

popüler kültür çalışmaları

kuramlar ve metotlar

JOHN STOREY

babil

Popüler Kültür Çalışmaları
Kuram ve Metotlar

John Storey

Çeviren
Koray Karaşahin

Anne babamın anısına;
Kate ve Jenny için

Babil Yayınları
Rıhtım Cad. No: 16 Kadıköy/İST.
Tel - Faks: 0216. 414 12 53

Popüler Kültür Çalışmaları
John Storey

© Babil Yayınları 2000

Birinci basım: Temmuz 2000

Yayına Hazırlayan: Özkan Akpınar
Kapak Tasarım:
Baskıya Hazırlık: Tayf Ajans - 338 96 38

ISBN 975-8480-00-6

Babil Yayıncılık Seyhan Müzik Yapım Ltd. Şti. Kuruluşudur.

İçindekiler

1. Kültürel Çalışmalar ve Popüler Kültüre Giriş
• Kültürel çalışmalar ve popüler kültür 8
• Kitapla ilgili ek bilgi 15

2. Televizyon
• Görsel iletişimin şifre ve deşifresi 18
• Televizyon ve 'kitle kültürü ideolojisi' 27
• Televizyon sektörünün iki ekonomisi 34

3. Kurgu
• İdeoloji ve semptomatik okuma 41
• Okuma formasyonları 46
• Romantik kurgu 57

4. Film
• Yapısalcılık ve popüler film 66
• Post-yapısalcılık ve popüler film 72
• Kültürel çalışmalar ve popüler film 80

5. Gazete ve Dergiler
• Popüler basın .90
• Kadınlara ve genç kızlara özel dergiler 97
• Görsel kültürü okumak .103

6. Popüler müzik

• Popüler müziğin ekonomi politiği 112
• Gençlik ve pop müzik 119
• Altkültürler, etnografya ve yapısal benzeşimler 121
• Sözler ve müzik: Sade bir konuşma dansı 126
• Politika ve pop müzik 129

7. Günlük hayatın tüketimi

• Tüketim kuramları 136
• Altkültürel tüketim 140
• Hayran kitlesi kültürü 147
• Popüler kültür olarak alışveriş 157

Bu kitabın hazırlanmasında katkıda bulunan tanıdığım tanımadığım herkese, özellikle de aileme, arkadaşlarıma, meslektaşlarıma, eski ve yeni öğrencilerime bu vesileyle teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Ayrıca kitabın yazılması aşamasında yükümü hafiflettikleri için Sunderland Üniversitesi Sosyal Bilimler, Tasarım ve İletişim Fakülteleri'ne ve son olarak, başından sonuna kadar, beni cesaretlendirdikleri ve destekledikleri için özel olarak Paul Marris, Jackie Jones, Jannette Storey, Jenny Storey, Kate Storey ve Sue Thornham'a teşekkürü borç biliyorum.

John Storey

I. Bölüm

Kültürel Çalışmalar ve Popüler Kültüre Giriş

Bu kitap iki amaçla hazırladı. Birincisi, öğrencilere ve ilgili diğer okuyuculara çağdaş popüler kültür çalışmalarını tanıtmak; ikincisi ise, bu çalışmaların üzerine oturtulduğu kuram ve metotları tartışarak kültürel çalışmaların gelişim haritasını sunmaktır. Bununla birlikte, daha detaylı bir gelişim haritası hazırlamaya çalışmadım. Bunun yerine, kültürel çalışmalar ve çağdaş popüler kültür incelemelerinin gelişimine katkıda bulunan önemli görüşleri biraraya getirmekle yetinmeyi tercih ettim. Umarım bu kitap, hem kültürel çalışmalar alanında yeni olan öğrenciler için faydalı bir başlangıç olur -ve onlara gerekli kuram ve metotları sunar- hem de bu çalışmaların işleyiş süreci ve politikasına yabancı olmayan kişilere eleştirel bir gözden geçirme fırsatı sağlar.

Kültürel çalışmalar ve Popüler Kültür

Kültürel çalışmalar, kuram ve metotların büyük, geniş ve ayrılmaz parçası değildir. Stuart Hall konuya şöyle açıklık getirir:

"Kültürel çalışmalar üzerine çok sayıda tez ve birbirinden farklı tarihçeler ortaya atılmaktadır. O, aslında tüm bunları kapsayan bir oluşumlar bütünüdür. Geçmişte de farklı konjonktürlere ve çekim alanlarına sahip olmuştur. Bununla birikte farklı ça-

lışma türlerini içerir... O, aynı zamanda, geçmişte istikrarsız bir oluşumlar bütünüydü... Birbirinden farklı birçok yönelim vardı ve birçok insan, birbiriyle çatışmakta olan farklı kuramsal tavırlar sergilemekteydi ve sergilemekte."

Kültürel çalışmalar, sürekli değişen tarihsel ve siyasal koşullara uyum sağladığı için her zaman göz önünde bulundurulan bir alan olmuş ve çoğu zaman tartışma, anlaşmazlık ve müdahale ile şekillendirilmiştir. Örneğin 1970'lerin sonlarında, sınıf merkezli kültürel çalışmalar, önce feministlerin, cinsiyetin önemi konusundaki ısrarlı tutumları; sonra da siyah öğrencilerin, bu çalışmalarda ırk konusu üzerinde durulmadığını vurgulamaları sonucunda şiddetle eleştirilmiş ve önemli bir darbe yemiştir. Bugün popüler kültürü ve kültürel çalışmaları, feministlerin bu alana yaptığı önemli katkıyı göz önünde bulundurmaksızın düşünmek imkansızdır. 1970'lerin başında böyle bir ilişki düşünülemezdi bile...

Her ne kadar kültürel çalışmaları akademik bir ortodoks kalıpla sınırlandırmak yanlış olsa da, bazı ilgili temel varsayımları sunmak konumuz açısından yararlı bir başlangıç olabilir.

Kültürel çalışmalardaki "kültür" kavramı, estetik anlamdan çok siyasal anlamıyla tanımlanmaktadır. Aynı şekilde, bu çalışmaların konusu (nesnesi) dar anlamıyla estetik mükümmeliyet veya estetik, düşünsel ve ruhsal gelişim süreci olarak ifade edilen kültür değil; günlük yaşamın konusu (text) ve uygulaması (practice) olarak anlaşılan kültürdür. Bu "külür" anlayışı, hem ilk iki tanımı kapsar hem de popüler kültür incelemelerini içine alacak şekilde toplumsal yeknesaklığın ve tanım darlıklarının ötesine geçer. Bununla birlikte kültürel çalışmalar, popüler kültür incelemelerinin alanına indirgenemezse -ve indirgenmemesi gerekse- de; popüler incelemesinin, kültürel çalışma tasarımının merkezinde olduğu kesindir.

Kültürel çalışmalar, siyasal açıdan ele aldığı kültürü, bir ça-

tışma ve mücadele alanı olarak görür. Kültür, ayrıca günlük yaşamdaki toplumsal ilişkilerin üretimi ve yeniden üretimi süresince anahtar bir rol oynar, bu çalışmalara göre. Kültürü bu bakış açısıyla ele alanların en ünlüsü Stuart Hall'dür. Örneğin Hall, popüler kültürü şu şekilde tanımlar:

"Kültür, bir ittifak (razı olmak anlamında) ve direnç arenasıdır. Kısmen de olsa egemenliğin (hegemonya) ortaya çıktığı ve güvence altına alındığı yerdir. Bununla birlikte o, sosyalizmin ve sosyalist kültürün yalnızca basitçe 'ifade edilebileceği' bir alan değil; aynı zamanda üzerine tesis edileceği yerlerden biridir. 'Popüler kültür'ün önemi de bundan kaynaklanır."

Kültürel çalışmalarla ilgilenen diğer yazarlar, popüler kültüre olan tutumlarını tam olarak bu terimlerle ifade etmeseler de, Hall'ün kültürü politik açıdan ele alma fikrini paylaşırlar.

Diğer taraftan günümüzde kültürel çalışmalar, Marksizm'e dayandırılmaktadır. Marksizm, kültürel çalışmaları iki ana boyutta ele alır. Buna göre öncelikle, bir kültürel konuyu (text) ve uygulamayı (practice) doğru anlayabilmek için, onu toplumsal ve tarihsel üretim ve tüketim koşulları içerisinde analiz etmeliyiz. Fakat kültür, her ne kadar belirli bir tarihsel sürecin ve belirli bir toplumsal yapının üzerine kurulmuş olsa da, bu yapı ve tarihin basit bir yansıması olarak algılanamaz. Tarih ve kültür, birbirinden bağımsız düşünülebilecek varlıklar değildir. Ne bir konuyu (text) ve uygulamayı (practice), onun tarihsel altyapısından soyutlayarak değerlendirmek doğrudur; ne de tarihsel bir olayın zaten formüle edilmiş olan içeriğini açıklamak için konu ve uygulamadan basitçe faydalanmak. Tarih ve konu - uygulama, aynı sürecin bir parçası olarak bir arada ele alınır ve birarada kaydedilir. Kültürel çalışmalar, kültürün yapıyı oluşturan öğelerden biri olduğu ve tarihi şekillendirdiği konusunda ısrarcı bir tavır takınırlar. Hall'ün de açıkladığı gibi:

"Kültürel çalışmalar, şunu anlamama yardımcı olmuştur:

medya (örneğin), yansıttığı şeylerin oluşumunda ve yapılanmasında etkin bir rol oynar. Bu, temsil söyleminden bağımsız olarak var olan bir dış dünyayı, 'ora'yı ifade etmez. 'Ora' kavramını oluşturan şey, bir bakıma onun nasıl yansıtıldığıdır."

Diğer bir deyişle kültürel konular, tarihe basit bir biçimde ayna tutmakla kalmazlar; aynı zamanda onun süreçlerinin ve uygulamalarının birer parçası olurlar. Bu nedenle bu konular, yansıttıkları (ideolojik) çalışmalardan ziyade yaptıkları (ideolojik) çalışmalarla incelenmelidir.

Marksizm'in üzerinde durduğu ikinci nokta ise kapitalist sanayi toplumunun etnik, cinsel ve sınıfsal açıdan eşitlikçi olmayan temeller üzerine oturtulan bir toplum biçimi olarak algılanması gerektiğidir. Kültürel çalışmalara göre, bu eşitsizliğin oluşturulduğu temel alanlardan biri de kültürdür. Bu açıdan kültür, tâbi (yönetilen) grupların, egemen grupların çıkarlarını yansıtan anlamların zorla kabul ettirilmesine karşı direndiği bir sürekli mücadele alanıdır. Bu da kültürü, ideolojik kılan şeydir.

Şüphesiz ideoloji, kültürel çalışmalardaki temel kavramdır. İdeoloji ile ilgili birbiriyle rekabet halinde bulunan birçok tanım olsa da Hall'ün tanımı bunlar arasında, kültürel çalışmaların içeriği açısından, en çok kullanılanıdır. Hall, ideolojik mücadele sürecini açıklayabilmek amacıyla, Antonio Gramsci'nin "hegemonya' kavramı çerçevesi içerisinde 'telaffuz' (articulation) kuramını geliştirdi (Hall, burada 'telaffuz' sözcüğünü hem 'ifade etmek' hem de 'katılmak' anlamıyla kullanmıştır). Hall'e göre kültürel konu ve uygulamalar, dil üretimindeki niyetin ne olduğu bağlamında bir sefere dair ve bütün hepsi için garanti edilen anlamla birlikte kayda geçirilmezler; anlam, her zaman telaffuz (articulation) eyleminin bir sonucudur (telaffuz ise, dilin 'kullanımı sırasındaki üretimin' aktif bir sürecidir). Bu sürece telaffuz dememizin nedeni, anlamın ifade edilmesinin zorunluluğudur. Ancak bu ifade ediş, belirli bir tez ve söylem içerisindeki belir-

li bir bağlam (context) ve belirli bir tarihsel anda gerçekleştirilmelidir. Bu açıdan ifade, her zaman bağlamla (context) ilintilidir ve onun tarafından koşullandırılır. Hall, ayrıca Rus kuramcı Valentin Volosinov'un çalışmalarından faydalanmıştır. Volosinov'a göre anlamı belirleyen, telaffuz edildiği bağlamdır. Kültürel konu ve uygulamalar 'çok aksanlıdır' (multiaccentual); yani farklı bağlamlarda, farklı politikaları amaçlayan farklı insanlar tarafından farklı aksanlarla telaffuz edilebilirler. Demek ki anlam, toplumsal bir üretimdir ve dünya, anlam üzerine kurulmalıdır. Bir konu, uygulama veya olay anlamın ortaya çıktığı ana kaynak değil; bir anlamın -veya değişken anlamların- telaffuz edildiği mekandır. Ne var ki aynı anlam, uygulama ve olaya farklı anlamlar yüklenebildiği için her anlam, aynı zamanda, potansiyel bir çatışma sahasıdır. Bu yüzden, kültürel çalışmalar için kültür alanı, hem ideolojik mücadelenin yapıldığı hem 'birleşme' ve 'direniş'lerin olduğu hem de hegemonyanın kazanılıp kaybedildiği geniş bir alandır.

Bununla birlikte, gerek Doğu Avrupa'daki olaylar gerekse postmodern eleştirmenlerin saldırıları sonucunda, Marksist paradigmanın ayağının kaydırılması tehlikesine cevap olarak, kültürel çalışmalarla ilgilenen birçok yazar, onun siyasal tasarımını yeniden düşünmeye başladı. Örneğin Angela McRobbie'nin kültürel çalışmalardaki 'kriz'e yanıtı, neo-Gramscici hegemonya kuramına dönüş olmuştur. McRobbie'ye göre, kültürel çalışmalar radikal bir biçimde dönüştürülmüş; ideoloji-hegemonya tartışmasının yerini postmodernizm-postmodernite tartışması almıştır. O, aynı zamanda kültürel çalışmalara iki yolla yanıt bulunabileceğini iddia eder. Bir taraftan, ekonomik azaltıcı analiz biçimlerine dönüşü teşvik etmek; diğer taraftan da, tüketimin sadece ve sadece zevk ve anlam yaratmak olarak algılandığı tüketicilik (consumerism) kavramını eleştirmeden kutlamak gerekir. Öte yandan McRobbie, 'basit ve mekanik kök-üstyapı modeline

(base-superstructure model) dönmeyi ve popüler alanın, tüketilen şeylerin aynı zamanda karşıtlarını yarattığı noktasmda, bir tür popülizm aramanın tehlikelerini' reddeder. Bunun yerine, 'Gramscici kültür analizinin genişletilmesini' ve yaşanmış tecrübeleri konu edinen ve popüler kültürün cansız nesnelerine hayat veren 'etnografik kültürel analiz'e dönülmesini önerir.

Kültürel çalışmaların hegemonya kuramını kullanması -Hall 'muazzam üretici hegemonya metaforu' der-, üretim süreçleri ile tüketim faaliyetleri arasında diyalektik bir ilişki olduğu konusunda ısrar etmesi demektir. Tüketici, belirleyici üretim koşullarının ürünü olan kendi maddesel varoluşu içinde, daima bir konu (text) veya uygulama (practice) ile karşı karşıya gelir. Fakat aynı şekilde bir konu veya uygulama da, kullanım süreci sırasında çeşitli anlamlar üreten bir tüketici ile karşılaşır ki bu anlamlar, yalnızca konu ve uygulamanın maddeselliğinden veya onun üretim ilişkileri ve üretim araçlarından anlaşılamazlar.

Bununla birlikte kültürel çalışmalar, popüler kültür yaratmanın dünyadaki egemen güçlerin anlayışlarına karşı bir direniş; tâbi (yönetilen) grupların anlayışlarına ise bir destek olabileceğini ısrarla belirtirler. Fakat bu, popüler kültürün her zaman destekleyici ve direnişçi olduğu anlamına gelmez. Örneğin tüketimin pasif bir eylem olduğunu inkar etmek, bazen onun da pasif olabileceğini inkar etmek değildir; veya popüler kültür tüketicilerinin kültürel açıdan aldatılmış olduğunu inkar etmek, hepimizin de zaman zaman aldatılabileceğimizi inkar etmek değildir. Asıl inkar edilen, popüler kültürün, kar elde etmek veya ideolojik kontrolü sağlamak için, başarılı bir şekilde yukarıdan dayatılmış 'yoz bir kültür'den daha çok önemli olduğu gerçeğidir. En verimli kültürel çalışmalar, bu sorunlar hakkında bir karara varabilmek için, kültürün üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Çünkü bu sorunlar, ne elitist ve küçümseyici bir bakış açısıyla

bir anda anlaşılabilir; ne de üretim araçları ve üretimin kendisindeki anlam yerleştirme, zevk alma ve ideolojik etki gibi sorunlar, 'kullanım sürecindeki üretimin' çeşitli yönleri ve unsurlarıdır. Ayrıca kültür endüstrilerinin gücü ile bu endüstrilerin yarattığı etkinin gücünü birbirinden ayırmak gerekir. Çoğu zaman ikisi aynı anlamda kullanılsa da bu durum, her zaman için böyle değildir.

Bu giriş bölümünü, Amerikalı kültür araştırmaları kuramcısı Lawrence Grossberg'in uzun, ancak tatmin edici sözleriyle tamamlamak istiyorum. Zira bu sözler, birçok yönden, yukarıda anlatmaya çalıştıklarımı özetliyor:

"Kabul etmeliyiz ki okuyucu ve popüler kültür metinleri arasındaki ilişki, birçok yönden faal ve üreticidir. Bir metnin anlamı, kendimiz için uygun olan bir zamanda başvurabileceğimiz, diğerlerinden bağımsız olarak kullanıma hazır birtakım şifrelerle verilmez. Metin, zaten kendi içerisinde olan asıl anlamını ve politikasını bir anda dışa vurmaz; ve hiçbir metin, etkilerinin ne olabileceği konusunda herhangi bir garanti veremez. Çünkü insanlar, bir metni yalnızca anlamaya çalışmakla yetinmez, aynı zamanda metne, kendi hayatlarına, deneyimlerine, ihtiyaç ve isteklerine uygun anlamlar yüklemeye çalışırlar. Bu nedenle aynı metin, farklı insanlar için farklı anlamlar taşıyacaktır -ki bu da, metnin nasıl yorumlandığına bağlıdır. Her insan, farklı ihtiyaçlara sahip olduğu gibi farklı yorumlama kaynaklarına da sahiptir. Bir metin, ancak kendi okuyucusunun deneyim ve yaşam koşulları içerisinde bir anlam ifade eder. Aynı derecede önemli olan diğer bir konu da şudur: metinler, zamanla nasıl kullanılmaları gerektiğini veya hangi işlevleri yerine getirebileceklerini göstermezler. Farklı insanlar için farklı koşullarda, farklı anlamlara sahip olabilirler... Bir metin nasıl kullanılır, nasıl yorumlanır ve okuyucusu için hangi işlevleri yerine getirir? Bütün bu sorular, okuyucunun kendini ve dünyayı anlamak ve kendisi için

daha iyi bir dünya yaratmak için verdiği sürekli mücadeleyle ilişkilidir."

