeyen verimli gözlemler yapılamaz (1944, s.23). Herzog, bu uyarıyı öncelikli olarak izleyici büyüklüğü ve kompozisyonu yahut etki çalışmalarıyla ilgilenenlere yönelik olarak yapmaktadır. Brundson ise bu sözlerin dinleyicilerin deneyimlerine özerklik ve karmaşıklık bahşettiğini ve sonraki izleyici araştırmaları için anahtar nitelikte olduğuna işaret etmektedir (aktaran Klaus, 2016, s.109).

Herzog'un bu çalışmanın sonucunda vurguladığı önemli hususlardan biri de seriyal yazarlarının toplumsal sorumluluğudur. Dinleyicilerin büyük bir bölümü bu programları ciddiye aldığı ve programlardan duyduklarını kendi özel hayatlarına uygulamaya çalıştıkları için, seriyallerin başlıca amacının eğitim değil de eğlence olduğu argümanı geçerli değildir. Herzog, yarattıkları etki nedeniyle seriyal yazarlarının üzerlerine düşen sorumluluğu yalnızca savaş zamanında değil barış zamanında da yerine getirmesini talep etmektedir. Radyo geniş dinleyici kitlelerine görevlerinin ne olduğunu söyleme alışkanlığı kazanırsa, savaşta sonra daha da önemli bir toplumsal enstrüman haline gelebilir (1944, s. 32-33).

Mektup Çalışması: "Tarih Yazmanın Yeni Bir Yolu"

Büronun radyo araştırmalarıyla bağlantılı bir başka odağı ise mektup çalışmalarıdır. 1930'ların sonlarından itibaren dinleyicilerin radyo programlarına ve spikerlerine yönelik duygu ve düşüncelerini ifade etmek üzere yazdıkları mektuplar araştırmalara konu olmuştur. Zira mektuplar, izleyicileri anlamak ve onlara yanıt vermek isteyen ya da kendi programları için sponsor arayan yayıncıların dikkatini çekmiştir. Bu çerçevede Büroda yapılan ve Rockefeller Vakfınca desteklenen mektup araştırmaları neredeyse

⁹ Çiftçi olmayan kadınlar arasında ülke çapında yürütülen bir araştırma; Iowa nüfusunun bir kesiti üzerinde yapılan araştırma; Erie County'nin bir kesitinde yürütülen araştırma; Syracuse, Memphis ve Minneapolis'teki kadınlarla yapılan görüşmelere dayanan araştırma.

¹⁰ Herzog'un incelediğimiz dönemde radyoya dair bir başka çalışması ise "Children and Their Leisure Time Listening to the Radio. A Survey of the Literature in the Field" başlığını taşımaktadır. 1941'de yayımlanan bu çalışmanın orijinaline ulaşamamıştır. Klaus'un (2016, ss.105-106) aktardığına göre, Herzog bu çalışmada, genç dinleyicilerin radyo tüketimlerinin çoklu güdü ve fonksiyonlarına işaret etmiş; ayrıca bir doyum çalışmasının çocuğun kişiliğini dikkate alması gerektiğini belirtmiştir.

kadın araştırmacılara özgü bir iletişim araştırması alt türü olarak belirir (Simonson, 2012, ss. 1281-1282).

Herzog'un Rowena Wyant ile birlikte kaleme aldığı "Voting via the Senate Mailbag-II" (Senato Posta Çuvalı Yoluyla Oy Verme-II) başlıklı çalışma da bu bağlamda gerçekleştirilmiştir. Radyo programlarına yollanan hayran mektuplarının incelenmesine benzer şekilde bu makalede zorunlu askerlik yasa tasarısıyla ilgili olarak senatörlere gönderilen mektuplar analiz edilmektedir. Makalenin kritik vurgularından biri, mektupların içeriklerinin analizinin "tarih yazmanın yeni bir yolu" (Wyant ve Herzog, 1941, s.590) olduğu iddiasıdır. Yazarlara göre mektuplar, yurttaşların daha doğrusu mektup yazan halkın yetkili bir kişiyi belli bir konuda ikna etmek için nasıl yaklaştıklarını gösterir. Mektup yazımı yaş, ekonomik durum, eğitim vb. temelinde yanlılıklar barındırır da yine de kamuoyu yoklamalarına göre tasarıya yönelik daha kendiliğinden bir tepkiyi temsil etmektedir (s.590).