Kitapla İlgili Ek Bilgi

En başında da belirttiğim gibi, bu kitabı hazırlamaktaki amacım, çağdaş popüler kültürü inceleyen kültürel çalışmalarda kullanılan çeşitli kuram ve metotları kısaca sunmaktır. Bunu yaparken kuram ve metotların eleştirilerine en az seviyede yer vermeye çalıştım. Bu nedenle, yazarın bir kuram ve metodu açıklamak yerine devamlı olarak ve gereksizce, konuyla ilgili kendi görüşlerini sunduğu veya konuyu nasıl çözüme ulaştıracağını anlattığı 'fikir yazı'larından kaçınmaya çalıştım. Elbette bu tür fikir yazıları için de ayrı bir yer ayrılmalıdır, fakat bunun yeri bu tanıtıcı metin değildir. İsterim ki okuyucu, benim önemli kuram ve metotlar hakkında ne düşündüğümü değil, bu kuram ve metotların ne olduğunu öğrensin. Zaman zaman düşüncelerimi açıklamış olsam da bu düşünceler, okuyucunun bu kitaptan alması gereken temel bilgiler olmamalıdır. Bu nedenden dolayı metne çok fazla alıntı koydum. Bununla birlikte şuna kalpten inanıyorum ki, tanıtıcı bir kitap, okuyucusuna tartışılan kuram ve kuramcılarla ilgili yeterli bilgiyi sağladığı oranda işlevini yerine getirmiş olur.

Diğer taraftan, konuyu sadeleştirdiğimin farkındayım. Fakat seçmek, ayıklamak demektir ve seçimlerimin genel isteği karşılamayacağını biliyorum. Bu kitapta tartışmadığım daha birçok değerli kuram ve metot var. Savunma olarak yalnızca, bu boyuttaki bir kitabın, kültürel çalışmaları etkileyen tüm kuram ve metotları kapsamasının mümkün olmadığını söyleyebilirim. Bu nedenle en önemlisi olduğuna inandığım görüşlere yer vermeye çalıştım.

Sonuç olarak, kitapta tartıştığım kuram ve metotların ayrıntılarına inip onların da hakkını tam olarak verdiğimi söylemek

zor. Bunu yapmak için birkaç cildi doldurmak gerek. Ayrıca bu kitabın, tartışılan kuram ve metotların ilk kaynağı olma gibi bir iddiası da yok.

II. Bölüm

Televizyon

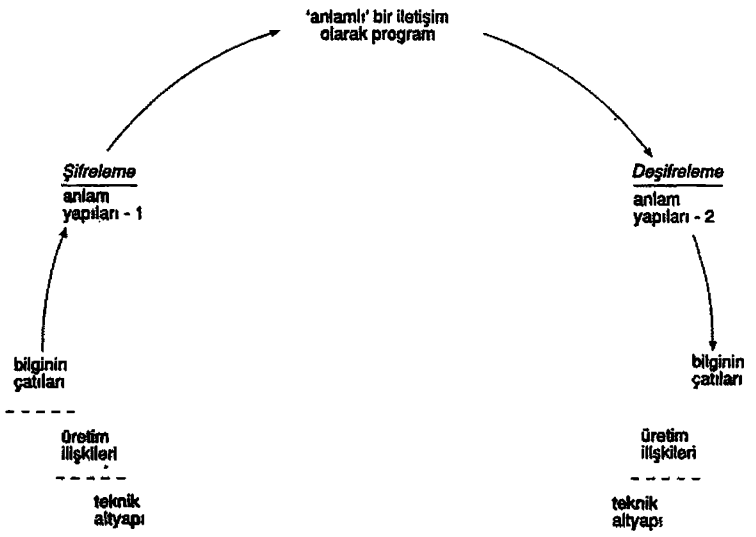
20. yüzyılın ikinci yarısının popüler kültür formu olan televizyon, şüphesiz dünyadaki boş vakit aktiviteleri içinde en revaçta olanıdır. Sizin bu kitabı okuduğunuz gün, dünyada 3.5 milyarı aşkın saat TV karşısında[1] harcanmış olacak. İngilizler örneğin, uyku dışındaki saatlerinin ortalama üçte birini TV karşısında geçiriyorlar. Amerika'da bu zaman yaklaşık iki katma çıkıyor. Bir Amerikalı hayatının ortalama yedi yıldan fazlasını bu faaliyetle geçiriyor.

Görsel İletişimin Şifre ve Deşifresi

İlk olarak Marksizm'in karamsar versiyonlarının, sol-ayrılıkçılarının Amerikan kitle iletişim modellerinin, kültürcülük ve yapısalcılık akımlarının etkisiyle su yüzüne çıkan kültürel çalışmaların tesis edilmesi belki de Stuart Hall'ün 'Encoding and Decoding in the Television Discourse' adlı kitabının yayımlanmasıyla gerçekleşmiştir.[2]

Hall'ün görsel iletişim modelinde (bkz. şekil-1) 'anlamın' dolanımı, kendine özgü varoluş şartlarına sahip üç ayrı zamandan süzülüp geçer. İlkin medya uzmanları, işlenmemiş sosyal bir olaya anlamlı bir görsel iletişim biçimi kazandırırlar. Bu dolanım zamanı içinde 'ağırlıklı olarak' dünyaya çeşitli açılardan bakılmalıdır ('ideolojiler').

Şekil 1



"[Medya üretiminin zamanı] anlamlar ve fikirler ile tamamen kuşatılmıştır; üretimin rutinliğiyle ilgili kullanım bilgisi, tarihsel olarak tanımlanmış teknik beceriler, profesyonel ideolojiler, kuramsal bilgi, tanım ve varsayımlar, izleyiciyle ilgili varsayımlar ve bu üretim yapısı aracılığıyla programın çerçevesinin oluşturulması... Televizyonun üretim yapıları, televizyon iletişimini ortaya çıkarsa da, bir kapalı sistem oluşturamaz. Bununla birlikte konuları, davranışları, olayları, personeli, izleyicilerin imajını, gündemi belirlerler; diğer kaynaklara dayanarak 'durum değerlendirmeleri' yaparlar ve kendilerinin ayırt edici rol oynadıkları daha geniş sosyo-kültürel ve politik yapı içindeki diğer dağınık oluşumların altını çizerler."

Böylece medya uzmanları, "işlenmemiş" sosyal olayın iletişimde nasıl kodlanacağını belirlerler. Ancak ikinci zamanda anlamlar ve mesajlar anlamlı iletişimdeyken, yani görsel iletişim

şeklini aldıkları zaman, dilin ve iletişimin resmi kuralları baskındır; bu anda mesaj çokanlamlılığa açıktır.

"Görsel iletişim, üç boyutlu dünyayı iki boyuta taşıdığı için, yansıttığı kavramın kendisi ya da referansı olamaz... Dilin dışında varolan gerçeklik sürekli olarak dil aracılığıyla aktarılır; bildiğimiz ve söylediğimiz herşey iletişim içinde ve iletişim aracılığıyla üretilir. Dağınık 'bilgi', dildeki 'gerçeğin' şeffaf olarak temsil edilmesinden değil, dilin gerçek ilişkiler ve şartlar içinde telaffuz edilmesinden kaynaklanır. Bu yüzden şifre işlemi yapılmadan anlaşılabilen bir iletişim yoktur."

İzleyicinin şifrelenmiş anlamı çözümlediği (deşifre ettiği) üçüncü zamanda, ağırlıkta olan yine, dünyaya çeşitli açılardan ('ideolojilerden') bakmaktır. İzleyici 'işlenmemiş' bir sosyal olayla değil, olayın dağınık aktarımıyla yüz yüze gelir. 'Olayın şifrelenmiş anlamını çözerek olayı anlamlı hale getirir; eğer verilen anlamı alamazsa "tüketim" olmaz. Ve anlam pratikte telaffuz edilmezse hiçbir etki yapmaz'. İzleyici deşifre ettiği anlam üzerinden harekete geçerse, bu kendisi için bir sosyal pratik, 'işlenmemiş' sosyal olay olur; ve başka bir iletişim için şifrelenmeye hazır hale gelir. Böylece iletişim dolanımı aracılığıyla üretim, yine 'üretim' olmak üzere 'yeniden-üretim' haline gelir. Dolanım 'sosyal' bağlamda başlar ve yeniden başlamak üzere 'sosyal' bağlamda sona erer.

Diğer bir deyişle, anlamlar ve mesajlar basitçe aktarılmazlar: ilk olarak günlük hayatta 'işlenmemiş' materyali kodlayan kişi; ikinci olarak da , diğer iletişimlerdeki konumuyla bağlantılı olarak, izleyici tarafından devamlı olarak üretilirler. Zamanlardan her biri, kendi üretim koşullarında işlediği için 'kesindir.' Bunun yanı sıra Hall'ün de belirttiği gibi kodlama (şifre) ve kodu çözme (deşifre) zamanları mükemmel derecede simetrik olmayabilir. Ve bu sürecin sonucu hakkında hiçbir şey kaçınılmaz değildir; kodlayanın niyetiyle, kodu çözenin yorumu birbirine uyma-

yabilir. Medya uzmanları kodlama ve kodu çözme işleminin uyuşmasını dilerler; ancak bunu garanti edemezler. Varoluşun farklı şartları tarafından yönlendirildiğinden dolayı şifreleme ve deşifre etme süreçleri çeşitli sonuçlara gebedir: her zaman yanlış anlama ihtimali vardır.

"Şüphesiz gerçek anlamda yanlış anlamalar oluyor. İzleyici, kullanılan terimleri anlamayabiliyor; tartışmanın ya da açıklamanın karmaşık mantığını takip edemeyebiliyor; kullanılan dile uzak olabiliyor; veya kavramları anlaşılmaz ve zor bulabiliyor. Fakat televizyon yayıncıları daha çok, izleyicilerin verilmek istenen mesajı alamamaları sonucu oluşan yanlış anlamalarla ilgilenirler ve bunun nedeni olarak da izleyicilerin baskın olan ve/ya tercih edilen şifreyi kullanmamalarını görürler."

Bu ikinci tip 'yanlış anlamalar' Hall'ün ilgilendiği kısımdır. Hall, sosyolog Frank Parkin'in çalışmalarından yararlanarak "görsel iletişimin deşifresinin oluşturabileceği üç kuramsal konum" ileri sürdü. İlk konumu "baskın-egemen konum" olarak adlandırıyor. Eğer izleyici, örneğin bir televizyon haberindeki ya da bir güncel olaylar programındaki çağrışımsal anlamı doğrudan ve tam olarak alıyor ve mesajı kodlandığı anlam üzerinden çözümlüyorsa bu konum işler ve sonuçta 'izleyici baskın şifreyi kullanıyor' denebilir. Bu yolla bir televizyon iletişimindeki anlamı çözümlemek için habercilerin kullandıkları 'profesyonel şifreyle' uyum içinde olmak gerekir.

"Profesyonel şifre, kendi kriterlerini ve özellikle teknik-pratik özelliğe sahip olan dönüşümsel işlemlerini uygulaması açısından bakıldığında, baskın şifreden 'nispeten bağımsızdır.' Ancak profesyonel şifre, baskın şifrenin hegemonyasında işler ve aslında, baskın şifrelendirmelerin egemen niteliklerini bir tutarak ve daha çok görsel nitelik olarak nötr-teknikli bazı soruları, haberleri ve sunumla ilgili değerleri, görsel niteliği, 'profesyonelliği' ve buna benzer şeyleri ön plana çıkartan, birbirlerinin

yerine geçmiş profesyonel şifrelemelerle beraber işleyerek baskın tanımların yeniden üretimine katkıda bulunur."

Baskın şifre her zaman profesyonel şifre aracılığıyla telaffuz edilir. David Morley, Nationwide'ın Patric Meehan'ın 1976'da serbest bırakılmasını bildirdiği şekli örnek olarak veriyor:

"Bu hususta 'uygunsuz' olan, davaya ilişkin tüm politik etkenlerdir. Ancak şimdi bunu belirtirken, bu karar davanın politik yansımalarını engellemek için alınan ideolojik bir karardır demek istenmiyor. Bu daha çok, onların terimleriyle ifade edersek, iletişimsel bir karar ve bu tür 'kişisel dram'ları ekrana getirmek de onların 'iyi televizyon' anlayışıdır."

Hall'ün ikinci varsayımsal konumu "anlaşmalı şifre ya da konum"dur. Bu konum muhtemelen çoğunluğu oluşturur.

"Anlaşmalı konum kapsamındaki şifre çözümlemesi, karşıt ve uyarlanabilen unsurların karışımını içerir: bu şifre istenilen anlamları büyütmek için egemen tanımların meşruluğunu kabul eder. Aynı anda daha kısıtlı ve yerleşmiş seviyede, kendi temel kurallarını koyar ve kuralların istisnaları ile birlikte işlevini yerine getirir. Ayrıca bu şifre 'yerel şartlara', kendi ortak konumuna daha çok anlaşmalı uygulamalar yapmak için hakkını saklı tutarken aynı zamanda üst konumları, olayların egemen tanımlarıyla bağdaştırır. Bu yüzden, baskın ideolojinin bu anlaşmalı kuramı çelişkilerle beraber -ki bunlar yalnızca özel bazı durumlarda ortaya çıkarlar- yok edilir."

Bir örnek vermek gerekirse 'anlaşmalı şifre', artan ücretlerin enflasyona yol açtığını iddia eden haber raporlarına katılan, ama aynı zamanda daha iyi bir maaş elde edebilmek amacıyla grev hakkı için mücadele eden bir işçiye benzetilebilir.

Hall'ün üçüncü ve son konumu "karşıt şifre"dir. Bu konumda olan izleyici tercih edilen (baskın) şifreyi fark ediyor; ancak

diğer alternatif çözümlerden birini seçiyor. Yine örnek vermek gerekirse, bu izleyicinin durumu ücretlerin kısıtlanmasının gerekliliği üzerine bir konferans dinleyen ancak her söylenişinde "ulusal çıkarlar" sözünü "sınıfsal çıkarlar" olarak algılayan birine benzetilebilir.

Hall "kuramsal deşifre konumları"nın ampirik olarak test edilip geliştirilmesi gerektiğini kabul ediyor. Kısmen de olsa David Morley'in "The 'Nationwide' Audience" projesinde (1980), Hall'ün modeli test edildi ve bireysel yorumların, sosyokültürel ortamla nasıl bağlantı kurduğu incelendi. Morley, Hall'ün şifre/deşifre modeli üzerine yaptığı çalışmayı şu şekilde özetliyor:

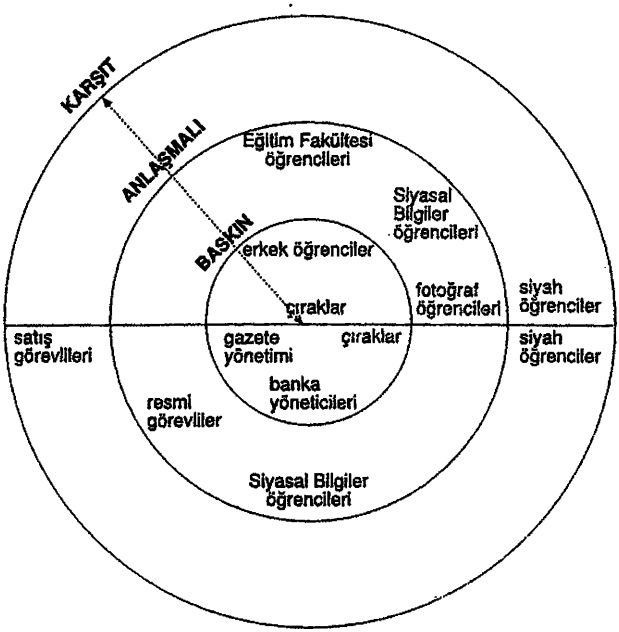
"1. TV iletişiminde anlamlı bir mesaj üretme 'çalışması' her zaman problem olmuştur. Aynı olay birden fazla yolla kodlanabilir. O halde asıl üzerinde durulması gereken, bazı üretim pratikleri ve yapılarının neden ve nasıl, anlamlarını tekrarlayarak somutlaştıran bazı mesajlar üretme eğiliminde olduğudur.

2. Sosyal iletişimde mesaj, yapı ve biçimde daima karmaşıktır. Mesajı almak için birden fazla okuma gereklidir. Çünkü mesaj tek okumayla tamamıyla algılanmış olmaz, çok-anlamlı olarak kalır.

3. Her ne kadar şeffaf ve doğal gibi görünse de mesajdaki 'anlamı çıkarma' faaliyeti de bir problemdir. Tek yolla ve niyetle kodlanmış mesajlar her zaman farklı bir şekilde okunabilirler."

Morley, BBC'nin akşama doğru haber/magazin programı "Nationwide"ın iki bölümünü (1976-77) izlemesi için yirmi dokuz farklı grup oluşturdu. İlk programı on sekiz grup, ikincisini on bir grup izledi. Her grup beş ile on kişiden oluşuyordu. Bu grupların seçilmesinde, onların kendi şifre çözümlemelerini "baskın" çözümlemelerden, "anlaşmalı-çözümlemeler"e ve "karşıt çözümlemeler"e ayırmaları temel alındı.

Şekil 2



Morley her gruptan alınan okumaları analiz etti. Bulduklarının çoğu Hall'un modeline uyuyor gibiydi (bkz. şekil-2, Morley'in bulgularının şemasal tanıtımı). Örneğin bir grup Siyasal Bilimler ve Eğitim Fakültesi öğrencisi "anlaşmalı" ve "baskın" arasında gidip gelen çözümlemeler üretirken, bir grup sendika memurları "karşıt" çözümlemeler ürettiler[3]. Ancak hem üst sınıf banka yöneticilerinin hem de çalışan sınıftan çırakların "baskın" çözümleme üretmesi, sınıf ile çözümleme arasındaki korelasyonun güvenilirliğini sarstı ve Morley şifre çözümlemelerinin 'doğrudan sosyal sınıf konumu' üzerinden belirlenemeyeceği konusunu kabul etmek zorunda kaldı. Morley'in yeniden formüle ettiği gibi sosyal konumun ve belli iletişim konumlarının nasıl belli çözümlemeler ürettikleri her zaman bir mesele olmuş-

tur. Burada bahsedilen şifre çözümlemesi, farklı iletişimlere açılma yapısı sosyal konumca belirlendiği için yapısallaşmış bir çözümlemedir.

Morley, çalışan sınıf ile burjuva sınıfı arasındaki mesajı deşifre etmedeki benzerliği oluşum bakımından şu şekilde açıklayabilir: sınıfın belirlenmesi ve diğer iletişimler (fikirler topluluğu ile toplumsal konularda ve dünya görüşümüzün şekillenmesinde etkili olan ortak sosyo-kültürel pratikler). Böylece ne zaman metin tarafından sorguya alınsak bu, diğer sorgular bağlamında oluyor. Metin-okuyucu karşılaşması diğer iletişimlerden ayrı olarak değil, aksine bizzat, kimisi metinle uyumlu kimisi çelişen, birçok iletişim alanı içinde oluşuyor. Okuyucu çeşitli kimlikler altında (öğrenci, katolik, sosyalist gençlik kulübü üyesi vb.) metni okur. Her iletişim bizi farklı yönlere çeker. Her biri verilen sosyal ortamda farklı derecede önem taşıyabilir. Bu nedenle siyah "daha fazla eğitim" grubu öğrencileri ve diğer önemli siyah grupların Nationwide televizyon programına cevabı - onların sessizliğe eleştirileri- iletişim hatası (kodlayıcıların mesaj aktarımındaki yetersizliği) olarak açıklanmamalıdır. Bunun yerine metnin söylemi ile okuyucuların söylemleri çıkmaza girdi demek daha doğru olur. Morley'in de söylediği gibi, 'burada bu insanların mensup olduğu kültür ve söylemlerin yaptığı eylemler Nationwide'daki sorgulanmalarını engellemek içindir. Bunun tersi de, çalışan kesimin yaptığı okumalarda geçerlidir. Buradaki olay basitçe çelişkili söylemlerin olmaması durumu değil, daha çok, bu gruplara karşılıklı temsiller yaratmalarını sağlayarak programla paralel çalışan diğer iletişimlerin var olması durumudur'. Diğer söylemler, pozitif durum olduğu zamanki eylemleri daha belirgin olsa bile, her zaman ciddiyetten uzaktırlar. Morley bunu şöyle açıklıyor:

"Toplumsal konu, bazı söylem grupları tarafından sorgulanır. Bu söylemlerin bazıları birbiriyle paralel ve birbirini destekle-

yen, bazıları ise çelişkili ve başarılı sorgulamanın diğer söylemlerce önünün tıkandığı söylemlerdir. Diğer söylemler, olumlu ya da olumsuz daima metin ve konuyla ilişki içindedir. Halbuki söylemler (basitçe) olumlu ya da destekleyen etki yerine olumsuz ve çelişkili etki olduğu zaman daha görünür oluyor."

Bununla beraber Morley, bu diğer söylemlere rağmen, farklı söylemlere açılımı belirlemesi konusunda sınıfların önemini vurguluyor. Sosyal oluşumda öznenin konumu, onun çeşitli söylemlere ve ideolojik şifrelere açılımlarını düzenliyor. O halde bu olay banka yöneticileri ile çıraklar arasındaki korelasyonu açıklıyor. Banka müdürleri Nationwide'ın söylemindeki muhafazakarlığa olan bağlılıklarından dolayı, 'baskın çözümleme' ürettiler; çıraklar ise baskın olmadığı için (satış görevlileri hariç) sorgulamaksızın doğrudan kabul ettiler. Her iki okumada da sınıflar temel noktaydı. İlk okuma, sınıf çıkarları üzerine; ikincisi ise İngiliz eğitim sisteminin sınıf çıkarları üzerine (çıraklar burada konu dışı bırakıldı) yapıldı.

Morley, "Nationwide Audience"taki "Afterword" adlı metnindeki araştırmasının neden başarılı olduğunu -bence fazla mütevazice- özetliyor:

"Ben, sosyal konum ve (alt) kültürel yapıların bireysel okumalarla ilişkilendirme yollarını göstermenin ötesinde birşey yapamazdım. Esas olarak, bundan daha fazlasını iddia etmek bizi yanlış yerlere götürür. Aynı şekilde ben sadece, izleyiciyi bireylerin oluşturduğu kitle ya da katı sosyo-demografik kategoriler kümesi yerine, kültürel gruplaşmaların kümesi olarak ele alan bir görüşün geçerli olabileceğini iddia ediyorum. Açıkça görülüyor ki, grup-birey okumalarındaki ilişkiler üzerine daha fazla çalışma yapılması gerekiyor."

Araştırmaları arasında şifreleme sürecinin üretilen şifreleri nasıl etkileyebileceği konusu üzerine herhangi bir tartışma olmadığından dolayı pişmanlık duyan Morley, bir sonraki araştır-

masını aile evlerinde seyredilen televizyonun incelenmesi üzerine yaptı[4].

Televizyon ve 'Kitle Kültürü İdeolojisi'

1980'lerin başında Hollandalı kültürel çalışmalar eleştirmeni Ien Ang, "Viva" isimli bir kadın magazin dergisine şu ilanı verdi: "Dallas dizisini seyretmeyi seviyorum; ancak bu konuda sık sık garip tepkiler alıyorum. Lütfen bana bu dizileri neden sevdiğinizi veya sevmediğinizi yazar mısınız? Yazacaklarınızı üniversite tezimde kullanacağım."

Ang'ın araştırmasının konusu, 1980'lerde ortaya çıkan Amerikan 'prime time' dizisi Dallas'ın kazandığı büyük uluslararası başarıydı (90'ın üzerinde ülkede izlendi). Hollanda'da nüfusun %52'si bu diziyi düzenli olarak izliyordu.

Ang verdiği reklamın ardından kırk iki mektup aldı. Bu mektuplarda hem Dallas sevenler hem de sevmeyenler vardı. Bu mektuplar, çoğunlukla bayanlar tarafından izlenen Dalls dizisinden alınan zevki inceleyen Ang'ın çalışmasının temelini oluşturuyor. Ancak onun anladığı zevk, bir ihtiyacın karşılanmasından doğan tatmin değil, zevki ortaya çıkaran mekanizmadır'. Ona göre "zevkin etkileri nelerdir?" yerine "zevkin mekanizması nedir? Zevk nasıl yaratılır ve işler?" soruları sorulmalıdır.

Ang'e yazanlara göre, Dallas'tan zevk alma ya da almama olayı, 'gerçekçilik' meselesi ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Yine, bir programın 'iyi' ya da 'kötü' bulunmasının ölçütü de, onların programı 'gerçekçi' (iyi) ya da 'gerçekçi olmayan' (kötü) olarak değerlendirmesi ile ilgilidir. Hem 'deneysel gerçekçilik' (kendi başına dışarıda varolan herşeyin yansıtılma derecesi) hem de 'klasik gerçekçilik' konusunda eleştirel bir tavır takınan Ang, Dallas'ın 'duygusal gerçekçilik' dediği türün ürü-

nü olduğunu ileri sürüyor. Dolayısıyla Dallas dizisi iki seviyede izlenebilir: "işaret düzeyi" (programın gerçek içeriği, genel hatları) ve "çağrışım düzeyi" (ilişkiler, anlamlar vb.).

"Çok çarpıcı: işaret düzeyinde gerçek ve gerçeklik dışı görünen aynı şeyler, insanlar, ilişkiler ve durumlar çağrışımsal düzeyde kesinlikle gerçek ve gerçekçi ve aslında tanınabilir olarak görünüyorlar. Açıkçası çağrışımsal okuma düzeyinde işaret düzeyi parantez içine alınıyor."

Dallas'ı izlemek, diğer programlarda olduğu gibi seçici bir süreçtir (metni işaret düzeyinden çağrışım sürecine algılamak, benlik duygumuzu hikayenin içine ve dışına dokumak). Mektupların birinde de bu şöyle belirtiliyor:

"Dallas'ı neden seviyorum biliyor musunuz? Sanırım bunun nedeni dizideki problemlerin, entrikaların, büyük-küçük zevklerin ve belaların kendi hayatımızda da olması... Gerçek hayatta J.R. gibi korkunç birini tanıyorum, ama o sadece sıradan bir inşaatçı". Diziye duygusal gerçekçiliğini veren, kendi hayatımız ile Teksaslı milyoner ailelerinkini birleştirmedeki yeteneğimiz. Zengin olmayabiliriz fakat bozulan ilişkiler, mutluluk, acı, hastalık, sağlık gibi temel duygularımız ortak. Diziyi gerçekçi bulanlar, dikkatlerini konunun tekliğinden (işaret düzeyi) ana temanın ortak olmasına (çağrışım düzeyi) kaydırıyorlar.

Dallas'ın sınırsız duygularla dolu olmasına (mutluluğun sonunda kaçınılmaz olarak acının gelmesi vb.) Ang "duygunun trajik yapısı" diyor. Gelen mektupların birinde bununla ilgili olarak "Bazen onlarla ağlamayı gerçekten seviyorum. Neden olmasın? Böylece kendi eskide kalmış duygularım bir çıkış yolu buluyor" diye yazmakta. Bu yola başvuran izleyiciler, dizideki gerçeklikle oyun oynadıkları gibi, gerçek hayatta gerçekliği inkar edenlerden değiller. Ayrıca bu dizilerle oynanan oyun, kişinin kurgusal ve gerçek olan sınırları tartışmasını ve onları akıcı hale getirmesini sağlıyor. Aynı şekilde, buradaki oyunla, kurgu-

sal bir dünyaya hayali katılım sağlanarak deneyimsel bir zevk alınıyor. Diğerleri bir yana, Dallas'tan alınan zevkin bir bölümü akıcılık miktarıyla ilintilidir ve izleyici, bu akıcılığı kendi gerçek dünyasıyla dizideki kurgusal dünya arasına koyar. Bu noktada ortaya bir sorun çıkıyor. Fakat nasıl olur da Dallas duygunun trajik yapısını oluşturuyor? Ang'e göre bunu oluşturan, melodram 'unsurları ile pembe dizilerin hikayesel yapısının bütünleşmesidir'. Bu duygu yapısını harekete geçirmek için, kendisinin 'melodramatik hayal gücü' adını verdiği şeyle beslenen okuma formasyonunu ortaya çıkaracak kültürel sermayeye sahip olmak gerekiyor. Melodramatik hayalgücü insanların acılarının, perişanlıklarının ardındaki gerçekliğin, acı ve zaferlerin, yengi ve yenilgilerinin anlamlı ve derin bir biçimde ifade edilmesidir. Gerçekliği, dinin dogmalarından alarak, hayatın anlamlı zıtlık ve çelişkilerine taşıyan bir düzenleme şekli önerir. Melodramların empatik zıtlık, ikilem ve duygusal yük temalarına adanmış bir anlatı formu olarak Dallas, melodramatik hayali beslemek ve göstermek için çok iyi yerleştirilmiştir. Dünyayı bu şekilde görenler için Dallas dizisinin zevki ne günlük hayatın çirkinliğini düşünmek ne ondan uzaklaşmaktır; dizinin zevki onun bir parçası olmaktır.

Melodramatik hayal gücü, duygusal gerçekliğin zevkini oluşturan duyguların trajik yapısı olarak harekete geçer ve etki olarak bir okuma biçimi olduğu için (3. bölüme bakın) tüm Dallas izleyicilerinin bu özel okuma formasyonuna başvurmamasını da ortaya koyar. Ang, aldığı mektupları temel alarak ve "kitle kültürü ideolojisi" bağlamında, izleyicileri üç ayrı okuma konumuna ayırıyor. İdeoloji, popüler kültürün kapitalist sistemin bir ürünü olduğunu ve kapitalist pazar ekonomisinin yasalarına maruz kalacağını, bunun sonucunda bu ürünlerin sürekli bir dolanımının olacağını ve üreticisine kar sağlayacağını ifade etmektedir. Kitle kültürü ideolojisi, diğer söylemlerde olduğu gibi bi-

reyleri özel özne konumlarına göre sorgulayarak çalışır. Gelen mektuplar Dallas'ı izlemek için üç konum sunuyorlar: müptelası olarak izlemek, dalga geçerek izlemek, sevmeye sevmeye izlemek.

Mektuplar arasında Dallas'tan nefret edenlerin bahsettiği ana konu "ideoloji" dir. Burada ideolojiyi iki yönde kullanırlar: birincisi programı kitle kültürünün örneği olacak bir yere yerleştirmek, ikincisi ise programın sevilmemesinin açıklamasını yapmak. Ang'ın dediği gibi "Akıl yürütmeleri en son şuraya geliyor: 'Dallas açıkça kötü; bir kitle kültürü olduğu için onu sevmiyorum'. Bu şekilde, ideoloji hem rahatlıyor hem de teminat veriyor. Böylece daha ayrıntılı ve kişisel açıklamaları kapsayan bir araştırma gereksiz kılınıyor. Çünkü bu, inandıran, mantıklı görünen ve meşruluk veren tam açıklamalı bir model sağlar." Burada Dallas'ı sevmemek yanlıştır denmek istenmiyor. Sadece, diziyi sevmemenin temelinde, eleştirel olmayan düşüncenin verdiği güvenden doğan, düşünmeden yargıda bulunma yatıyor.

Dallas'ı sevmek de, kitle kültürü ideolojisini kabullenmekle mümkündür. Buradaki çelişki 'dalga geçme ve ironiyle' çözülür. Dizi, ciddi bir melodramın tersine, bir komediye dönüştürülerek alaylı yorumlara ve ironilere maruz kalacaktır. İroni amaçlı izleyiciler, dizi metnini sunulduğu ya da olduğu gibi almayacak; tersine, ona kendi ironik yorumlamaları aracılığıyla, istediği anlamı yükleyecektir. Bu oluşumda, Dallas'ın zevki kötü oluşundan kaynaklanacaktır. Çünkü zevk ve kötü kitle kültürü çok çabuk uzlaşabilirler. Mektupların birinde de şöyle belirtilmekte: "Dallas elbette bir kitle kültürüdür ve kötüdür; ancak onu dalga geçerek seyrediyorum ve çok eğleniyorum". Bununla beraber hem Dallas'ı sevmeyen grup hem de alay ederek seyreden grup için kitle kültürü ideolojisi, yargıları açık ve net kılan sağduyunun temeli olarak işliyor. Ancak her iki grup da ideolojinin kuralcı yapısıyla kuşatılsa da, aldıkları zevk bakımından ayrılırlar. İro-

niciler, kitle kültürünün kötü olduğu bilinciyle suçluluk hissetmeden zevk alıp eğlenebilirlerken; Dallas'ı sevmeyenler, ironicilerle aynı fikirleri paylaşsa da, eğer onun çekiciliğinden kaçamamışlarsa, duygularındaki çelişkiden dolayı acı çekerler.

Son olarak, Dallas'ın fanatikleri bulunmaktadır. Bu gruptaki izleyiciler ironiye gerek duymaksızın, diziyi sevdikleri için kitle kültürü tarafından etkilenmiş insanlar olarak tanımlanabilir. Mektupların birinde de şöyle belirtiliyor: "Bu dizilerde amaç sadece kolay yoldan ve çok para kazanmak; bu da seks, varlıklı ve güzel insanlar gibi şeyler sunularak yapılıyor ve bunu seven insanlar her zaman bulunuyor". Bu iddia, ideolojinin dağınık desteğinin tüm ağırlığına sahip olmanın verdiği güvenle sunuluyor. Ang, Dallas müptelalarının bilinçli ya da bilinçsiz olarak bu küçümsemelerle başa çıkabilecekleri stratejiler üzerine bir inceleme yapıyor. İlk strateji, ideolojiyi kendi parçası haline getirmek, Dallas'ın sakıncalarını kabul etmek; ancak diziden zevk almak için bunlarla başa çıkabileceğini belirtmek. Diğer bir strateji, aşağıdaki mektupta olduğu gibi, kitle kültürü ideolojisiyle yüzleşmek: "Birçok insan diziyi yararsız ve gerçekdışı buluyor. Bence dizi anlamlı ve gerçek". Ancak Ang'in de belirttiği gibi, buradaki mektubun yazarı ideolojinin dağınık kısıtlamaları arasında kalmış biri. Çünkü Dallas'ı değişik ilişkiler bütününden dereceli karşıtlıklar (gerçek/gerçekdışı, yararlı/yararsız vb.) gibi yönlere taşımaya çalışmış. Ayrıca bu mektubun yazarı, kitle kültürü ideolojisi tarafından yaratılan yer ve sınırlar içinde hareket etmiş. Yani, olaya bu ideolojinin bağlamı dışından bakamıyor ve karşıt ideolojilerin konumu hakkında konuşmuyor. Son olarak, kitle kültürü ideolojisinin kuralcı standartlarına karşı üçüncü bir savunma stratejisini ortaya çıkartan bir mektup mevcut. Yukarıda bahsedilen ironici izleyiciler gibi burada da yüzeysel olarak ironi kullanımı vardır. Yalnız buradaki ironi, ironiye başvurmadan, diziden alınan zevki açıklamak ve gerekçelendirmek için

kullanılır. Dizideki insanlar korkunç insanlar olarak gösterilip kınanır; aynı zamanda da dizinin tanıtımı yapılır; konunun gelişimi, karakterlerin ilişkileri gösterilir (ironi, olayları tersinden ele alarak dalga geçme biçimidir). Öyle görünüyor ki mektubun yazarı, ideolojinin diziyi küçümseyen gücü ile diziyi seyretmekten aldığı zevk arasında kalmış, ikisinden de bir parça etkilenmiş ve mektubundan anlaşıldığı kadarıyla, arkadaşlarıyla beraberken birincisine, yalnızken ikincisine bağlı kalıyor (ya da arkadaşlarıyla beraberken kendini saklıyor). Ang'e göre buradaki 'ironi' bir savunma mekanizmasıdır. Mektubun yazarı, bu savunma mekanizması ile, bir yandan kitle kültürü ideolojisinin koyduğu sosyal normları yerine getirirken, diğer yandan da gizliden gizliye diziyi seyrediyor.

Ang'in de açıkladığı gibi, Dallas'ın fanatikleri diziden aldıkları keyfi kitle kültürü ideolojisi ile bağdaştırmak, ideolojinin bir parçası olmak istiyorlar. İdeolojinin olumsuz tepkisine karşı aldıkları zevki savunmak için, 'yüzeysel ironi'yi kullanıyorlar. Bu bahsedilen stratejilerden şu sonuç çıkıyor: 'kitle kültürünün ideolojisine karşı oluşturulabilecek -ya da en azından tutarlılık ve inandırıcılık bakımından dengeleyici olabilecek- alternatif bir ideoloji yok'. O halde, şimdiye kadar açıklandığı gibi Dallas'ı sevenler ve sevmeyenler arasındaki mücadele eşit şartlarda bir mücadele değil. Bir taraf kitle kültürü ideolojisinin gücü ve güvenliği altında tartışmaya katılırken, diğer taraf (sevmeyenler) kendi sınırları içinde direniyor. "Kısacası, Dallas müptelaları, kitle kültürü ideolojisinden bağımsız olarak ve olumlu bir şekilde konuşabilmelerini temin edebilecek bir ideoloji ile kimliğe sahip değiller: *Dallas'ı seviyorum, çünkü...*". Bununla birlikte, bazı mektuplarda belirtilen ve fanatiklere yararlı olabilecek bir görüş daha var. Bu görüş, popülizm ideolojisi tarafından donatılmış görüştür. Bu ideolojinin kökeninde 'herkesin zevki ne kadar farklı olsa da aynı değere sahiptir' inancı yatar. Mektuplar-

dan birinde şöyle diyor: "Bu konuda garip tepkiler veren insanları aptal olarak görüyorum. Onlar başkasının zevkine ne diyebilirler ki. Onlar da sizin görmeye ya da dinlemeye bile katlanamayacağınız şeyleri hoş bulabilirler." Popülist ideolojiye göre diğer insanların tercihleri üzerine hüküm vermek tamamıyla anlamsızdır. Çünkü her zevkin kendi kategorisi vardır ve bireysel çekime sürekli açıktır. Ang'e göre, Dallas dizisini savunmak için ideal ideoloji olmasına rağmen çok az mektupta bundan bahsedilmesi, popüler ideolojinin kelime sayısının çok kısıtlı olmasıyla ilgilidir. Birisi birkaç defa "zevkin hesabı olmaz" dedikten sonra tartışma konusu kısıtlanmaya başlıyor. Buna karşın, kitle kültürü ideolojisi geniş çaplı ve ayrıntılı kuram ve kelime çeşitliliğine sahiptir. Bu nedenle, mektup gönderenlerden Dallas'ı sevip sevmedikleri konusunda fikirleri istendiği zaman, kitle kültürünün kuralcı ideolojik söyleminden kaçmaları zor oluyor.

Ang'e göre, kültürel çalışmalar, özellikle de feministlerin çalışmaları kitle kültürü ideolojisi ile yollarını ayırmalıdır. O, zevki feminist kültür politikasının temel kavramı olarak görür. Feminist kültürel çalışmalar, 'kadınların zevklerinin gözardı edilip ... pembe dizilerin aldatıcı mesajlarının pozitif kurbanları olarak görüldüğü kitle kültürü ideolojisinin ataerkilliğine karşı mücadele etmelidir'. Zevk kavramı feministlerin, kadınların özgürlüğüne kavuşması fikrine karşı bir engel olarak görülmemelidir. Ang'e göre asıl sorulması gereken soru şudur: zevk kavramı, pembe dizilerin sulugöz ve duygusal bağlamda mazoşist kadınıyla özdeşleşerek 'politik tavrını nispeten dışında bir anlama kavuşabilir mi?' Evet, fantezi ve hayal kurarak...