Makalenin ilk bölümünde Wyant mektupların detaylı analizini yapmış, ikinci bölümde ise Herzog 65 kişilik sınırlı bir örnekleme ve ağırlıklı olarak tasarıya karşı olan mektup yazarlarıyla görüşmeler yaparak motivasyonlarını incelemiştir. Araştırmayı bir doyum çalışması olarak nitelendiren ve amacını, mektup yazarlarının motivasyon türlerinin iyi bir psikolojik resmini çıkarmak olarak ifade eden Herzog yaptığı görüşmelerde iki temel noktanın belirginleştiğini gösterir. İlki, hedeflenen bir sonuca ulaşmaktır. Amaç mektubun senatör üzerindeki etkisidir, yani tasarımı engellemektir. İkincisi ise mektup yazma eyleminin kendisidir. Burada doyum, mektubun yaratabileceği etkiden ziyade mektup yazma eyleminden kaynaklanır. Herzog bu iki hattı araçsal ve ifade edici olarak adlandırmıştır. İfade edici grupta bulunanlar, güç duygusu, sosyal sorumluluk duygusu ve bireysel tanınma gereksinimiyle mektup yazmaktan hoşlanmaktadır. Tasarının engellenmesi amacıyla mektup yazanlar, bir başka ifadeyle araçsal grupta bulunanlar ise yasa koyucuları kendi kişisel istekleri doğrultusunda (kendilerini ve çocuklarını korumak, savaş nedeniyle tehlikeye girebilecek ekonomik çıkarlarını korumak vb.) etkilemeye çalışır (Wyant ve Herzog, 1941, s. 613-621).

Mektup çalışmalarına imza atan diğer kadın araştırmacıların yanı sıra Herzog da bu çalışmadan oldukça kısa bir süre sonra, yeni kurulan iletişim alanının kolektif hafızasından silinme yoluna girmiştir. Bu noktada Elihu Katz'ın, Lowenthal'in danışmanlığında hazırladığı tez etkili olmuştur. Katz, hayran mektupları konulu tezinde bu konuya araştırmacıların şans vermediğini söyleyerek kadın araştırmacıların çalışmalarını göz ardı ederken dönemin yüksek prestijli erkek araştırmacılarına (Cantril, Lumley, Allport gibi) atıfta bulunmuştur. Elbette Katz'ın tezinin savaş sonrası dönemde kadınların giderek artan marjinalleşmesinden tek başına sorumlu olmadığını, içinde bulunduğu bağlamın bir ürünü olduğunu hatırlatmak gerekir (Simonson, 2012, s.1283). Erkek egemen bir akademik kültür, kadınlarca yürütülen bir iletişim araştırması alt türü olan mektup çalışmalarını yok saymış veya akademinin kıyısına itmiştir.

Herzog'un metodolojisi

Herzog, yalnızca ortaya koyduğu teorik argümanlar bakımından değil aynı zamanda metodoloji alanındaki katkıları nedeniyle de döneminin en önemli iletişim araştırmacılarından biridir (Seethaler ve Klaus, 2016, s.18). Nicel ve nitel araştırma yöntem ve tekniklerini ustalıkla bir arada kullanmasının yanı sıra bir nitel araştırma tekniği olan odaklanmış (*focused/focussed*) yahut derinlemesine görüşmeyi geliştirmiştir.