"Yaşamın diğer boyutlarının (sosyal pratikler, ahlaki ve sosyal bilinç) işlevini fantezi ve hayal yapamaz, ancak onların yanında yer alır. Hayal ve fantezi zevkin kaynağıdır. Çünkü ger-

çeklikten kısmen de olsa koparır ve gerçek çelişkiler için hayali çözümler üretir. Bu çözümlerin kurgusal basitliği içinde, aslında varolan baskın ve ikincil sosyal ilişkilerin iç bayıltıcı karmaşıklığı vardır."

Elbette bu, kadınların temsil edilmeleri önemli değildir gibi bir anlama gelmez. Bu temsiller öncü bir kültürel politikanın gerici unsurları olarak kınanabiliyorlar. Ancak onlardan zevk almak tamamen ayrı konudur; 'çünkü sevdiklerimizle, arkadaşlarımızla, işimizle, siyasi ideallerimizle olan ilişkilerimizde bu konum ve çözümlere girişmemiz gerektiğini ima etmeye ihtiyaç duymaz'.

"Hayal ve fantezi, hayatı zevkli ve en azından yaşanabilir kılar. Bununla birlikte siyasi faaliyetleri ya da bilinci dışlamak değildir; ve ayrıca feministler onlara yer ayrılması için ya da yeni hayaller yaratmak için mücadele etmemeli gibi bir fikri de izlemezler... Ancak kültürel tüketimin söz konusu olduğu yerlerde fantezilerin gelişmişliğini ölçmek için net bir standart yoktur. Kişisellik bazen politiklik olabilir; ama bu ikisi hiçbir zaman bir arada yürümez."

Televizyon Sektörünün İki Ekonomisi

John Fiske'e göre, popüler kültürü yaratan kültürel ürünler aynı anda iki ekonomi üzerinden işlerler: finansal ve kültürel ekonomi. Finansal ekonomi esas olarak değişim değeriyle ilgili iken, kültürel ekonomi kullanım (anlamlar, alınan zevk) ve sosyal kimlik üzerine odaklanmıştır. Normal olarak bu iki ayrı fakat birbiriyle bağlantılı ekonomi arasında sürekli bir etkileşim vardır. Bu noktada Fiske "Hill Street Blues" programını örnek olarak veriyor. Bu program, MTM tarafından hazırlanıp daha sonra Mercedes-Benz'le ilgili sponsorluk yapacak olan NBC kanalına satıldı. Sonuçta bu programın oluşturduğu seyirci kitle

si Mercedes-Benz için hazır bir kitle oldu. Bunların hepsi finansal ekonomi kapsamında olan şeylerdir. Kültürel ekonomide ise bu süreç kültürel ürün olarak başlar (NBC'ye pazarlanma) ve seyircinin anlamlar çıkarması ve zevk almasıyla devam eder. Aynı şekilde izleyici de üründen (Mercedes'e pazarlanma) çıkıp anlam ve eğlence üreticisine dönüşür.

John Fiske, 'kültürel ekonomide izleyicinin üretici olarak gücünün çok fazla olduğunu' iddia eder. Bunun nedeni, 'anlamların, finansal ekonimide zenginliğin işlediği şekliyle kültürel ekonomide işlememesidir'. Maddi zenginliğe ulaşmak bir şekilde mümkün olabilir, ancak anlam üretebilmek ve zevk sahibi olabilmek çok daha zordur. Çünkü kültürel ekonomideki ürünler, finans alanındakiler gibi üretimden tüketime düz bir çizgide ilerlemezler. Üstelik kültürel ekonomide gerçek bir üretim-tüketim ayrımı yoktur. Bunların yanında, üreticinin ürettiği şeyin ne sonuç vereceğini kestirememesi de tüketicinin (izleyicinin) gücünü ortaya koyuyor. 'Sektör içinde 13 üründen 12'sinin beklediği karı elde edemediğine, birçok dizinin sona erdiğine, astronomik maliyetli birçok filmin fiyaskoyla karşılaştığına (Raise the Titanic filmi neredeyse Lew Grade'i batırıyordu) tanık oluyoruz.

Bu başarısızlıkları dengeleyebilmek için kültür endüstrisi, ürünlerin repertuvarını yükseltip seyirci çekmeye çalışıyor; buna karşın seyirci de Fisk'in 'semiyotik (işaret dilini kullanan) gerilla savaşı' olarak adlandırdığı (ismi Michel de Certeau'dan almıştır) taktiği uyguluyor. Yani kültür endüstrisi, izleyicileri tüketici olarak içine almaya çalışırken, izleyiciler de sık sık televizyon metnini (ürününü) kendi menfaatleri doğrultusunda ele alıyor. Mesela, Avustralya yerlileri Rambo figürünü politik ve kültürel mücadelelerinin simgesi olarak kendilerine mal ediyorlar; öte yandan İsrail'de yaşayan Rus Musevileri Dallas'ı 'kapitalizmin özeleştirisi' olarak görüyorlar.

Fiske, güçsüzün güçlüye karşi direnişinin iki biçimde gerçekleştiğini ifade ediyor: semiyotik ve sosyal. Bunlardan birincisi esas olarak anlamlar, zevkler ve sosyal kimlikler üzerinde dururken, ikincisi sosyo-ekonomik sistemin dönüşümünü ele alır. Fisk'e göre bunlar 'her ne kadar kendi içlerinde nispeten özerk olsalar da, birbirleriyle yakından ilişkilidirler'. Popüler kültür, özel olarak olmasa da, çoğunlukla semiyotik gücü kapsamında kendini ifade eder ve buradaki 'homojenleştirme ile farklılık ya da konsensus (fikir birliği) ile ikilem arasındaki mücadelelere' karışır. Bu bağlamda popüler kültür alanı, içinde uzlaşma güçleri ile direniş güçlerinin savaştığı ve de empoze edilen anlamlar/zevkler/sosyal kimlikler arasındaki çelişkilerin mücadele ile yok edildiği bir savaş alanıdır. 'Homojenliğin egemen güçleri daima heterojenliğin direnişiyle karşılaşır.'

Fiske'in iki ekonomisi, bu mücadelede iki karşıt kutbun çıkarı doğrultusunda işler: finansal ekonomi homojenleştirme ve uzlaşma güçlerinin, kültürel ekonomi ise farklılık ve direniş güçlerinin yanında yer alır. İkincil anlamların baskın anlamlara karşı önem kazandığı semiyotik direniş, kapitalist sistemin ideolojik homojenliği sağlama yönündeki çabalarını zayıflatan bir etkiye sahiptir. Bu şekilde, egemen sınıfın entelektüel ve ahlaki liderliğine meydan okunur.

Fiske, popüler kültürü 'mücadele alanı' olarak görür ve bu alandaki 'egemen güçlerin iktidarı'ndan haberdar olsa da, daha çok bu güçlerle başa çıkarken, bu güçlerden sakınırken ya da bunlara karşı direnirken başvurulan taktiklere dikkatini odaklamayı tercih eder. Diğer bir deyişle Fiske'in popüler kültüre yaklaşımı, özel olarak uzlaşma sürecinin resmini çizmek yerine, uzlaşmayı bu derece gerekli kılan popüler canlılık ve yaratıcılık konularını araştırmaktır. Bunun yanı sıra, egemen ideolojinin sinsi ve her yere ulaşan çabalarına odaklanmak yerine, bu ideolojiyi, kendini ve değerlerini korumak için azimle çalışmaya

zorlayan günlük direniş hareketlerini anlamaya çalışır. Özünde Fiske'in bu yaklaşımı iyimserdir. Çünkü insani kanıtların enerjisi ve canlılığı içinde hem sosyal değişim imkanını hem de bu değişimi yürütecek güdüleri buluyor.

Dipnotlar

1. David Morley "Family Television" (1986) kitabında televizyon usullerinin nasıl olduğunu tartışır. Bu tartışmada 'TV izlemek yeterli değildir' fikrini veriyor.

2. Bu deneme kitabı ilkin 1973 Eylül'ünde, The Council of Europe Colloguy'a 'Televizyon Dilini Eleştirel Okuma' adıyla sunulmuştur. Sonra, aynı yıl içinde 'Centre for Contemporary Cultural Studies Stencilled Occasional Paper no.7' adıyla yayımlandı. Grafik (şekil 1) ve alıntılar Hall'ün 1980'deki gözden geçirilmiş uyarlamasından alınmıştır.

3. Modelle ilgili oluşan ilginç bir problem, şifreleme işleminin her zaman baskın konumdan yapıldığının varsayılıyor gibi görünmesidir. Şifrelenen mesaj radikal ya da ilerici olduğu zaman modele ne olur?

4. 'The Nationwide Audience'in yayımlanmasından itibaren Morley, kuramsal ve yöntemsel savlarını hem açıklığa kavuşturdu hem de değiştirdi.

III. Bölüm

Kurgu

F.R. Leavis ve Denys Thompson'ın 'Culture and Environment' (1977) adlı kitabı (ilk yayın 1933), popüler kurguyu 'telafi etme' ve 'zihni oyalama' faaliyetlerinin alışkanlık yapıcı biçimlerini teşvik etmesinden dolayı kınar. Onlara göre, bu türden 'telafi etme' faaliyetleriyle 'kafa dinlendirme' aynı şey değildir. Çünkü bu tür faaliyetler, hayata bağlılığı güçlendirmekten ziyade, insanları gerçeklerden kaçmaya alıştırarak sağlıksız bir ortam yaratmaktadır. Q.D. Leavis ise "Fiction and Reading Public" adlı kitabında (1978-ilk yayın 1932) bu durumu 'kurguya bağımlılık' olarak tanımlıyor ve bu tür bağımlılıkların romantik kurgu metinlerinin okurlarını, gerçek hayatla uyumsuzluğa yol açan hayal dünyasında yaşama alışkanlığına götürebileceğini ekliyor. Kendi kendini istismar etmek oldukça kötüdür. Daha da kötüsü, 'bu alışkanlıkların, kültürel azınlıklar için olumsuz bir atmosfer yaratılmasında etkili olmasıdır ki, bu gruplar aslında kendi samimi duyguları, inançlarıyla yaşamaktadırlar'.

Yarım yüzyıl önce bu tavırda köklü bir değişim oldu. Bu noktada Derek Longhurst, popüler kültür üzerine yazılan denemelerin bir koleksiyonunu tanıtıyor:

"Şu anda kabul edildiği gibi, popüler kurgu üzerine yapılan çalışmalar kültürel analizin önemli bir bölümünü oluşturur. Artık, popüler kurgu kitapları okumak ahlaksızlara özgü bir faaliyet olmaktan çıkmış ve popüler hikayelerin uyuşturucu madde

(olarak), okuyucularının ise geri kalmış uyuşturucu bağımlıları olarak görülmesi sona ermiştir."

Her ne kadar elit fantezilerle Longhurst'un kültürel çalışmaları arasındaki masafe büyük olsa ve ayrıca kuramsal ve yöntemsel savaşlarla (kazanılan ve kaybedilen) ilgili anlatmaya değer bir hikayeyi içerse de, bu bölümün geri kalan kısmının odak noktası popüler kurgu üzerine oluşturulan üç önemli yaklaşım olacaktır: 1. semptomatik okuma, 2. okuma formasyonları, 3. romans (aşk kitapları) okuma.

İdeoloji ve Semptomatik Okuma

Louis Althusser'e göre, ideolojik söylem kapalı bir sistemdir. Çünkü ideoloji sadece cevaplayabileceği soruları ortaya atar. Bu sistem 'öz-dayatmacı' sınırları içinde güvende kalabilmek için, bu sınırları aşma tehditinde bulunan sorulara karşı sessiz kalmak zorundadır. Bu formülasyon Althusser'i 'sorunsal' (problematik) kavramına götürüyor. Sorunsal, metnin materyal olarak düzenlendiği, çarpışan ve rekabet içindeki söylemlerin repertuvarını hem düzenleyen hem de üreten kuramsal ve ideolojik yapıdır. Ve bir metnin sorunsalı, neyi içerip neyi dışladığı konusu kadar tarihsel momentiyle de ilgilidir. Yani, metni, ürettiği soruları cevaplandırması için cesaretlendirir. Bununla birlikte, dışlamaya çalıştığı sorulara da 'biçimsiz' cevaplar üretilmesini sağlar. Dolayısıyla, sorunsal hem eksik olan (söylenmeyen) hem de hazır olan (söylenen) tarafından oluşturulmuştur. Eleştirel pratiğin görevi, sorunsalın işleyişini ortaya çıkarmak için metnin yapısını çözümlemek; böylece varoluşun tarihsel koşulları ile ilişkisini oluşturmaktır.

Althusser, Karl Marx'ın Adam Smith'i okuma yöntemini semptomatik olarak şu şekilde tanımlıyor:

"Marx, okuduğu metinde sırrı verilmemiş olanın sırrını çözüyor ve aynı anda bunu farklı bir metinle ilişkilendiriyor. Bu me-

tin gerekli bir yokluk gibi birincisinde hazır durumdadır. Marx ilk okumada olduğu gibi ikincisinde de ilk metnin varoluşunu ve birincinin ikinciye karşı ölçüsünün ne olduğunu önceden varsayıyor. Ancak yeni okumayı eskisinden ayıran nokta, yeni okumada ikinci metnin, birincideki boşluklarla beraber ifade edilmesidir."

Karl Marx, Smith'i semptomatik olarak okuduğunda, "sorulan hiçbir soruya uymayan cevap" paradoksunda yer alan görünmez sorunsala karşın, yazılarındaki (öncelikle) görülen sorunsalı ölçebiliyor. Öyleyse, bir metni semptomatik olarak okumak ikili bir okuma şeklini gerektirir. Yani, önce belli olan ilk metin okunur. Daha sonra, ilk metinde bulunan boşluklar ve çarpıtmalar, sessizlikler ve eksiklikler (ortaya çıkmak için çabalayan problemin semptomları) aracılığıyla gizli metni okumak ve üretmek için metnin sorunsalı çözümlenir.

Şüphesiz kurgusal metinlerde bu okuma metoduna başvurulmasını en çok destekleyen Pierre Macherey'in "A Theory of Literary Production" adlı kitabı olmuştur (1978). Macherey, "yorumlayıcı yanılsama" diye isimlendirdiği metnin (eleştiriler aracılığıyla bulunması gereken) tek anlama sahip olduğu görüşünü reddeder. Ona göre, metin anlamı gizleyen bir bulmaca değil, anlam çeşitliliğine sahip bir yapıdır. Bir metni açıklayabilmek için bunun farkında olmak gerekir. Üstelik, bunu yapmak için, metnin asil bir yaratım ve en yüksek niyetlenme anından ileriye spiralleşen uyumlu bir birlik olduğu fikrinden de ayrılmak gerekir. Bunun karşısında kurgusal metnin merkezi ortadan kaldırılmış, metin kendi içinde tamamlanmamıştır. Ancak bu, metnin tamamlanması için bir şeyler eklenmelidir, anlamına gelmez. Ona kurgusal metinlerde merkez yoktur; çünkü kurgusal metinler açık-kapalı, sessiz-eksik birçok söylem arasındaki yüzleştirmelerden oluşurlar. Eleştirel pratiklerin vazifesi ise metindeki anlam zıtlıklarına işaret eden ayrımları aydınlatmaktır.

"Bu zıtlık, bir kusurun göstergesi değildir. Yaptığı çalışmada bir 'başka'lığın kaydını ortaya çıkarır; ki bu çalışma aracılığıyla kendi köşesinde olanla olduğu gibi, olmayanla da ilişkisini korur. Bu çalışmayı açıklamak için, görünüşünün aksine, (bu çalışmanın) bağımsız olmadığını, ancak kimliğinin ilkesi olan 'yokluğun' damgasını maddesel cismin içinde taşıdığını göstermek gerekir. Bu kitaba, karşılarına iyice hazırlanmış olarak çıktığı bahsedilen diğer kitapların ima edilen varlıkları tarafından izler (yaralar) açılmıştır. Kitap, söyleyemediğinin eksikliğinin altını çizer ve bazı bastırılmış sözcüklerin eksikliği kendini hissettirir. Kitap, anlamın genişletilmesi değildir, çeşitli anlamların uyuşmazlığından ve onu gergin ve sürekli yenilenen karşılaşmalar içinde gerçekliğe bağlayan en güçlü bağdan yaratılmıştır."

Macherey'in bu yaklaşımı, metin içinde kapalıyı açık, fısıltıyı duyulur hale getiren edebi eleştirilerin biriyle karıştırılmamalıdır. Macherey'e göre, ortada olanı metnin anlamından emin olmak için daha açıklıkla konuşturmak mesele değildir. Çünkü metnin anlamı hem içsel hem de eksiktir. Sadece metnin öz-bilgisini tekrar etmekle metin açıklanamaz. Tam kapasitedeki eleştirel pratiğin görevi, metin kapsamında fısıltıyı duyulur yapmak ya da söylenmemişi söylemek değil, metnin yeni bilgisini üretmektir. Bu bilgi sessizliğin, eksikliğin, tamamlanmamışlığın yapısallaşmasını (konuşamayanın sahneye konması gibi) açıklamaz.

"Bilme işi, oluşturulmuş bir söylemi dinlemek ya da basitçe tercüme etmek zorunda olduğumuz basit bir kurgu değildir. Daha çok, yeni bir söylemin ayrıntılı incelenmesi, sessizliğin telaffuz edilmesidir. Bilgi gizli, unutulmuş ya da saklanmış anlamın keşfi ya da yeniden oluşturulması değildir. Bilgi başlangıcından itibaren gerçekliğe eklenerek yeniden ortaya çıkarılmış olandır."

Macherey, Sigmund Freud'un rüyalar üzerine yaptığı çalışmalardan esinlenerek, bir şeyin söylenmiş olması için diğer şey-

lerin söylenmemiş olduğunu iddia eder. Ona göre, metnin kapsamı içinde sorgulanması gereken eksikliklerin, sessizliklerin nedeni de budur. Çalışmada önemli olan, neyin söylendiği değil neyin söylenmediğidir. Freud, hastaların problemlerinin nedenlerinin bilinç düzeyinde değil, bilinçaltında bastırılmış olarak var olduğunu ve ne söylendiği ile ne gösterildiği arasındaki farkın akıllıca ve derinlemesine analiz edilmesi gerektiğine inanıyordu. Macherey de benzer biçimde, söylemekle göstermek arasındaki çelişkileri araştırır. Ona göre, bir metnin ne söylemek istediği ile ne söylediği arasında daima bir fark, bir boşluk vardır. Bu yüzden, bir metni açıklayabilmek için, metnin ne söylemeye mecbur bırakıldığını anlamak gerekir. İşte bu noktada, metnin bilinçaltı oluşturulmuştur (Althusserci sorunsal). Ve burada, metnin varoluşunun ideolojik ve tarihsel şartları ortaya çıkarılmış, metin tarihle ilişkilendirilmiştir.

Resmi düzeni içinde bir metin, çözülmesi gereken bir problem ortaya atarak başlar. Sonra açıklayıcı bir süreç olarak son karara kadar devam eder. Macherey'e göre, ortaya atılan problem ile varılan karar arasında devamlılıktan çok, daima bir 'kopuş' vardır. Ve bu kopuşu inceleyerek metnin ideoloji ya da tarihle ilişkisini bulabiliriz. 'Metnin kıyısında, ansal olarak saklı, fakat eksikliğiyle birlikte etkili ifadeye sahip olan ideolojinin dilini buluyoruz'. Tüm hikayeler (anlatılar) ideolojik bir tasarı içerirler. Yani, gerçeği söylemek için söz verirler. Hikayedeki bilgi, açıklığa kavuşturulacağına dair söz verilmesi üzerine öncelikli olarak geri çekilir. Hikaye, gizin çözülmesine doğru bir hareket oluşturur. Bu hareket, açıklanması için söz verilen gerçekle başlar, açıklanan gerçekle biter. Macherey, kitabı üç bölüme ayırır: 1. ideolojik tasarı (söz verilen gerçek), 2. farkına varma (açıklığa kavuşan gerçek), 3. metnin (semptomatik okumalar aracılığıyla üretilen) bilinçaltı: bastırılmış olanların ortaya çıkarılması; tarihsel gerçek.

Metnin bilinçaltı, tarihsel çelişkileri yansıtmaktan ziyade evreleri hatırlatır ve gösterir. Bu süreç bize ideolojinin 'bilimsel' bilgisini değil, kendisiyle çelişen ideolojinin bilincini verir. Ve bunu yaparken de cevaplayamayacağı sorulardan önce bozulma süreci yaşar ve ideolojinin yapması gerekenleri yapamaz. İdeoloji, kesinlikle çelişkinin tüm izlerini silmek için vardır. Macherey, bilimin ideolojiyi yok edeceğini iddia ediyor. Kurgusal metinler de ideolojiyi kullanarak ve onu görünür hale getirerek (böylece ideoloji analize ve çatışmaya hazır hale gelir) ona meydan okur. Örneğin, Fransız bilim-kurgu yazarı Jules Verne'in 19. yüzyıldaki Fransız emperyalizminin çelişkilerini eserlerinde ortaya koyması... Jules Verne'in her kahramanı serüvencidir ve bir yeri keşfeder (esrarlı bir ada, ay, dünyanın merkezi, kutbun merkezi vb.). Verne, bu maceraları anlatırken diğerlerini de anlatmak durumunda kalıyor; çünkü her keşifte Verne'in kahramanları, başka bir hikaye kahramanının zaten orada olduğunu görüyorlar. Macherey için bunun önemi, 'temsil etme' (hikayenin konusu ve amacı) işleminden onun ne anladığı ile 'figürleştirme' (karakterin ya da olayın nasıl farkedildiği ve hikaye kaydı) arasındaki farktadır. Çünkü Verne, Fransız emperyalist ideolojisini temsil ederken, aynı zamanda figürleştirme işlemi aracılığıyla keşfedilen bu toprakların zaten sahipli olduğunu göstererek bu ideolojinin temel mitine de darbe vurmuş olur. Yani, temsil boyutundan figürleştirme boyutuna, ideoloji tam bir değişim geçiriyor. Bunun nedeni, belki de hiçbir ideolojinin figürleştirme testinde varlığını sürdürebilecek kadar tutarlı olmamasıdır. Böylece, Jules Verne emperyalizmin ideolojisine kurgusal bir şekil vererek mit ile emperyalist gerçekliği ortaya koyuyur. Eserler emperyalizmin bilimsel suçlamalarını içermiyor. Ama semptomatik okuma aracılığıyla bu eserlerde oluşturulmuş olan ideolojik söylemlerin ciddi çelişkilerini daha ayrıntılı inceleyecek olursak, bu çelişkilerin nereden doğduğunu, nereden gelişti-

ğini, kendilerini nereden ayırdığını ve neyi üstü kapalı olarak söylediğini görebiliriz ya da hissedebiliriz. Verne'in macera-kurguları böylece kendi varoluşlarının ideolojik ve tarihsel koşullarını göstermiş oluyor (her ne kadar böyle istenmese de).

Okuma Formasyonları

Tony Bennet ve Janet Woollacott'un (1987) yazdığı "Bond and Beyond" adlı kitabın genel konusu, James Bond figürünün yaratıldığı ve farklı kültürel metinlerle yeniden oluşturulduğu değişik ve yeni biçimlerdir. Yapılan analizler kitapları, filmleri, akademik eleştirileri, sinema oyuncularının hayatını, konu üzerine makaleleri, reklam kopyalarını, film yıldızları ve yapımcılarıyla yapılan röportajları kapsayan geniş bir yelpazeye sahiptir. Elbette buradaki amaç, Bond'un popüler bir kahraman olarak tanıtılıp yaygınlaştırılmasını sağlayan farklı şekilleri incelemektir.

Bennett ve Woollacott, popüler kurgunun, ideolojiyi taşıyanların biraz daha ötesinde olduğunu ve egemen ideolojyi kültür endüstrisinden, aldatılabilecek saf halk kitlelerine aktarmada daima başarılı olduğunu reddeder. Onlara göre, bu fikirdeki temel problem, onun basit bir karşıtlık politikasına ve işleyen egemen ideolojinin maskesizliğinin biraz daha ilerisinde bir eleştiriye sebep olmasıdır. Buna karşın Bennett ve Woollacott, popüler kurgunun, okumanın belli koşulları içinde harekete geçirilmek üzere tarihsel değişkenliğe sahip, karmaşık ve çelişkili ideolojik söylemleri ve karşı söylemleri kullanıma hazır hale getiren kendi ideolojisiyle özel bir yere sahip olduğunu iddia ediyor. Onlara göre, Bond filmleri ve kitapları ırkçı, erotik içerikli ve tepkisel olarak tanımlanabilir; ancak eğer bu noktalarda takılıp kalınırsa bu metinlerin popüler seyirci ile nasıl buluştuğunu açıklamakta başarısız olunacaktır.

James Bond, şüphesiz fantastik kurgu metinlerinin ünlü ca-

susudur. Bond'un popülaritesi 1950, 1960 ve 1970'lerde tahminlerin ötesindedir. 1977'ye kadar Bond filmlerinin seyirci sayısı 100 milyonun üzerindeydi ve İngiltere'de yalnızca ciltlenmemiş kitaplarının satışı toplam 27.863.500'dü. Bennett ve Woollacott, Bond'un bu popülaritesinin kaynağının onun birtakım politik konuları ifade etme yeteneği olduğunu ifade ediyor. Bunun içinde, değişen İngiliz kimliği kadar, doğu/batı, kapitalizm/komünizm, erkek/kadın arasındaki tarihsel hareketliliğe sahip ideolojik ilişkiler de yer alır.

"Bununla birlikte Bond figürünün ele alınan bu konuları, Bond'un ifade ettiği belirli ve kesin tarz ve kariyerinin değişik dönemleri içinde çeşitlenir. Bond figürünün değindiği kültürel ve ideolojik unsurların sürekliliği olabilir; ancak bu unsurlar değişik karışımlar ve yer değiştiren ayrı sıralanımlar içinde bütünleştirilmiştir. Eğer Bond 'bir dönemin simgesi' işlevini yerine getirmiş olsa, o dönemin değişken bir simgesi olurdu. Çünkü Bond, farklı ve hatta çelişkili kültürel değerleri ifade edebilen ve ayrıca arkasına dönerek yenilerini ifade etmek amacıyla önceden ele aldığı anlamlara ve kültürel değer yargılarına tekrar yönelebilen bir yapıya sahiptir".

Ayrıca Bond'un daimi popülaritesini sağlayan unsurlardan biri de onun ideolojik uysallığıdır. Bennett ve Woollacott'un ifade ettiği gibi, zamanın farklı bölümlerinde, farklı nedenler ve yönergeler içinde popüler olan farklı Bond figürlerinin popülaritesini açıklamak öncelikli sorunumuzdur. Daimi kalan ise, Bond'un 'tarihsel olarak belirli ideolojik çıkarları ifade etmek için değişken bir odak noktası işlevi gören kendi tarzıdır'.

Bond'un popülaritesi ilk olarak 1950'lerin sonunda başlar. "Casino Royale" ve "Moonraker"ın yayımlanması ve The Daily Express gazetesinde "From Russia, With Love" dizisinin ve sonra Bond'un çizgi-roman serisinin basılması, o dönemlerin temel olaylarıydı. İngiltere'de Bond romanlarının satışı 1956'da

58.000 iken bu sayı 1959'da birden 237.000'e yükseldi. Bu dönem boyunca Bond, aşağı orta sınıfın politik kahramanıydı.

"Bond, özel olmasa da, soğuk savaş döneminin ilk ve en önemli kahramanıdır. Çünkü doğunun komünizmine (ve şeytanlarına) karşı zafer kazanan Batı kapitalizminin erdemlerini temsil eder... Ve Bond, dönemin gerçek çelişkileriyle ilgili ideolojik olarak doldurulmuş hayali ayrışmaları etkiler. Ki bu çözümlerde Bond'a yüklenen bağımsızlık ve bireycilik gibi Batı değerleri, totaliterlik ve bürokrasi gibi Doğu (komünist) değerlerine karşı galip gelir".

Dahası, bu dönemde Süveyş fiyaskosunun (1956) ulusal haysiyete darbe vurmuş olduğunun düşünülmesi nedeniyle, Bond'un da İngiliz ulusal kimliğinin daha mitsel kavramlarına yönelişini ifade etmesi hiç de şaşırtıcı değildir. Ulus-devletlerin yıkılmaya başladığı bir dönemde Bond, herşeyin ötesinde bir İngiliz kahramanı olarak, sanki tarihin tekerrür edip dünya liderliği dönemine (tabii ki İngiltere için) dönülmesini öneriyor gibidir. Gerçek hayatta başarılamayanlar, belki de Bond'un kurgusal dünyasında sembolik bir oyun haline getirilebilirdi.

Bond'un ikinci olarak ortaya çıkışı 1960'larda ilk Bond filmi olan "Dr. No" ile başlar. Filmin o dönemdeki etkisi iki yönlü olmuştur. İlkin, Bond'un popülaritesinin sosyal temeli genişlemiş; ikinci olarak, Bond figürünün ideolojik olarak yeni modelinin yaratılması zorunluluğu doğmuştur. Bennett ve Woollacott bu durumu şöyle açıklıyor:

"Bond figürünü oluşturan çeşitli ideolojik ve kültürel unsurlar, ideolojik ve kültürel bağlamda ayrı ve değişik yönleri ifade eden yeni bir dış görünüm içinde tekrar birleştirilmek üzere bölünüp parçalara ayrılırlar."

İlk Bond filmlerinin gösterilmesi, kitap satışlarını da artırdı ve Bond figürünü dünya çapında bir reklam ürünü haline getirdi. Ancak bu sırada Bond'un ideolojik ve kültürel bağlamda

önemi iki boyutta değiştirilmiş oldu. Birincisi, Bond artık doğu/batı çatışmasının ve soğuk savaş döneminin kahramanı olmaktan çıkıp uluslararası ilişkilerin düzeltilmesine çalışan bir kahramana dönüşmüştür. Artık düşman komünist doğu değil, doğu ile batı arasındaki hassas ilişkilerden yararlanmaya çalışan suç örgütleri, gizli suikastçiler ve çıkar çevreleridir. İkincisi ise, Bond'un İngiliz kimliğinin, tarihi tersine çevirip dünya liderliğini yeniden oluşturmak isteyen görüşlerin simgesi olmaktan çıkarılıp tarihi gelişim doğrultusunda ilerleyen bir ulusun sembolü olarak kullanılmaya başlanmasıdır.

"Bond, sınıfsızlık ve modernite gibi önemli ideolojik temaların mitsel özetini sağlamıştır. Bu olay, İngiltere'deki geleneksel elit sınıfın, sığ ve sınıf-merkezli bakış açısını terk ettiğinin ve ayrıca aristokrat ve armatörlerin yerini orta sınıf ve profesyonellerin aldığı yeni ve nitelikli bir kültürel ve politik liderlik biçiminin uygulanması sonucunda tamamen modernleşme sürecine girdiği iddialarının temel ve kültürel kanıtıdır."

İlk zamanlarda Bond'un bireyciliği, doğunun komünist ülkelerinin bürokrasisine karşı oluşmuş olsa da, artık geçmişin acı yükünden ve sosyalizmin varsayılan ahlaki çöküntüsünün etkilerinden bağımsız hareket eden sınıfsız İngiltere'nin nitelikli kültürünü simgelemektedir. Böylece Bond figürü, geçmişin geleneksel kahramanı olmaktan çıkıp geleceğin ve ilerlemenin kahramanı olmaya doğru bir yöneliş izledi.

Üçüncü olarak, Bond filmlerine 'Bond kızları' yerleştirilerek Bond'un karşı cinsle ilişkileri oluşturulmuş oldu.

"Bond ve Bond kızları arasındaki bağlantı, geçmişin dogmalarından bağımsız olarak hareket eden erkeklik ve kadınlık normlarının temsil edildiği cinsiyet modernizasyonunun ifadesidir. Bu şekilde, eğer Bond İngiliz aristokrasisinden bir kahramanın bastırılmış cinselliğinden ayrılma noktası olan centilmenliğin ikiyüzlülüğünden ve kısıtlamalarından bağımsız bir erkek

cinsiyetini temsil ediyorsa; Bond'un gereksinimlerine göre kurgulanmış Bond kızı da, benzer olarak, aile ve evlilik sınırlamalarının ötesinde özgür bir cinsiyet olarak temsil edilir. Öyleyse, Bond kızının imajı, Bond'un temsil ettiği erkek cinsiyetinin yeni normlarının gereksinimine uygun kadınsı tavırları yoğunlaştırarak yeni bir model oluşturdu."

Bond'un popüler kahraman olarak üçüncü kez ortaya çıkışı, 1970'lerden itibaren Bond'un varolan ideolojik geçerliliğinin stratejik ve seçici olarak canlanmasıyla başlar. Bond'un popülaritesi artık bir aile eğlencesi olarak kurumlaşmıştır. Bond, hala bir reklam ürünü olsa da, bu reklamların konusu artık cinsiyet ya da ulusal kimlik değil, Bond filmlerinde kullanımı gittikçe artan yüksek teknolojidir. Ayrıca Bond'un ideolojik sınırlarında bir daralma görülür. Doğu-batı ve İngiliz kimliği filmlerde hala görünse de, çoğunlukla bu konularla alay edilmiştir. Bundan sonra filmlerin odağı cinsiyettir.

"Bu dönemin filmleriyle ilgili gözlenen en önemli değişim, 1970'lerden itibaren başlayan Bond ve kötü karakter ilişkisinden Bond ve Bond kızları ilişkisine kayan hikaye konusudur. Çoğunlukla aşırı derecede özgürlüğüne düşkün olarak tanımlanan Bond kızlarının kaderi, Bond'la beraber çalışan ve casusluğun geleneksel erkeksi yapısına meydan okuyan öteki 'bayan' tarafından karşılanmasıdır. Dolayısıyla, hikayenin açıklığa kavuşturulmasında kullanılan asıl ideolojik işlem, kendi serbestliğini faaliyetlerin uygunsuz alanlarına taşıyan kadınların geri plana atılmasıdır."

Bu yeni bir konu değildir; çünkü romanlarda ve eski filmlerde zaten vardır. Yeni olan, bu konuların diğer tüm konuları alt ederek hikaye yapısı içinde (şu anda) doldurduğu baskın alandır. Hikayenin konusundaki bu değişim, yanlış bir görüş içinde, kadın-erkek ilişkilerinin ütopik boyutta daha güvenli ve cinsel odaklı bir kavram olarak gördüğü feminizmde düzeltmeler yap-

mak için geriye yönelmiş; ancak bu durum kadın özgürlük hareketi içinde açık bir tepkiye yol açmıştır. Böylece, Bond figürünün hikayenin farklı zamanlarında farklı biçimlerde oluşturulduğuna tanık olunmuştur. Çünkü Bond, hareketleri ve faaliyetleri içinde tek yönlü ve mekanik bir figür değil, tersine hareketli, dinamik ve sürekli değişen bir kahramandır.

Bond fimlerini tartışmamızın nedeni, sadece bu fimlerin Bond romanları için nasıl popüler okuyucu kitlesi oluşturduğuna dikkat çekmek değil; aynı zamanda bu filmlere olan kuramsal ve metodolojik ilginin, belli tarzlar içinde ve bazı yönlerini ön plana çıkartmak suretiyle, metinleri okunmaya uygun hale getirme biçimlerini göstermektir. Bennett ve Woollacott, tartışmanın merkezinde, Bond'un varoluşsal koşullarının metinlerarası bir bağlantı olduğunu iddia ediyor. Ve metinler-arası terimini kendi kullanma biçimleri ile bu terimin kültürel çalışmalar içinde bir metnin diğer metinlerin simgeleri tarafından belirlenme biçimini ifade etmek için kullanıldığı genel biçim arasındaki kuramsal farkı göstermek için uzun çizgi (—) kullanıyorlar. Onlara göre aradaki fark, onların 'metinler-arası' terimini, özel okuma koşulları kapsamındaki metinlar arasındaki ilişkilerin sosyal organizasyonunu ifade etmek için kullanmalarıdır. Üstelik, sonraki metin, bir öncekine fazlasıyla hakim olur ve onu belirler. Terim olarak metinler-arası, özel ve sosyal olarak düzenlenmiş metinler-arasındaki bağlantıların ürünüdür. Okuma pratiklerinin nesnel belirleyicilerini temin ederek metinler-arası referansların üretildiği ve bu referansların işlediği çerçeveyi sağlayan ise sonraki metindir. Bu konuda, Bennett ve Woollacott'a göre,

"Bond figürü, Bond'un belirleyici işlevi aracılığıyla bir araya getirilen geniş çaplı metinler arasındaki sürekli değişen ve devinen ilişkiler içinde yaratılmıştır. Bond'un belirleyiciliğini elbirliğiyle oluşturan da zaten bu metinlerdir. Bunun karşılığın-

da, Bond figürü de metinler arasında hareket ederek onları diğer boyutlardaki farklılıklarına rağmen bir araya getirir."

Demek ki, bu metinleri birleştiren yazar değil, Bond figürü; metinsel sınıflandırmanın işleyen ilkelerini sağlayan ise Bond'un kendisidir. Ayrıca Bond değiştiği zaman, bu değişim, metnin okunmaya hazır biçimini etkileyen sosyal ve kültürel saptamaların bir parçasını oluşturur. Bu görüşe karşı, Bond romanlarının (Bond'un esas kaynağı olarak) diğer Bond metinlerine karşı öncelikli bir statüye sahip olduğu itirazında bulunulabilirdi. Ancak Bennett ve Woollacott'a göre, böyle bir iddiayı desteklemek mümkün olamaz.

"Bond metinleri, sürekli biriken ve değişen metin gruplarıdır. Bu değişim içinde bir önceki Bond metinleriyle ilişkili olarak metin grubuna öyle ilaveler yapılır ki, böylece metin içindeki ilişkiler, işlemler ve değiş-tokuşlar bir renk cümbüşü içinde yeniden düzenlenmiş olur. Bu nedenle, Bond figürünün yerleştirildiği hiçbir metin; kesinlik ve kalıcılık boyutunda; diğer metinlerle ilişkilerinde öncelikli olarak görülemez. Yalnız metin gruplarının doldurduğu yer önceliklidir. Ancak bu da, metnin konu akışı içinde oynadığı role ve Bond figürünün yayılımını genişlettiği bölüme bağlı olarak farklı biçimlerde oluşur."