Herzog'un geliştirilmesine katkıda bulunduğu bu görüşme tekniği hem birebir hem de gruplar halinde uygulanabiliyordu. Gruplarla yapılan biçimi, 1970'lerde ve 1980'lerde tüketiciler ve siyasal kampanyalarla ilgili araştırmalarda odak grup (*focus group*) adıyla popüler hale gelmiştir (Simonson ve Archer, t.y.b). Ancak bu görüşme tekniğinin geliştirilmesi konusundaki itibar Herzog'a değil Robert Merton'a verilmiştir.

Odaklanmış görüşmenin öncüsü olarak işaret edilen Merton'un bu alandaki çalışmaları kısmen tesadüfidir. Lazarsfeld'in bir hükümet dairesinin propaganda çabalarının etkinliğini test etmek üzere Merton'la birlikte çalışmayı teklif etmesi onun "odaklanmış" görüşme olarak nitelendirilen araştırma tekniğini kullanmaya başlamasını sağlamış ve savaş yılları boyunca Merton'un bu metodolojik yeniliğe katılımı, Büroda yürütülen çalışmalarla devam etmiştir (Tadajewski, 2016, s.321-322). Merton, Patricia Kendall ile birlikte yayımladığı 1946 tarihli makaleyle bu tekniği sistemleştirmiştir (Simonson ve Archer, t.y.b) Ancak Merton, odaklanmış görüşme tekniğini sistemleştirmeye başladığında, Herzog, zaten on yıldır bazı derinlemesine görüşme türlerini uygulamaktaydı (Rowland ve Simonson, 2014, s. 11). Nitekim Merton ve Kendall, sözü edilen makalede Herzog'un bu teknikle ilgili çalışmalarına atıfta bulunmaktadır.

Odaklanmış görüşmeleri zamansal olarak Merton'dan daha önce kullanmaya başlaması kadar önemli bir başka nokta ise, bu tekniğin Herzog'un neredeyse tüm kariyeri boyunca araştırmalarının merkezi bir bileşeni olmasıdır (Rowland ve Simonson, 2014, s.11). Viyana'da radyo dinleme üzerine tezini yazarken dinleyicilere sorular soran Herzog, ABD'deki ilk araştırmalarında da bu tekniği kullanmıştır. *Dünyalar Savaşı*'ndan uyarlanan radyo programından paniğe kapılan insanlarla görüşmeler yürüten Herzog, sonraki yıllarda radyoda yarışma programları ve gündüz seriyalleri dinleyicilerinin ve mektup yazarlarının elde ettikleri doyumları da görüşme tekniğiyle incelemiş ve tekniği giderek geliştirmiştir. Üstelik bu tekniği kullanması, onun ticari iletişim araştırmaları alanına girmesine de olanak sağlamıştır. 1943 yılında girdiği MacCann Eriksonn şirketinden başlayarak bu teknikleri pazar ve güdüleme araştırmalarıyla birleştirmiştir. Ancak nasıl ki *The Invasion from Mars* kitabından yazarlığı silinerek bu konudaki itibar Cantril'e verildiyse, odak grup görüşmelerini geliştirmeye yönelik katkıları da uzun süre Merton'a atfedilmiştir.

Tartışma ve sonuç

Herta Herzog, 1943 yılında geçtiği özel sektörde yaptığı çalışmalarla cam tavanı kıran bir figür olsa da kariyerinin ilk yıllarında Viyana'da, 1935'ten itibaren ise ABD'de sürdürdüğü akademik çalışmaları uzun yıllar gölgede kalmıştır. 1933-1943 yılları arasında yaptığı çalışmalarla izleyici araştırmalarının temellerini atan ve odak grup görüşme tekniğini geliştiren Herzog'un gerek teorik gerekse metodolojik katkıları ancak 1980'li yıllarla birlikte teslim edilebilmiştir. İletişim çalışmaları alanının erkek egemen tarihyazımının feminist araştırmacılar tarafından sorunsallaştırılmasıyla diğer kadın akademisyenlerle birlikte Herzog'un çalışmalarının da hak ettiği itibarı geri alması yönünde adımlar atılmıştır.

Çalışmalarının yeniden değerlendirilmesiyle Herzog, radyo çalışmalarında dinleyicilerin bakışını ve gündelik yaşamları içindeki deneyimlerini merkeze alması itibariyle Kullanımlar ve Doyumlar (KD) araştırmalarının öncüsü olarak nitelendirilmiştir. Kuşkusuz, bu değerlendirilmelerde Herzog'un kullandığı terminolojinin yanı sıra Perse'e yazdığı mektupta seriyallere dair çalışmalarının o dönemde hâkim olan etki

çalışmalarından farklı olarak “doyum” yaklaşımına öncülük ettiğine dair ifadeleri de etkili olmuştur. “Kitle iletişim araçları izleyicilere ne yapar?’ sorusu yerine “İzleyiciler kitle iletişim araçlarıyla ne yapar?” sorusunu merkeze alan KD araştırmaları, klasik etki araştırmalarının pasif izleyicisi yerine aktif bir izleyici anlayışına dayanır. Herzog’un dinleyicilerin gündelik yaşantıları içerisinde radyoyu nasıl kullandıklarını ve radyodan ne tür doyumlar elde ettiklerini araştırması nedeniyle kısa vadeli etkileri inceleyen araştırmalardan farklılaştığı açıktır. Üstelik spekülasyon yapmak yerine radyo dinleyicileriyle doğrudan görüşerek onların deneyimlerini birinci elden öğrenmeye dayalı bir metodoloji benimsemiştir. Ancak izleyiciye atfettiği rol açısından Herzog’un KD araştırmalarının öncüsü olduğu yönündeki yaygın kabul tartışmalıdır. Bu tartışma, büyük ölçüde Tamar Liebes’in, Herzog’un gündüz seriyallerine dair çalışmalarını değerlendiren makalesinden kaynaklanmıştır.

Liebes’in başlıca iddialarından biri, Herzog’un çalışmalarında KD yaklaşımındakine benzer bir aktif izleyici anlayışının olmayışdır. Tersine, Herzog’un dinleyicileri, “kitle toplumunun, ataerkil sistemin ve hem toplumun hem de sistemin hizmetinde etkili bir araç olarak işlev gören kitle iletişim araçlarının yabancılaşmış, yalıtılmış, çaresiz kurbanları olarak karşımıza çıkmaktadır” (2003, s.40). Herzog, “On Borrowed Experience” adlı çalışmasında görüşme yaptığı kadınlardan çok sayıda alıntı yapmakta ve böylece onların kendi adlarına konuşmasına izin veriyor görünmektedir. Ancak eş zamanlı olarak bu türden beğenilere dair olumsuz yargılarda bulunarak metin içerisinde bir gerilim yaratmaktadır (Klaus, 2016, s.108). Bu gerilimin gerisinde, psikanalitik yaklaşımı bulunmaktadır. Liebes ve Klein-Shagrır’e (2016, s.86) göre, Herzog, görüşme yaptığı kişileri uzak, mesafeli bir gözlemcinin bakış açısıyla ele almaktadır. Onları, izole, çaresiz ve bilinçaltı dürtülerle hareket eden, kendi doyumlarını yanlış ve hatta zararlı hazlarda arayan kişiler olarak görür. Bir diğer deyişle, Herzog için seriyalleri dinlemek, kadınlar için gerçek hayatta performans göstermenin yerini alan pasif ve hayali bir deneyimdir.