Öyleyse, her ne kadar Bond kitapları ilk sırada gelse de ve sonraki Bond filmleri için malzeme sağlasa da; filmler yayına girdiğinde Bond figürünün şekillenmesine hakim olan bu filmlerdir. Daha önce de belirtildiği gibi romanların popüler okurunu yaratan Bond filmleriydi. Ancak bunun ötesinde, filmler, kitapların okunma şeklini belirleyen yorumlayıcı çerçeveyi de sağlarlar. Bu nokta kabul edildiğinde, filmin tartışması içinde oyuna katılan çoğunlukla tek taraflı ilişkiler (fark, benzerlik meseleleri gibi) inandırıcı görünmeyle başlar. Bennett ve Woollacott'un belirttiği gibi filmler, seçici ipuçları vererek, metin ve okur arasındaki mübadeleyi değiştirerek ve romanları genişletil-

miş metinler-arası kümenin içine sokmak suretiyle bu mübadeleyi yeni doğrultulara çekerek romanları kültürel olarak canlandırmışlardır.

İlk Bond filmlerini görerek romanlarını okuyan okura karşın, bu romanları (film öncesi uyarlamaları) emperyalist casus romanı geleneğiyle okuyan okura farklı Bond'ların nasıl görünebileceği göz önüne alınarak bu nokta aydınlatılabilir.[1] Ne doğru tepkiler üretilebilir, ne de bundan sonra romanları katı kurgu geleneğine yerleştiren Amerikalı okurlar ya da Bond'u romantik kahraman olarak okuyan aşk romanı (romans) okurları var olacaktır.

"Bu olası okuma biçimlerinin işaret ettiği durum, okumanın, daima metinler-arası sıraya yerleştirilmesiyle yaratılan okurun romana özel yönelişi tarafından etkilenmesidir. Buradaki metinler-arası sıra, farklı okur grupları için farklı yollarla ve farklı koşullar içinde metinle okur arasında -her ikisini de anlaşılabilirliğin özel ufku içinde birleştirerek-konumlanır. Okuma sürecinde okurla metin soyutlamalar biçiminde karşılaşmaz. Metinler- arasında organize edilen okur, metinler arası organize edilmiş olan metinle karşılaşır. Buradaki olay, birbirinden bağımsız olarak varolan iki lekelenmemiş varlığın 'saf mübadelesi' değildir. Çünkü bu mübadele, metinle okurun karşılaştığı özel biçimleri düzenleyen belirleyici koşullar içinde hem okura hem de metinlere bulaşan kültür enkazı tarafından bulandırılmıştır... Şu anda Bond romanları, filmlerin oluşturduğu anlamlarla doldurulmuş biçimde bize ulaşıyorlar. Ve sonuç olarak, başlangıçta bitiştirilemeyen metinler-arası sıraya yerleştiriliyorlar."

Bennet ve Woollacott, hem metinlerin kendi okunuş biçimlerini belirlediği görüşünü, hem de bu görüşün, zıddı olan metinlerin anlamlarını okurun belirlediği düşüncesini reddetmekle kalmayıp her ikisini de metafizik bakış açısıyla metinler üzerinde çalışmakla suçlar. Çünkü onlara göre ilk görüş, metinlerdeki

anlamların metinlerin okunma koşullarından önce var olduğunu iddia ederken; ikinci görüş, her ne kadar çeşitli okuma biçimlerinin olabileceğini kabul etse de, bunların aynı metnin çeşitli okuma biçimleri olduğunu ileri sürüyor. Bu görüşlere karşılık olarak Bennett ve Woollacott, okur-metin ilişkisinin yeniden düşünülmesi gerektiğini iddia ediyor ve şöyle devam ediyor:

"Yeniden düşünme sürecini gerektiren durum, bu metinlerin okunabilecek objeler olarak yapılandırıldığı çeşitli 'okuma formasyonları'ndan bağımsız ya da öncelikli olarak herhangi bir varlığa sahip olmayan metinler olarak tasavvur edilmesidir. Buradaki okuma formasyonlarına kadar, David Morley'in (bkz. bölüm 2) göz önünde bulundurduğu kültürel belirleyicilere zihin olarak sahip değiliz. Ancak bu özel belirleyiciler, okuma pratiğinin belli koşulları içinde okur-metin arasındaki ilişkileri biçimlendirir. Bu süreç, belirli bir bağlam içinde hakimiyet kuran metinler-arası ilişkileri temsil eder. Bunu yaparken de, metinlerin sunulan parçalarını hareket ettirmek için metinler-arası ilişkilere öyle hükmeder ki, metinlerin okunma biçimlerine belirli doğrultular içinde daima ipuçları verilir. Ve bu doğrultuları veren bizzat metinler değildir."

Hem metinler hem de okurlar, özne ve nesne ayrımının sürekli bulanıklaştığı seviyede 'kültürel olarak harekete geçirilirler'. Yani, metin sadece okunduğu zaman metin olur; okur ise sadece okuma eyleminde bulunduğu zaman okurdur. Bennett ve Woollacott'un bu fikirlerine karşı olarak, bunların okur ve metnin nesnel varlığını reddettiği suçlamaları da gelmektedir. Bunun sonucunda, Bennett ve Woollacott, şu açıklamayı yaparak konuya açıklık getirmeye çalışıyor:

"Amacımız metinlerin, nesnel olarak incelenebilecek belirli bölümlere (hikayenin gelişim sırası gibi) sahip olmadığını iddia etmek değildir. Asıl amacımız, bu bölümlerin sahip oldukları belirli anlamları kendi kendilerine onaylayamayacağını ve oku-

ma biçimlerinin belli kurallar çerçevesinde hiyerarşik olarak sıralanmasıyla ilgili bir 'gerçeklik noktası' sağlayamayacağını belirtmektir. Ayrıca okurun da belirli bölümlere sahip olmadığını iddia etmiyoruz. Elbette sahiptirler; ancak bu bölümler karmaşık olarak çeşitlenirler ve metnin tümünden bağımsız konular olarak okura atfedilmesi de yanlış olur. Çünkü bu bölümler, okur formasyonlarının ifadesi olan metinler-arası sıralanışın ürünüdürler."

Bennett ve Woollacott'un, Bond'un popüler bir kahraman olarak yaratılmasını sağlayan değişik zamanları ayrıntılı olarak incelemedeki amaçları, Bond'un 'gerçek anlamları' hakkında yorumlarda bulunmak değildir. Çünkü onlara göre, ne anlamlar ne de metnin anlam ürettiği yapılar, okuma sürecini düzenleyen okuma formasyonlarından ayrı olarak izah edilemez. Metnin nasıl okunacağını belirleyen, metinler-arası ilişkileri düzenleyen kurallardır. Metinler-arası ilişkiler ağında bulunmadıkları sürece, metinlerin bizzat kendilerine ulaşmamız imkansızdır.

"Böylece, çeşitli Bond metinlerine yaklaşımımız içinde, bu metinlerin metinler-arası ilişkilerini düzenleyen farklı kurallar kapsamında piyasaya girmesinin sonucunda, (bu metinlerin) çeşitlilik içinde üretildiği dereceyi vurgulamış oluyoruz. Daha da ileri gidersek, hiçbir Bond metni, metinler-arası ilişkiler sisteminden (ki bu hareketli ve değişen bir sistemdir) soyutlanamaz. Bond metinlerini okuma biçimleri, bu türden metinlerin istikrarlı duruma getirilebileceği alanı oluşturmak amacıyla, bu sistem kullanılarak düzenlenir."

Diğer bir deyişle, metin ve bağlam, farklı zaman dilimleri içinde analizlerin yapıldığı birbirinden ayrı alanlar değildir. Tersine, her ikisi de aynı zamanın, aynı sürecin parçalarıdır. Birbirlerinden ayrı olarak var olamazlar. Bennett ve Woollacott'un da belirttiği gibi, daha önce anlam üretimini inceleyen araştırmacıların hepsi, metinsel anlamın okuma sürecinde ortaya çıkan an-

lamdan ayrılabileceğini düşünmüştür. Metnin temel bölümlerine yaklaşan bu ilk anlamla metnin dış değişkenler tarafından etkilendiği ikinci anlam, tarih boyunca ve kültürden kültüre değişebilse de, aynı metnin çeşitli okunma biçimleri olarak görülür. Bu analiz tarzı okur faaliyetlerine referans verse bile sonuçta metne öncelik tanır. Nesnel bir yapıya ve öznel tepkilerin sonsuz dolanımına sahiptir. Fransız dilbilimci Michel Pécheux'nun çalışmalarından yararlanan Bennett ve Woollacott, anlamın, okur onu telaffuz etmeden (yani metin-okur karşılaşması gerçekleşmeden) var olamayacağını iddia ediyor. Onlara göre, bu, bir metni bağlama indirgeme girişimi değildir; aksine, metinle bağlamın ayrı tutulamayacağının ifadesi olarak görülmelidir. 'Okuma formasyonu' ise (kavramsal olarak) anlamın kabul edilme bağlamlarını, metinler-arası belirteçler olarak düşünme çabasını ifade eder; ki bu belirteçler, hem okurla hem de metinler arasında işleyerek arabuluculuk yapar ve onların (okur ve metin) yaratıcı olarak etkileşebilecekleri mekanizmaları temin eder. Bennett ve Woollacott metnin nesnel varlığını reddetmiyorlar; ama metni ele almanın en iyi yolunun, onu metafizik bir öz olarak değil, tarihsel süreç içinde oluşturulmuş bir nesne olarak görmek olduğunu ileri sürüyorlar.

Aynı biçimde, metnin sunduğu özne konumuyla, sunulan konumu olan ya da olmayan 'sosyal özne'yi birbirinden ayırt etmeliyiz. Ayrıca Bennett ve Woollacott'a göre metnin sunduğu özne konumu, sadece metinler-arası ilişkileri düzenleyen kurallar ile bağlantı içinde var olabilir. Bu kurallar kapsamında 'sosyal özneler' var olur. Metinler, bu kurallara göre okunurlar. Yani, özneleri yaratan metin değil, metinler-arası ilişkilerin kurallarıdır.

"Daha önce yapılan pek çok tartışma, iki görüşün karşıtlığı etrafında odaklanmıştır. Birincisi, metnin kendi okunuşunu dayattığı görüş; ikincisi ise, okurun metindeki anlamlarla uzlaşma-

yı mümkün kılan kültürel kaynakları harekete geçirebileceği görüşüdür. Bizim amacımız ise, kültürel ve ideolojik güçleri yeterince hesaba katmadığını düşündüğümüz bu görüşle ilgili tartışmanın terimlerini değiştirmektir. Metin ve okur arasındaki ilişkiye her zaman dağınık ve metinler-arası belirteçler aracılık etmiştir. Belirteçler bunu yaparken her ikisinin üzerinde de çalışır. Böylece, metin ve okurun karşılaşma alanını, (özel ve değişebilen biçimler içinde) birbirlerine sahip çıkan ve destek olan okur ve metinleri yaratmak amacıyla yapısallaştırmış olur."

Romantik Kurgu

Tania Modleski (1982), "Loving with a Vengeance" adlı eserinde, kadın yazarların kadınlar üzerine hikayeler yazmasının üç nedeni olabileceğini ileri sürer: değersizlik, düşmanlık (ne yazık ki hikâyenin okurlarını kastetme eğilimi içinde) ve en sık rastlanan laubali bir biçimde alay etme. Bu duruma tepki olarak artık feminist okuma tarzını kullanmaya başlamak gerektiğini söyler. Ancak buna rağmen, bu hikayelerde kadınların sorunlarına önerilen çözümler feministleri nadiren memnun eder. Bununla birlikte beyaz dizi okurlarıyla feminist okurun ortak bir noktası vardır: kadınların yaşamlarından hoşnut olmama.

Rosalind Coward'ın 'romantik kurgu' metinlere olan ilgisinin nedeni, kısmen de olsa feminizmin, romantik kurgunun popüleritesindeki artışa paralel olarak (son on yılda) gelişme gösterdiği iddialarıdır. Coward'ın 'romantik kurgu' metinleriyle ilgili olarak inandığı iki şey vardır. Birincisi, bu metinlerin bazı gereksinimleri karşılamaları gerektiği, bunların ortak bir fantezinin kanıtı olduğu ve bu fanteziye katkıda bulunduğudur. Ayrıca ona göre, bu fanteziler gençlik öncesine ve hatta neredeyse bilinç öncesine aittirler. Her iki düzlemde de gerilemecidirler. Çünkü bir taraftan erken dönem baba-çocuk ilişkisini anımsatacak şekilde erkek gücüne taparken, diğer taraftan kadınların cin-

sel arzularına karşı pasif bir tavır takınır. Cinsel arzuların sorumluluğu erkeğe yüklenmiştir. Yani, cinsel arzu erkeğin sahip olduğu, kadının ise sadece cevap verdiği bir şeydir. Kısacası, bu metinlerde kızların tecrübe etmiş olduğu 'Oedipal drama' tekrar tekrar oynanır; ancak yalnız bu defa hikaye kadının güçsüzlüğü ifadesiyle bitmez; yani bu sefer kadın babasıyla evlenip annesinin yerini alır. Dolayısıyla, kadın alt konumdan güçlü (anne figürü gibi) konuma geçer. Ancak buna karşın Coward şunu ifade ediyor:

"Elbette romantik kurgu metinler popüler, çünkü cinsler arasındaki ilişkilerin çocukluk dönemini düzenliyor ve ayrıca erkeklerin yetersizliği, aile baskıları, yaşlıların verdiği zararlar gibi konuları örtbas ediyor. Ancak çocukluk dönemi olaylarının bir yansıması olarak ortaya çıkabilecek olan korku ve suçluluk duygusundan aynı anda kaçmayı başarıyor. Cinsellik, ciddi biçimde babanın sorumluluğu olarak tanımlanır. Baskı korkusu, kadının güç kazanması ile ortadan kalkar. Yani, romantik kurgu metinleri güvenli bir dünya sunar ve kadınlara erkeğe bağlanmanın güven sağlayacağı ve böylece arka planda olsalar bile güç kazanacakları sözünü verir."

Charlotte Brunsdon'a göre Janice Radway'in "Reading Romance" adlı eseri, okuma pratiği üzerine en kapsamlı ve akademik araştırmadır. Radway, sınıftaki sıradan kadın figürünü inşa etmiştir. Radway, 'Smithton'da romans okurlarının (çoğu evli ve çocuklu) oluşturduğu bir grup üzerinde araştırma yapıyor. Araştırma kapsamında bireysel soru listeleri, grup tartışmaları, yüz yüze görüşmeler, resim üzerine tartışmalar gibi metotları kullanıyor ve grup üyeleri arasındaki etkileşimi gözlemliyor.

Araştırmanın verdiği sonuçlar itibariyle, Smithton'lı kadınlara göre, ideal romans, kahramanın, pek çok şüpheyi, güvensizliği ve zalimce muamele gördüğü deneyimleri atlattıktan sonra zeki, kibar ve iyi kalpli bir adamın aşkıyla -ki bu adam da ilişki

sürecinde duygusal ve eğitimsiz erkek konumundan kadınına özen gösteren (kadından erkeğine göstermesi beklenen şekilde) ve onu her açıdan besleyen erkek konumuna geçmiştir- akıllı, özgür ve espritüel bir kadına dönüştüğü aşk hikayesidir. Radway'in ifade ettiği gibi, romans hayattaki yegane partnerini bulma hikayesi değil; özen gösterilmesi, sevilmesi ve onaylanması gereken bir ritüeldir. Romansta karşılık vardır. Yani, kadının erkeğe vermesi beklenen ilgi ve özeni, erkeğin kadına vereceğine inanılır. Romans daha ötesini de sunar ve okura bir zamanlar yoğun "annesel ilgi"nin merkezi olduğu zamanı hatırlatır. Nancy Chodorow'un çalışmalarından faydalanan Radway için romans, okuru imgesel ve duygusal olarak özen gösteren, şefkatli ilginin merkezi olduğu zamana taşıyan bir gerileme biçimidir. Romans okumak, okurun Oedipal dönem öncesindeki çocukluğundan bu yana görmediği bu ilgiyi hikaye kahramanıyla özdeşleştirilerek yaşamasını sağlayan bir fantezi yaratır. Bu yüzden, dolaylı olarak yaşanan bu tecrübe, kadınların aslında kendisinden beklenen duygusal desteği ve ilgiyi yine dolaylı olarak görmesini sağlayan bir araç olarak görülebilir.

Radway, ayrıca, 'diğer insanlarla ilişkilerde bir benlik olan kadın benliği' ve 'kendi kendini yöneten, özgür erkek benliği' kavramlarını da Chodorow'dan almıştır. Chodorow, bunun kız ve erkeğin annesiyle olan farklı ilişkilerinin sonucu olduğunu iddia ediyor. Radway, Chodorow'un tasvir ettiği bu psikolojik olayla ideal romansın hikaye kalıpları arasında bir korelasyon görüyor. Örneğin, problemli kimlikten sağlıklı ve toparlanmış kimliğe geçiş, kadın kahramanın hikayenin sonuna doğru ilişki içindeki benliğini (şimdiki benliği) oluşturması... Radway, yine Chodorow'dan, kadının, güçlü psikolojik yapı dokunulmazlığına sahip 'Oedipus komleksi' sonunda ortaya çıktığı görüşünü almıştır. Sonuçta kadınlar sadece karşı cinsle ilişki kurmaya ihtiyaç duymazlar. Aynı zamanda, bir anne gibi kendilerini koruya-

cak ve gözetecek birisine duygusal olarak bağlanmak isterler. Radway, bu annesel tatmine dönebilmek için üç seçenek sunuyor: lezbiyenlik, bir erkekle duygusal ilişki veya diğer vasıtalarla tatmin arayışına girmek. Birinci seçenek, toplum kuralları tarafından kısıtlanır. Erkek doğası ikinciyi kısıtlar. Romans okumak ise üçüncü seçeneğin bir örneği olarak görülebilir. Radway, konuyla ilgili şunları belirtiyor:

"Romansı üreten fantezi, oedipal arzuyu ifade eden sevme ve sevilme ihtiyacının ve devam eden Oedipus kompleksi öncesi döneme ait isteklerin ürünüdür. Bu oedipal istek, anne sevgisini ve bunun ifade ettiği erotik zevk, sembolik tamamlılık ve kimliği onaylama gibi şeyleri geri alma isteğidir."

İdeal romansları okumak üç taraflı kusursuz bir tatmin sağlar: baba koruyuculğu, anne şefkati ve yetişkinlerin tutkulu aşkı.

Başarısız bir romans bunları sağlayamaz. Çünkü hem fazlasıyla şiddet unsurları içerir hem de ya kötü sonla biter ya da inandırıcı olmayan mutlu sonla. Bunlar, tüm romanslar için geçerli olan iki endişe verici duruma işaret ederler. Birincisi, erkeğin şiddetinden korkmaktır. İdeal bir romansta, bunun görüldüğü gibi korkutucu birşey olmadığı, sadece bir illüzyon yaşandığı açığa vurulur. İkincisi ise uyandırılmış kadın cinselliğinden ve bunun erkek üzerine etkisinden korkmaktadır. Başarısız bir romansta ne kadın cinselliği kalıcı ve sevgi üzerine oluşturulmuş bir birlikteliği oturtabilir ne de erkeğin şiddeti inandırıcı bir şekilde kontrol altına alınabilir. İkisi beraber, cinsel hayatında çok eş değiştiren kadının, erkeğin şiddete başvurarak uyguladığı cezaya maruz kaldığı bir metin formu oluştururlar. Kısacası, başarısız romanslar, kadın kahramanın sorunlu kimlikten koruyucu ve gözetici erkeğin kollarında sağlıklı kimliğine geçmesi sürecini okurun da paylaşmasını ve böylece duygusal bir tatmin yaşamasını sağlayabilecek bir okuma süreci yaratamazlar. Bir

romansın başarılı olup olmayacağını belirleyecek olan okurun kadın kahraman ile kuracağı ilişkidir.