Yalnızca seriyallere dair araştırmasında değil “Professor Quiz” çalışmasında da Herzog dinleyicilere aktif bir konum atfetmez. Hatta bu çalışmasında dinleyicileri açıkça “yarı aktif” (1940, s.71) olarak nitelendirir. Bu bağlamda Herzog, izleyiciye atfettiği konum açısından KD araştırmalarının temel sayıltılarıyla tamamen tutarlı değildir. KD araştırmalarındaki gibi izleyicinin deneyimini merkeze alıyor görünse de onun izleyici anlayışı medya üzerinde tam bir kontrole sahip ve neyi neden yaptığını bilen ve sorulduğunda bunları ifade edebilen bir birey nosyonunun uzağındadır. Liebes’e göre, bu nedenle, Herzog’un çalışmalarını KD araştırmaları içerisinde değerlendirmek yerine “popüler tüketim kültürünü kitle toplumunda güçsüzleştirilmiş bireylere sahte doyumlar sağlamakla suçlayan Frankfurt Okulu paradigması içinde daha iyi anlaşılabilir” (2003, s.41).

Herzog’un Columbia Grubu’nun bir üyesi olarak bilinmesine rağmen, konuyu analiz tarzı bakımından Frankfurt Okulu’nun eleştirel yaklaşımıyla daha uyumlu olduğu (Liebes ve Klein-Shagrır, 2016, s.85) yönündeki iddianın provokatif olmakla birlikte yeterince ikna edici olmadığı açıktır. Frankfurt Okulu’nun bazı argümanlarını kullanması, Herzog’u Okul içerisine yerleştirmek için yeterli değildir. Zira Herzog hem Frankfurt Okulu’nun hem de psikanalizin araçlarını zayıf biçimde uygulamaktadır (Klaus, 2016, s.112). Örneğin gündüz seriyallerinin kalıplaşmış bir formüle indirgenebileceğini iddia ederken de kültür endüstrisi kavramına yaklaşmaktadır.

Viyana'daki psikoloji eğitiminin izleri bu çalışmalar içerisinde kendisini göstermekle birlikte Herzog'un çalışmalarında ticari radyo sistemi veri kabul edilmekte, mülkiyet ve kontrol ilişkileri analizin dışında bırakılmaktadır. Programların içeriği ve izleyicilerin elde ettikleri doyumlara dair eleştirel tona rağmen hem programların üretildiği hem de doyumların ortaya çıktığı daha geniş toplumsal yapı ve ilişkiler göz ardı edilmektedir. Büro bünyesinde yapılan çeşitli araştırmaların hükümet, ordu ve özel kuruluşlar tarafından finansal olarak desteklendiği hatırlanırsa mevcut toplumsal yapı ve ilişkilerin analizin dışında bırakılması da anlaşılır hale gelmektedir.

Herzog'un yaygın olarak kadınların dinlediği gündüz seriyallerine dair çalışmaları onu aynı zamanda feminist izleyici araştırmalarında önemli bir figür haline getirmiştir. 1980'lerden itibaren popüler kültür ürünlerinin, özellikle de pembe dizilerin araştırmalara konu olmasıyla Herzog bir anlamda yeniden keşfedilmiştir. Herzog seriyallerin dinleyicisi kadınlara aktif bir rol atfetmemiş olsa da türünün ilk örneği olan bu çalışmalarda radyonun sıradan kadınların gündelik yaşamlarında oynadığı role odaklanmıştır. Cavalcante, Press ve Sender'a (2017, s.2) göre, Herzog'un analizi psikanalitik varsayımlara batmış olmasına, gündüz seriyallerini bir tür olarak önemsizleştirmesine ve kadın dinleyicileri naif olarak algılamasına rağmen, yine de öncüdür. Zira dönemin akademisyenleri tarafından göz ardı edilen bir alan olan ev kadınlarının yaşantısına bir pencere açmaktadır. Kadınların medya deneyimlerinin anlatımı, gündelik hayatlarının dokusunu da anlaşılır hale getirmektedir.

Herzog (1994), Perse'e yazdığı mektupta kendisinin feminist olmadığını ve profesyonel yaşantısı içerisinde toplumsal cinsiyetin bir rolünün olmadığını belirtir. Bununla birlikte akademik yaşantısının ilk yıllarından başlayarak Bürodan ayrıldığı tarihe kadar olan çalışmalarının uzun yıllar hak ettiği itibarı alamaması erkek egemen akademinin bir sonucudur. Akademik dünya içerisinde marjinalleştirilmesi, daha açık bir deyişle çalışmalarıyla ilgili itibarın erkek meslektaşlarına atfedilmesi, daha düşük ücretlerle çalışması ve nihayetinde iletişim araştırmalarının kurumsallaşması sürecindeki katkılarıyla kurucu figürlerden biri olmasına rağmen alanın tarihyazımından silinmesi toplumsal cinsiyete dayalı dışlamaların alanın inşasındaki kurucu rolünü göstermektedir.

Tam da bu nedenle yalnızca Herzog'un değil, iletişim araştırmaları alanındaki diğer kadın araştırmacıların katkılarına dair daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu açıktır. Ancak bu çalışmaların hedefinin kadın araştırmacıları görünür kılmakla sınırlı kalmaması gerektiğini hatırlatmak gerekir. Yalnızca görünür kılmaya dair müdahaleler marjinalleştirmeyi engelleyemeyeceği için, politik tanınmanın ve iktidarın paylaşımının da hesaba katılması elzemdir. Son olarak, bu yöndeki çalışmaların artmasının, Türkiye'de lisans ve lisansüstü düzeylerde iletişim kuramları ders içeriklerinin ve ilgili kitapların toplumsal cinsiyet perspektifiyle yeniden değerlendirilmesi yönünde bir itki yaratması umut edilmektedir.

Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Benzerlik Taraması	Yapıldı – Ithenticate
Etik Bildirim	itobiad@itobiad.com
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.

Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Plagiarism Checks	Yes - Ithenticate
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	itobiad@itobiad.com
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.

Kaynakça / References

Ashcraft, K. L. ve Simonson, P. (2016). Gender, work, and the history of communication research. P. Simonson ve D. W. Park (Ed.), *The international history of communication research* (s. 47-68) içinde. New York: Routledge.

Berelson, B. (1959). The state of communication research. *The Public Opinion Quarterly*, 23(1), 1-6. <https://www.jstor.org/stable/2746418>.

Cantril, H., Gaudet, H., ve Herzog, H. (1940). *The invasion from Mars: A study in the psychology of panic*. Princeton University Press.

Cavalcante, A., Press, A. ve Sender, K. (2017). Feminist reception studies in a post-audience age: Returning to audiences and everyday life. *Feminist Media Studies*, 17(1), 1-13. doi:10.1080/14680777.2017.1261822

Dorsten, A. M. (2004). "Thinking dirty": Digging up three founding "matriarchs" of communication studies. *Communication Theory*, 22(1), 25-47. doi:10.1111/j.1468-2885.2011.01398.x

Douglas, S. J. (2004). *Listening in, radio and the American imagination*. University of Minnesota Press.

Douglas, S. J. (2006). Personal influence and the bracketing of women's history. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 608(1), 41-50. doi:10.1177/0002716206292458

Epping-Jager, C. (2016). Herta Herzog and the Viennese School of radio research. E. Klaus ve J. Seethaler (Ed.), *What do we really know about Herta Herzog?* (s.43-59) içinde. Frankfurt: Peter Lang.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2002). *Öteki kuram*. Ankara: Erk.

Fleck, C. (2011). *A Transatlantic history of the social sciences*. Bloomsbury Publishing.