"Eğer kadın kahramanın yaşadığı olaylar, erkeklere karşı kızgınlık, tecavüz edilme korkusu, dişi cinselliğiyle ilgili endişe duyma ve heyecan vermeyen bir adamla yaşama korkusu gibi fazla yoğun duyguları kışkırtıyor ise, bu romans başarısız ya da zayıf bir metin olarak görülüp elenecektir. Öte yandan, eğer bu olaylar heyecan, tatmin, memnuniyet, kendine güven, onur, güç gibi duyguları canlandırıyorsa, hikayedeki olayların nasıl kullanıldığı ya da düzenlendiği daha az önemli olacaktır. Sonunda en önem verilmesi gereken nokta, metnin kısa süre de olsa okuru bir yerlere götürüp götürmediğidir. Okur, kitabı bitirdiği zaman erkeklerin ve evliliğin kadınlar için iyi şeyler ifade ettiğini hissetmelidir. Ayrıca okur gündelik hayatının rutinliğine döndüğünde, duygusal olarak yeniden yapılanmış olmalı ve değerli olduğu ve yüzleşmesi gerektiğini bildiği sorunla baş edebilecek güce sahip olduğunu bilmelidir."

Radway'e göre, bu ayırt etme sürecine bağlı kalan Smithton kadınları, diğer eleştirmenlerin sadece yayın endüstrisi için ekonomik faydası olduğunu düşündükleri yerden (romanslardan) duygusal kazanç elde ediyorlar. Ve bu kadınlar, kısmen de olsa, romansların erkek-egemen formlarını geri istiyorlar. Esas psikolojik kazançlar, 'tek bir kültürel mitin ritüel olarak yinelenmesinden kaynaklanırlar'. Smithton'lı kadınların %60'ı roman deneyiminin, bahsedilen mitin vereceği tatmin duygusunu karşılayamayacağını, gerçeğinden emin olmak için bazen ilk olarak kitabın sonunu okumayı gerekli görüyor; ki bu durum, Smithton'lı kadınlar için, romanslardan edinilen deneyim açısından sonuçta en önemli unsurun koruyan ve gözeten erkek miti olduğunun bir göstergesidir.

Smithton'lı kadınlardan gelen birtakım yorumlar, Radway'i şu sonuca varmaya zorlamıştır: "Eğer gerçekten onların romans

hakkındaki görüşlerini almak isteseydim, hem metinle meşgul olmaktan vazgeçmek hem de romansın bizzat kendi okuma pratiğini göz önüne almak zorunda kalırdım." Çeşitli tartışmalarda kadınların romans okumanın verdiği tatmini anlatmak için kullandıkları "kaçış" terimi ikili, fakat birbiriyle ilişkili bağlamlarda ifade edilir. Bu terim, romanlardaki erkek ve kadın kahraman ile okur arasındaki özdeşleştirme sürecini betimlemek amacıyla kullanılabilir. Öte yandan aynı terim, gerçek manada günümüzü inkar etme eylemi olarak da kullanılmıştır. Pek çok Smithton'lı kadın, romans okumayı kendisine verilen bir armağan olarak görüyor. Ve ailenin isteklerini ve ev işlerini bir yana bırakarak romans okumaya zaman ayırıyor. Diğer taraftan, Smithton erkekleri bu durumu otoritelerini sarsabilecek bir tehdit olarak görüyorlar. Smithton'lı kadınların romans okumaya zaman ayırması, aslında onlara toplumca verilmiş olan iyi bir eş ve gözetici bir anne rollerini geçici olarak reddetmeleri anlamına geliyor. Radway'in de ifade ettiği gibi, onların hikayeleri tecrübe etmeleri dolaylı olsa da bunlardan aldıkları keyif ve tatmin gerçektir.

"Sanırım Smithton'lı kadınların romans okumaya değer verdiği sonucuna varmak mantıklı olur. Bu tecrübe, onlar için gerçek hayatın sıradanlığının ötesindedir. Çünkü bu kadınlar, okuma sürecinde hem günlük hayatın problemlerinden ve sorumluluklarından uzaklaşıyor hem de kendileriyle başbaşa kalıp kendi ilgi, istek ve ihtiyaçlarıyla meşgul oluyorlar. Ayrıca bu romanlar, onların farklı ve egzotik olan dünyaya kaçmalarını sağlayan bir araçtır."

Romans okumak, odağının okuma eylemi ya da metinlerin fantezi hikayeleri olup olmadığına bağlı olarak, çeşitli politik doğrultulara gider. Bunlardan birincisi romans okumanın karşıt olduğunu, bunun nedeninin de kadınların, sosyal rollerini anlık olarak reddetmelerine imkan tanıması olduğunu ileri sürmektedir. İkincisi ise, romansın hikaye yapısının, erkek egemen ide-

olojinin ve sosyal pratiklerin temsilcisi ve ifadesi olduğunu ileri sürüyor. Romans okumanın tam manasını kavramak istiyorsak, odaklanmamız gereken temel nokta, okuma pratiğinde ortaya çıkan anlamla metnin kendi anlamı arasındaki farktır.

Radway için bir nokta açıktır: kadınlar erkek-egemen yapıdan hoşlanmak için romans okumazlar. Romans okumak, daha iyi bir dünya özlemiyle yapılan ütopik protesto unsurlarını içinde barındırır. Buna karşın, romansın hikaye yapısının verdiği görüntü, erkeğin şiddetinin ve kayıtsızlığının aslında doğru kadınla karşılaşması ile açığa çıkacak olan 'aşkın' ifadesi olduğudur. Yani, metindeki erkek egemen yapı, kadınların nasıl doğru okunacağını öğreninceye kadar karşılaşacakları tek problemdir. Bunların tümü Radway'in aldırmamayı reddettiği karmaşalar ve çelişkilerdir. Radway'in emin olduğu şey ise romans okumanın (basit anlamda) erkek-egemen yapının ideolojik aracı olarak örneklenip örneklenemeyeceğinin çok yakında öğrenileceğidir.

"Ne bu yaptığım araştırmanın ne de yakın zamandaki diğer araştırmaların bu konuyu tam olarak aydınlatmak için yeterli kanıt sunabileceğini belirtmek zorunluluğunu hissediyorum. En basitinden, romans okumanın, okuma bırakılıp günlük hayatın sıradanlığına dönüldükten sonra bu kadınlara yapacağı pratik etkileri bilemiyoruz ."

Dolayısıyla, okur faaliyetlerini -seçme, kitap alma, yorum yapma vb.-, kültürel sürecin temel parçası ve de anlam yaratma işleminin karmaşık pratiği olarak kabul etmeyi sürdürmeliyiz. Bu şekilde dikkat etmek suretiyle, alan ve etki açısından kısıtlı olsa bile (en azından) ideolojik formların kontrol mekanizmasıyla mücadele eden karşıt (muhalif) pratikler ile ideolojinin resmi dayatmaları arasındaki farkların ifade edilme ihtimalini yükseltiriz. Romansların gücü büyük olabilir; ancak gücün olduğu yerde daima direniş de vardır. Direniş hareketi seçici bir tüketim içine hapsedilebilir. Ve tatminsizlikler sınırlı bir protesto yapıl-

ması ve ütopik özlemlerin ifade edilmesi ile anlık olarak tatmin edilebilirler. Buna karşın, feministlerin şu şekilde ifade ettiği gibi:

"Biz, sadece kaynağını ve ütopik arzularını öğrenmek için değil, aynı zamanda onu en iyi nasıl cesaretlendirip etkili duruma getireceğimizi de görmek için direnişi izliyoruz. Bunu yapmadığımız taktirde hem savaşımızda mağlup olduğumuzu hem de romanslardan dolaylı olarak zevk almaya gerek duyulmayacağı daha iyi bir dünya yaratma idealimizin (en azından) imkansız olduğunu kabul etmiş olacağız."

Dipnot

1- Bennett ve Woollacott, örnek olarak Ian Fleming'in (Bond'un yaratıcısı) ilk Bond karakteri olan Sean Connery üzerine yaptığı yorumu veriyor: "Kafamdaki Bond imajına tam uymuyor, ancak eğer Bond kitaplarını yeniden yazacak olsaydım o zaman uyardı". Ian Fleming'in tercihi ise David Niven'dı.

IV. Bölüm

Film

Filmler üzerine yapılan çalışmalar sonucunda geniş çaplı kuram ve metotlar üretilmiştir. Bu çalışmalar yapılırken filmlerin sanat olarak potansiyelleri, büyük bir geleneğin momentleri olarak söylenen tarihçeleri, en önemli filmleri, yıldızları ve yönetmenleri baz alınmıştır. Ayrıca filmler, film yapımının değişen teknolojisi bakımından analiz edilmiş; kültür endüstrisi olarak kınanmış ve ulusal kimlik ve bireysel öznel bakışın yaratılmasında temel alan olduğu için de sürekli tartışılmıştır. Bununla birlikte bu bölümün amacı, film çalışmalarının son gelişmeleri hakkında bilgi vermek ve popüler film araştırmalarının hesabını vermek değildir. Asıl amaç daha sınırlıdır: popüler film araştırmaları ile kültürel çalışmalar ilişkisindeki temel alanları tartışmak.

Yapısalcılık ve Popüler Film

1970' lerdeki kültürel çalışmalarda, metin üzerine yapılan çalışmalar ile yaşanan kültür üzerine yapılan çalışmalar arasında belirgin bir bölünme oluştu. Çalışmaların ana konusu metinler olsaydı, uygulanacak inceleme metodu yapısalcı metot olacaktı ve kültürel çalışmalar kapsamındaki film çalışmalarına yapısalcılık hakim olacaktı. 1975' te yayımlanan Will Wright'ın "Sixguns and Society" ile Laura Mulvey'in "Visual Pleasure and Narrative Cinema" kitapları yapısalcılık ve filmler için

önemli iki katkı oldu. Birinci kitap, klasik yapısalcılığı; ikincisi ise, ilk önemli post-yapısalcı sinema araştırmasını temsil eder.

Yapısalcılık, Ferdinand de Saussure'un kuramsal çalışmaları sonucu ortaya çıkmış bir metottur. Saussure dili iki ana parçaya ayırır; böylece üç ana parça olur (kendisiyle birlikte). Örneğin, "kedi" kelimesini yazdığım zaman, hem yazılı "kedi" kelimesi hem de akılda bir "kedi" imgesi, yani dört bacaklı bir hayvan kavramı olacaktır. Saussure, yazılı olan kelimeye "simgeleyen", kelimenin işaret ettiği imgeye "simgelenen" diyor. Ve her ikisi "simge" yi oluşturuyorlar. Saussure'e göre simgeleyen ile simgelenen arasındaki ilişki dengeli bir ilişkidir. Yani dört ayaklı yaratığa kedi değil de, başka bir isim de konulabilir, başka bir kelime de kediyi simgeleyebilirdi. Ona bir geleneğin, bir kültürel anlaşmanın sonucu olarak hepimiz kedi diyoruz. Saussure, ayrıca anlamın simgeleyen ile simgelenen arasındaki temel uyumdan değil de, fark ve ilişkiden kaynaklandığını iddia ediyor. Simgeleyen "kedi" nin anlamı "kedi" dir; çünkü simgeleyen "tedi, nedi, ya da redi" değil "kedi" dir. Saussure için dil karşıtlıklar ve birlikler sistemidir.

O halde anlam, bütünleştirme ve seçme süreciyle üretilir. Dilin işlevi, varolan gerçekliği yansıtmaktan çok, bizim gerçekliğe ulaşımımızı organize etmek ve yapılaştırmaktır. Dolayısıyla, her dil bunu farklı yapacaktır. Mesela Eskimoların karı tarif etmek için 50'den fazla kelime kullandıkları söylenir. Öyleyse, aynı kar manzarasını inceleyen bir Eskimo ile bir Avrupalı aslında iki ayrı sahne (kavram) görüyorlar. Bunun yapısalcılıktaki anlamı şudur: dünyayı algılama ve kavramsallaştırma biçimimiz, konuştuğumuz dile ve edindiğimiz kültüre bağlıdır. Dil tarafından mümkün kılınan anlamlar, dildeki bütünleştirme ve seçme (benzerlik / farklılık) arasındaki ilişki ağının karşılıklı etkisi sonucu var olurlar. Ve dilbilim ötesi bir gerçekliğin ifadesi olarak açıklanamazlar. Saussure'un da ifade ettiği gibi, "dilde pozitif terim-

ler olmaksızın var olan sadece farklardır..... Dilbilimsel sistemden önce dilde fikirler ve sesler yoktur. Sadece kavramsal ve sessel farklılıklar vardır. Bunlar da sistem içindir."

Saussure daha sonra başka bir ayrıma gidiyor: langue ve parole (isimleri kendisi uydurmuştur). Langue, onu oluşturan kurallar ve düzenlerle birlikte dil sistemini ifade eder. Buradaki dil sosyal bir kurumdur. Parole ise dilin bireysel kullanımıdır. Bu noktaya açıklık getirmek için Saussure dili satrançla kıyaslıyor.Burada, satranç oyununun kuralları ile kendisini ayırabiliriz. Kurallar olmadan (langue), gerçek bir oyun olamaz; fakat oyunun kurallarının da gerçek bir oyun olmadan (parole) anlamı yoktur. Yani, dil, birimlerin oluşturduğu bir sistemdir. Sistem olmaksızın birimlerin, birimler olmaksızın sistemin işlevi yoktur.

Kültürel analizin bir biçimi olarak yapısalcılık, Saussure' dan iki temel fikir almıştır. Birincisi, kültürel metin ve pratikleri oluşturan temel ilişkiler (anlamı mümkün kılan dilbilgisi gibi); ikincisi, anlamın, daima temel yapı aracılığıyla uygulanan seçme ve bütünleştirme işlemi arasındaki ilişkinin karşılıklı etkisi sonucu oluştuğu fikridir. Kültürel metin ve pratikler üzerine yapılan çalışmalar dil üzerine yapılanlarla benzerlik gösteriyor. Yapısalcılığı ilgilendiren kısım, kültürel metin ve pratikleri oluşturan temel kurallardır. Çünkü anlamı mümkün kılan bu yapıdır. Dolayısıyla, yapısalcılığın görevi, anlam üretimini (parole) yönetecek belirgin kurallar ve düzenler (langue) oluşturmaktır.

Fransız antropolog Claude Levi-Strauss, ilkel "mit" analizinde, mitlerin geniş heterojenliği altında homojen bir yapının var olduğunu iddia eder. Diğer bir deyişle, mitler de diller gibi işler. Bu bağlamda, antropolojinin görevi de mitlere anlam kazandıran kural ve düzenlemeleri bulmaktır. Levi-Strauss, ayrıca mitlerin kesin karşıtlıklar içinde yapısallaştırıldığını ileri sürer. Anlam, dünyayı karşılıklı ve eşit olarak gruplara (kültür/doğa, ka-

dın/erkek, siyah/beyaz, iyi/kötü, onlar/biz vb.) ayırmak suretiyle üretilir.

Levi- Strauss'a göre, bütün mitler, toplum içinde benzer sosyo-kültürel işlevlere sahiptirler. Amaçları, dünyayı açıklanabilir kılmak ve onun problem ve çelişkilerini sihirli bir biçimde çözmektir. "Ve mitsel düşünce, dünyadaki zıtlıkların farkındalığıyla başlar ve onların çözülmesiyle gelişmeye devam eder... Mitin amacı çelişkinin hakkından gelebilecek mantıklı bir model sunmaktır". Bu perspektif içnden bakıldığında mitler, çelişkileri çözmek ve dünyayı açıklanabilir ve dolayısıyla yaşanabilir hale getirmek için, kültürümüz içinde birbirimize anlattığımız hikayelerdir.

"Sixguns and Society" kitabında Will Wright (1975), mit olarak Hollywood Western'ini incelemek amacıyla yapısalcı metodolojiyi kullanır (Saussure'in ve Levi-Strauss'un çalışmalarından faydalanmıştır.). Genel amacı, "toplumdaki mitlerin, kendi yapısı aracılığıyla kavramsal sırayı nasıl toplum üyelerine ulaştırdığını göstermektir". Özellikle de Western'in, Amerikan sosyal inançlarının basit, fakat derinlemesine kavramsallaştırılmasını nasıl sunduğunu sergilemeye çalışır.

Wright' a göre Western üç evreden geçmiştir: "klasik" ("öç" diye adlandırdığı uyarlamayı da içine alarak), "geçiş konulu" ve "profesyonel". Çeşitlerin farklı tiplerine rağmen Wright, temel yapısallaşma zıtlıklarını teşhis ediyor:

Toplum içi	x	Toplum dışı
İyi	x	Kötü
Güçlü	x	Zayıf
Uygarlık	x	Yabanilik

Ancak Wright'ın da ısrarla belirttiği gibi (onu Levi-Strauss'un da ötesine taşıyarak), bir mitin sosyal anlamını tam olarak kavramak için sadece onun iki parçalı yapısını analiz etmek

yetmez; ayrıca anlatı yapısı da, yani olayların gelişimi ve ikilemlerin çözümü de incelenmelidir. 'Klasik' Westernler on altı hikaye fonksiyonuna ayrılmışlardır:

"1. Kahraman, sosyal bir gruba girer.
2. Kahraman, toplum için bilinmezdir.
3. Kahramanın istisnai bir kabiliyetinin olduğu ortaya çıkartılır.
4. Toplum, kendisiyle kahraman arasındaki farkı görür ve ona özel bir statü verir.
5. Toplum, kahramanı tam olarak kabul etmez.
6. Kötü karakterler ve toplum arasında çıkar çatışması vardır.
7. Kötü karakterler güçlü; toplum zayıftır.
8. Kahraman ile kötü karakter arasında sıkı bir arkadaşlık ve saygı vardır.
9. Kötüler toplumu tehdit eder.
10. Kahraman çatışmaya bulaşmaktan kaçınır.
11. Kötüler, kahramanın bir arkadaşının hayatını tehlikeye sokar.
12. Kahraman kötülerle çarpışır.
13. Kahraman kötüleri yener.
14. Toplum artık güvendedir.
15. Toplum, kahramanı tam olarak kabul eder.
16. Kahraman, toplumdaki özel statüsünü kaybeder ya da ondan vazgeçer."

"Klasik" Westernlerde kahraman ve toplum, toplum dışında kalmış kötülere karşı geçici olarak aynı safta yer alırlar. 'Geçiş konulu Western'lerde (1930,40 ve en çok 50'lerde hakim olan) ve 'profesyonel Western'lerde (1960 ve 70'lerde hakim olan)

kesin zıtlıklar (iyi x kötü, ak x kara gibi) tersine çevrilmiştir. Ve kahraman artık toplumdışıdır ve güçlüye karşı savaşır; ancak bunu yaparken uygarlığı da yozlaştırır.

Kahraman	x	Toplum
Toplumdışı	x	Toplumiçi
İyi	x	Kötü
Zayıf	x	Güçlü
Yabanilik	x	Uygarlık

Çoğu hikaye fonksiyonu da tersine çevrilir. Kahraman, toplumun dışında olmak yerine, onun değerli bir üyesi olmaya başlar. Ancak toplum, kahramana ve uygarlık ve toplumdışı kişilere karşı 'asıl' kötü olarak açığa çıkartılır. Kahraman toplum ve uygarlıkdışı şahıslara desteği ve onlarla giriştiği paylaşım sonucu, toplum içinden toplum dışına, uygarlıktan yabaniliğe geçiş yapar. Sonuçta toplumdışı şahıslar toplumun gücüne karşı gelemez, çünkü buna karşı çok zayıftır. Yapacakları en iyi şey yabaniliğe kaçmaktır.