Fleck, C. (2021). Lazarsfeld's wives, or: What happened to women sociologists in the twentieth century. *International Review of Sociology*, 31(1), 49-71. doi:10.1080/03906701.2021.1926672

Garcia-Jiménez, L., ve Simonson, P. (2021). Female roles, contributions and invisibilities in the field of communication research. *Mediterranean Journal of Communication*, 12 (2), 13-15. doi: <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.20163>

Garfinkel, S. L. (1987). *Radio research, McCarthyism and Paul F. Lazarsfeld*. (Lisans Tezi, MIT). Erişim adresi: https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/lazarsfeld03.pdf

Gitlin, T.(2008). Medya sosyolojisi: Egemen paradigma. S. Çelenk (Ed.), H. Tuncel ve E. Çaylı (Çev.), *İletişim çalışmalarında kırılmalar ve uzlaşmalar* (s.19-67) içinde. Ankara: DeKi.

Hall, S. (1999[1982]). İdeolojinin yeniden keşfi: Medya çalışmalarında baskı altında tutulmanın geri dönüşü. M. Küçük (Ed. ve Çev.), *Medya, iktidar, ideoloji* (s.77-126) içinde. Ankara: Ark.

Herzog, H. (1940). Professor Quiz – a gratification study. P. F. Lazarsfeld (Ed.), *Radio and the printed page* (s. 64–93). içinde, Duell, Sloan and Pearce.

- Herzog, H. (2004[1941]). On borrowed experience: An analysis of listening to daytime sketches. J. D. Peters ve P. Simonson (Ed.), *Mass communication and American social thought, key texts, 1919-1968* (s.139-157) içinde. Rowman&Littlefield Publishers.
- Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners? P. F. Lazarsfeld, ve F. N. Stanton (Ed.), *Radio research, 1942-1943* (s.3-33) içinde. Duell, Sloan and Pearce.
- Herzog, H. (1994). Letter to Elisabeth Perse. Erişim adresi: [http://outofthequestion.org/userfiles/file/Herta%20Herzog%20\(Sept%202012%201994%20to%20Elisabeth%20Perse\).pdf](http://outofthequestion.org/userfiles/file/Herta%20Herzog%20(Sept%202012%201994%20to%20Elisabeth%20Perse).pdf)
- Hristova, E. D. (2022). Research and publishing at the Bureau of Applied Social Research: The gendering of commercial and academic work. *International Journal of Commuication*, 16, 655-663.
- Jansen, S. (1993). "The future is not what it used to be": Gender, history and communication studies. *Communication Theory*, 3(2), 136-148. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1993.tb00063.x>
- Jeřábek, H. (2017). *Paul Lazarsfeld and the origins of communications research*. Routledge&CRC Press.
- Klaus, E. (2016). From Listeners to viewers: Herzog as the founder of qualitative entertainment and audience research, E. Klaus ve J. Seethaler (Ed.), *What do we really know about Herta Herzog?* (s.99-115) içinde. Frankfurt: Peter Lang.
- Klaus, E. ve Seethaler, J. (2016). Crossing the borders: Herta Herzog's work in communication and marketing research. P. Simonson ve D. W. Park (Ed.), *The international history of communication study* (s.237-255) içinde. New York/London: Routledge.
- Lazarsfeld, P.F. (1940). *Radio and the printed page: An introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas*. New York: Duell, Sloan&Pearce, Inc.
- Liebes, T. (2003). Herzog's "on borrowed experience" E. Katz, J. D. Peter, T. Liebes ve A. Orloff (Eds.), *Canonic texts in media research* (s.39-53) içinde. Polity Press.
- Liebes, T.ve Klein-Shagrir, O. (2016). Two step analysis: From a lonely kitchen to a lively living room. E. Klaus ve J. Seethaler (Ed.), *What do we really know about Herta Herzog?* (s.85-97) içinde. Frankfurt: Peter Lang.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları kavramlar, okullar, modeller*. Ankara: İletişim.
- Perse, E. (1996). Herta Herzog. N. Signorielli (Ed.), *Women in communication* (s.202-211) içinde. Westport: Greenwood.
- Pooley, J. (2008). The new history of mass communication research. D. W. Park ve J. Pooley (Ed.), *The history of media and communication research* (s.43-69) içinde. New York: Peter Lang.
- Pooley, J. (2017). Wilbur Schramm and the "four founders" history of US communication research. *Коммуникации. Медиа. Дизайн*, 2(4), 5-18.
- Pooley, J. ve Socolow, M. J. (2013). War of the words: The invasion from Mars and its legacy for mass communication scholarship. J. E. Hayes, K. Battles, W. Hilton-Morrow (Ed.), *War of the Worlds to social media: Mediated communication in times of crisis* (s.35-56)