Oldukça eksiltici bir uygunluk kuramında (bu kuram Wright'ın yaklaşımını oldukça zayıflatmıştır) Wright, Western çeşitlerinin her birinin, Amerika'nın son ekonomik gelişiminin değişik zamanlarına denk geldiğini iddia ediyor. 'Klasik' Western' in konusu, pazar ekonomisinin altını çizen toplumun bireyci anlayışını; 'intikam' konusu, pazar ekonomisindeki değişimi yansıtan bir çeşitlemeyi; profesyonel Western konusu ise planlı, ortak ekonominin değerleri ve tavırlarına denk gelen yeni toplum kavramını açığa çıkarır. Her Western tipi, sırayla 'Amerikan Rüyası'nın nasıl gerçekleştirileceğinin kendi mitik yorumunu telaffuz eder.

"Klasik Western konusu dostluk, saygı, şeref gibi insani erdemleri gerçekleştirmenin yolunun kendini diğerlerinden ayırmak ve onlara yardım etmek için kendi kendine yeten bir birey

olarak gücünü harcamak olduğunu gösterir.... İntikam konusu, saygı ve sevgiye giden yolun kendini diğerlerinden soyutlamak olduğunu göstererek bireyle toplum arasındaki uyumu zayıflatır. Ancak kendini toplumdan ayırmak, birçok güçlü düşmanla mücadele etmeyi, fakat bu arada da mütevaziliğin ve evliliğin ılımlı değerlerini hatırlayıp bunlara dönmek için çabalamayı gerektirmektedir. Geçiş konusunda ise, yeni sosyal değerleri tahmin ederek toplumun cehaletine ve katılığına karşı ciddiyetle ve haklılıkla direnen birey, toplumdan dışlanma pahasına da olsa arkadaşlığa ve sevgiye ulaşabilir. Son olarak profesyonel Western konusu... arkadaşlık ve saygıya, ancak ve ancak profesyonellerin elit gruplarına katılan, önerilen her işi kabul eden, yalnız takımının bütünlüğüne sadakati olan (herhangi bir toplum değerine değil) yetenekli bir teknisyen olarak ulaşılabileceğini ileri sürer.

Post-Yapısalcılık ve Popüler Film

Post-yapısalcı görüş, temel yapının kültürel metnin anlamını belirleyeceği görüşünü reddeder. Anlam, daima süreç içinde ve olasılıkların akışı içinde anlık bir duruş eylemiyle üretilir. Saussure dili simge, simgeleyen, simgelenen ilişkilerinden ibaret olarak konumlandırmıştı. Post-yapısalcı kuramcılara göre, konum, bundan daha karmaşıktır. Simgeleyenler simgelenenleri değil, daha fazla simgeleyenleri üretirler. Sonuçta oluşan anlam, daima hem varlık hem de yokluk bağlamında ve istikrarsızdır. Jacques Derrida, simgenin bölünmüş özelliklerini tanımlayabilmek için yeni bir kelime yarattı: 'différance' sözcüğü hem ertelemek hem de farklılaşmak anlamına gelmektedir. Önceden de bilirtildiği gibi Saussure için, simgeye, farklı olmasından dolayı, anlam kazandırılıyor. Buna ek olarak Derrida, anlamın ayrıca her zaman ertelendiğini, hiçbir zaman tam olarak yansıtılmadığını ve daima hem var hem de yok olduğunu ifade eder. Örne-

ğin, sözlük aracılığıyla bir sözcüğün anlamının izini sürersek, anlamın aralıksız ertelenmesiyle karşılaşırız. Çünkü simgeleyen, sırayla başka bir simgeleyen olan simgeleneni üretir. Bu şekilde anlamın sözlük aracılığıyla izini sürmek, bizi anlamın aralıksız metinler-arası ertelenişine, simgelenene hiç süre vermeyen ve böylece daima ve tekrar tekrar simgelemesine imkan veren simgeleyenin, simgelenen için yaptığı belirsiz göndermelere götürür. Yalnız söylem içine yerleştirildiği ve bağlam içinde okunduğu zaman, simgeleyenden simgelenene sınırsız işlem geçici olarak durur. Örneğin "Las Vegas'tan ayrılmak" sözünü duyduğum ya da okuduğum zaman, buradaki anlam, sözün bir kitabın başlangıç sözleri olup olmadığına ya da bir şiirin dizesi, bir mazeret, bir gezginin defterinden bir bukle, bir şarkı sözünün dizesi, dil kılavuzundan bir örnek, umutsuz bir vaadi sona erdirmek için bir mecaz, yol kenarı işareti, monologdan bir parça, filmdeki konuşmadan bir bölüm veya 'différance'ın açıklanması için bir örnek vs. olup olmadığına bağlı olarak farklılaşabilir. Ancak söylem ve bağlam bile anlamı tam olarak kontrol edemez. Yani, "Las Vegas'tan ayrılmak" sözü, anlam izlerini kendisiyle birlikte diğer bağlamlara taşıyacaktır. Eğer sözü bir şarkının dizesi olarak anımsıyorsam (Sheryl Crow' un bu isimde bir şarkısı vardır), aynı sözü yol kenarındaki işaretlerden okuduğum zaman sözler kafamda çmlayacaktır.

Jacques Lacan'ın konunun gelişimini açıklamsı (post-yapısalcı olarak), hem kültürel çalışmalara hem de film çalışmalarına büyük etkide bulunmuştur. Lacan, Freud' un gelişimsel yapısını alır ve post-yapısalcı bir psikanaliz üretmek için yapısalcılığın eleştirel çözümlemesi aracılığıyla bu yapıyı tekrar telaffuz eder. Ona göre biz, üç belirli gelişim evresinden geçeriz: 'ayna' evresi, 'fort-da oyunu' evresi, 'Oedipus kompleksi' evresi. Bütünlüğün mitsel zamanlarında özne ve nesne arasında açık bir ayrım yoktur. Anneyle bütünlüğümüz tam ve mükemmeldir. Bu-

nu, bölünme olarak tecrübe edilen dönem izler. Bu bölünme, rahmin devamlı tatmininin ötesinde ve şu anda göğsün aralıklı tatminine bağlıdır. Benliğin bölünme deneyimine karşı gelme ve kendi ihtiyaçlarına yönelme duygusu 'ayna' evresinde ortaya çıkar. Aynanın (gerçek ya da hayali) içine bakarak bir benlik duygusu oluşturmaya başlarız. Bu evre, tahmini on sekiz ay ile altı yaş arasındaki dönemdir ve bu dönemde kendimizi ilk defa aynada tanırız. Böylelikle kendimizi ayrı bireyler olarak görmeye başlarız; yani kendimizi fiziksel gelişimimizin sergilediğinden daha bütünleşmiş olarak görürüz. Ayna evresi, Lacan'ın 'hayali' olarak adlandırdığı öznellik düzenine giriş zamanının habercisidir.

"Lacan için 'hayali' kavramı, tam anlamıyla tanımlamalar yaptığımız, ancak bunun sonucunda kendimizi yanlış algıladığımız ve yanlış tanıdığımız imgeler alanını ifade eder. Çocuk, büyüme sürecindeyken bu şekilde hayali tanımlamalar yapar ve bu yolla egosu oluşur. Lacan'a göre ego, kendimizi tanımlayabildiğimiz dünyada bir şeyler keşfederek geliştirdiğimiz hayali tek benlik duygusuna aracılık eden bu narsist süreçtir (Eagleton)."

Her yeni imge (hayal) ile, kendimizi kendimiz olmayanın içinde bulmak için 'boşluk' öncesi zamana dönmeye çalışır ve her seferinde başarısız oluruz.

İkinci gelişim evresi olan 'fort-da' oyununun isim babası Freud'dur. Freud, büyükbabasının pamuk makarayı fırlatıp ('gitti') daha sonra bağlanmış ip aracılığı ile tekrar geri çekmesini ('burada') izledikten sonra bu ismi (fort-da) koymuştur; bu olay, Freud'a göre, çocuğun, annesinin yokluğunu kabullenmesine benzer (buradaki 'makara' sembolik olarak 'anneyi' temsil ediyor). Lacan'a göre bu olay çocuğun dil edinimine başlamasını temsil eder. Dil aracılığı ile çocuk, Lacan'ın 'sembolik' diye ifade ettiği kavrama girer. Bu, kültürün düzenidir. Ve insani öznelliğimizi kazandığımız yer burasıdır. Dil sadece diğer insan-

larla iletişim kurmamızı sağlamaz, aynı zamanda eksiklik (boşluk) hissimizi de yoğunlaştırır. İhtiyaçlarımızı dil aracılığıyla telaffuz ederiz ancak bu, eksiklik hissimizi olumlu yönde etkilemez. Ayrıca dile ve 'sembolik' alana girmemiz, esas bütünlük (eksikliği giderme) zamanlarına ihtiyacımız ile dilin vaatleri ve başarısızlığı arasında bir boşluk oluşturur; ki arzular da bu boşlukta ortaya çıkar. Öznenin özne olduğu yerdir dil: dil içinde özne, dilin öznesi, son olarak dile özne. Ben sadece dil içinde ve dil aracılığıyla 'ben' olabilirim. Yine de ödenmesi gereken bir bedel var: Lacan, ifade edişin öznesi ile ifade edilenin öznesini birbirinden ayırır. "Ben konuştuğumda, konuştuğumun 'ben'inden daima farklıyımdır; her zaman farklılığa ve yenilgiye doğru kayarım: ne zaman özne bir yerde anlam olarak görünse aynı özne başka bir yerde 'bir yok oluş', bir görüntüden kayboluş olarak gösterilir" (Lacan). Bu yüzden öznellik, kendi örnekleri ve ifade edilişi kapsamında yaratılan ve yeniden yaratılan ve de mantıksal hesapların varsaydığı gibi esas olarak önceden verilmeyen dil süreçlerinden üretilir. Sembolik düzen (sıra) ise bizden önce vardır; her zaman bizim, yerimizi almamızı bekler. Bizim öznelliğimizi yaratır, ama bize bağlı olduğu gibi diğerlerine de bağlı olarak varoluş duygumuzun her zaman dışında yer alır. Seninle konuştuğum zaman ben 'ben'im; sen de benimle konuştuğunda 'sensin'. Bu noktadan dolayı, birey olarak işsiz ve tek olduğumuz duygusu bir miktar hassastır. Yani, asıl benlik gibi birşey olamaz. Bu, kurgudan başka birşey değildir. Konuştuğumuz dil, sadece öznelliğimizi yaratıp bizi yapısal süreçlerinin öznesi yapmaz. Bunun ötesinde (Lacan' a göre) bilinçaltımız da dille temasımız üzerinden yapılaştırılır. Başka bir deyişle, hem benlik duygumuz hem de başkalık duygumuz, kullandığımız dilin ve her gün karşılaştığımız kültürel pratiklerin etkisiyle oluşur. Kendimizi özne olarak düşünmemizi sağlayan dildir; dil olmasaydı benlik duygumuz da olmazdı. Ancak dil kapsamındaki

bu benlik duygumuz, hassas ve bölünme korkusu içinde olduğu için daima kayıp gidecektir.

Üçüncü ve son evre 'Oedipus kompleksi' evresidir. Bu evrede çocuk, cinsiyet farkını anlar. Lacan, klasik yapısalcı yaklaşım içinde bu kompleksi dil açısından ele alır. Ona göre, bilinçaltı da dil gibi yapılandırılmıştır. Ve Lacan'ı yapısalcılıktan ayıran nokta, onun 'arzu' kavramını da açıklamasıdır. Hayali olandan sembolik olana oedipal yaklaşımda çocuk, bir simgeleyiciden diğerine hareket eder. Arzu ise belirli ve sabit simgelenenin (öteki, gerçek olan) arayışı ve sürecidir. Ve daima ve sonsuza dek başka simgeleyici 'simgeleyicinin altında simgelenenin aralıksız kayması' olacaktır. Arzuda ben ile öteki arasındaki boşluğu doldurmak, eksikliğimizi gidermek imkansızdır. Oedipus kompleksinin verdiği ders şudur:

"Çocuk, gerçekliğe, özellikle de annenin yasaklı vücuduna hiçbir zaman doğrudan ulaşamayacağı gerçeğine kendini alıştırmalıdır. Çünkü 'boş' bir dil dünyasının içindeki hayali sahiplikten ('dolu'dan) uzaklaştırılmıştır.... Aynanın mecazi dünyası, dilin metonimik* dünyası için alan yaratır... Bu, bir simgeleyiciden diğerine giden sonsuz hareket, Lacan'ın 'arzu' kavramıyla anlatmak istediği şeydir. Tüm arzular sürekli doldurulmaya çalışılan eksiklikten doğar... Dile girmek, Lacan'ın 'gerçek' diye adlandırdığı şeyden kopmaktır; ki bu gerçek, simgelemenin ötesinde ve sembolik düzenin dışındadır. Bizim koparıldığımız yer anne bedenidir ve Oedipus krizinden sonra, bütün ömrümüzü onu bulmak için harcasak bile, bu değerli varlığa asla yeniden ulaşamayacak ve bunun yerine başka şeylerle yetinmek zorunda kalacağız. Ancak bunlar da boşluğu doldurmamızda ve 'hayali'

*Metonimik: Türkçe'ye de aynı şekilde geçen "metonymy" kelimesi bir şeyin adının, simgelediği şeyin isminin yerine kullanılması anlamına gelir: örneğin, "Ankara bu konuda şöyle dedi" cümlesindeki Ankara, TC Hükümeti'nin yerine kullanılmıştır. (çn.)

alanda iken tanıdığımız saf kimliğimize ve bütünlüğümüze yeniden kavuşmamızda başarısız olacaktır.... Lacan'ın kuramına göre, bizi, arzunun sonsuz metonimik hareketi içindeki kayıp cennetin yerini alabilecek şeyleri aramaya zorlamak suretiyle, hayatımızı ileriye sürükleyen nokta artık bir kayıp varlık olan anne bedenidir."

O halde (Lacan'a göre) eksiklik (boşluk) duygusu içinde doğarız ve hayatımızın geri kalan zamanını bu eksikliğin hakkından gelmek için harcarız. Bu duyguyu değişik yollarla ve farklı şeyler olarak tecrübe ederiz; ancak bu duygu, her zaman eksikliğin temel koşullarının ifade edilemeyen temsilcisidir. Her hareketemizde, arzularımız, bizi eksiklik duygumuzu doldurmaya sürükler ve o anda geçmişe dönüp baktığımızda anlarız ki, anneyle birlik içinde olduğumuz dönem boşluğa düşmeden önceki iç bütünlük zamanıymış. Sonuç, hayali bütünlük anının peşinde sonsuz arayışlar... Lacan, "L'objet petit a" ismiyle bu olayı şöyle ifade eder: zaman içindeki hayali bir ana işaret etmek suretiyle var olmayan varlığa kavuşmak için sonsuz arayış... Ve ancak başka başka şeylere yönelerek, birinden öbürüne atlayarak kendimizi avuturuz (tüketim kuramlarıyla ilgili tartışma için bkz. 7. bölüm).

Laura Mulvey' in çalışması, Lacan' ın post-yapısalcı psikanalizini kısmen de olsa feminist film eleştirisinde kullanma çabasıdır. Böylece popüler sinemanın 'erkek' bakışını nasıl (Mulvey böyle isimlendirir) yarattığının analizini yapar. Bu sistemdeki kadın imgesi iki türlüdür: erkeklerin cinsel arzularının nesnesi ve erkekler için hadım edilme tehdidinin işareti.

Mulvey'e göre popüler sinema, görsel eğlencenin iki çelişkili biçimini yaratır. İlkinde bakmanın, izlemenin zevki vardır; bu süreçte 'diğer insanları nesne olarak görür ve onların kontrolcü gözü oluruz'. 'Kontrolcü göz' kavramı Mulvey'in yaklaşımı için çok önemlidir. Aynı şekilde cinsel nesneleştirme de önemli-

dir: izleme zevki ayrıca cinsellikle de ilintilidir. Yani, diğer insanlara cinsel uyarı nesneleri olarak bakmak... Popüler sinema gelenekleri, her ne kadar kendini açıkça görünmesi için sunsa da, Mulvey, bunun sihirli bir şekilde rahatlayan ve izleyiciye karşı kayıtsız olan havasızlıktan tıkanmış bir dünyaya benzeyeceğini iddia eder. İzleyicilerin röntgencilik fantezisi, sinemanın karanlığı ile ekrandaki ışığın değişen şekilleri arasındaki karşıtlık tarafından desteklenir.

Popüler sinemadaki görsel eğlencenin ikinci biçimi ise izleme zevkini onun narsist yönü içinde geliştirmektir. Bu noktada Mulvey, Lacan'ın 'ayna evresi' kavramından faydalanarak çocuğun egosunun oluşumu ile sinemayla özdeşleşme zevki arasında yaratılmak üzere bir benzerlik olduğunu açıklamaya çalışır. Yani, nasıl çocuk kendini aynada yanlış tanıyorsa, seyirci de kendini ekran karşısında yanlış tanır.

Cinsel dengesizlikler üzerine kurulmuş dünyamızda, izleme zevki iki belirgin konuma ayrılmıştır: erkekler bakar-lık; kadınlar ise 'ba-kı-lır-lık' ifade ederler. Her iki konum da erkek arzusuna işarettir. Geleneksel olarak, sergilenen kadının iki işlevi vardır: film karakterleri için erotik obje olmak ve izleme odasındaki seyircinin erotik objesi olmak; bu arada da ekranın her iki yanındaki bakışlar arasındaki tansiyonun değişmesi. Örneğin bir 'show' kızı her iki bakış (izleme) için de dans ederken görülebilir. Kadın hem kahramanın hem de izleyicinin izlemesi içindir ve ikisinin sonradan cinsel ilişkiye girdiği an, her iki bakış için tansiyonun arttığı andır.

Popüler sinema iki zaman üzerinde oluşturulmuştur: anlatı zamanı ve gösteri zamanı. Birincisi aktif erkekle, ikincisi pasif kadınla ilgilidir. Erkek izleyici, libidosunu tatmin etmek için odaklar. İlk bakış, ayna evresindeki yanlış tanıma anını hatırlatır. İkinci bakış, kadını cinsel obje olarak onaylar; bu bakış şu iddia ile daha da karmaşıklaşmıştır:

"Esasında kadının ifade ettiği şey cinsel farklılıktır... Ve kadın, bakışın sürekli etrafında dolandığı, ancak sorumluluk taşımadığı bir şeyi aklına getirir: ona hadım edilme ve cinsel zevkten mahrum kalma korkusu verecek bir penisinin olmayışı. Dolayısıyla erkeklerin bakışları ve eğlencesi için sergilenen kadın, her zaman bu endişeyi uyandırma tehlikesini taşır."

Erkek bilinçaltı, zevkini korumak ve hadım kompleksinin yeniden canlanmasından kaçınmak için iki yola başvurur. Birincisi, genellikle değer düşmesine, cezaya ya da suç objesinin kurtarılmasına yol açan travma anını detaylı olarak araştırmaktır. Mulvey, kara film tarzı hikayeyi bu kaygıyı kontrol etme metodunun tipik örneği olarak gösteriyor. İkinci yol ise, fetiş objenin yerine başka bir şeyin konması ya da temsil edilen figürün kendisinin fetiş objeye