içinde. New York: Peter Lang.

Rakow, L. F. (2008). Feminist historiography and the field: Writing new histories. D. W. Park ve J. Pooley (Ed.), *The history of media and communication research* (s.113-145) içinde. New York: Peter Lang.

Robinson, G. J. (1998). Monopolies of knowledge in Canadian communication studies: The case of feminist approaches: The Dallas Smythe memorial lecture. Erişim adresi: <https://cjc-online.ca/index.php/journal/article/download/1023/929?inline=1>

Robinson, G. J. (2011). Thoughts on Lazarsfeld's New York "radio studies" from the perspective of 2010. *Annals of the International Communication Association*, 35(1), 29-42. doi:10.1080/23808985.2011.11679110

Rogers, E. M. (1992). On early mass communication study. *Journal of Broadcasting&electronic Media*, 467-471.

Rossiter, M. W. (1993). The ~~Matthew~~ Matilda effect in science. *Social Studies of Science*, 23(2), 325-341. doi:10.1177/030631293023002004

Rowland, A. L. ve Simonson, P. (2014). The founding mothers of communication research: Toward a history of a gendered assemblage. *Critical Studies in Media Communication*, 31(1), 3-26. doi:10.1080/15295036.2013.849355

Scannel, P. (2020). *Medya ve iletişim*. O. Taş ve B. Sümer (Çev.). Ankara: Ütopya.

Seethaler, J. ve Klaus, E. (2016). Herta Herzog—A pioneer of communication and marketing research. E. Klaus ve J. Seethaler (Ed.), *What do we really know about Herta Herzog?* (s.15-23) içinde. Frankfurt: Peter Lang.

Simonson, P. (2012). Mail and females at the bureau: The happiness game in the gendered contexts of early U.S. communications research. *International Journal of Communication*, 6, 1277-1289.

Simonson, P. ve Archer, L. (t.y.a). Pioneering women in media research. Erişim adresi: <http://www.outofthequestion.org/Women-in-Media-Research.aspx>

Simonson, P. ve Archer, L. (t.y.b). Methods for studying mass media. Erişim adresi: <http://www.outofthequestion.org/Media-Research-of-the-1940s/Methods.aspx#top>

Simonson, P. ve Park, D.W. (2015). Introduction: On the history of communication study. P. Simonson ve D. W. Park (Ed.), *The international history of communication study* (s.1-22) içinde. New York/London: Routledge.

Simonson, P., Park, D. W. ve Pooley, J. (2022). Exclusions/exclusiones: The role for history in the field's reckoning. *History of Media Studies*, 2. doi:10.32376/d895a0ea.ed348e03

Tadajewski, M. (2016). Focus groups: history, epistemology and non-individualistic consumer research. *Consumption Markets&Culture*, 19(4), 319-345.

Thiele, M. (2016). A female researcher but not a feminist. E. Klaus ve J. Seethaler (Ed.), *What do we really know about Herta Herzog?* (s. 153-167) içinde. Frankfurt: Peter Lang.

Tokgöz. (2015). *İletişim kuramlarına anlam vermek*. Ankara: İmge.

Wyant, R. ve Herzog, H. (1941). Voting via the senate mailbag-II. *Public Opinion Quarterly*, 5(4), 590-624. doi:10.1086/265524

Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları, egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot.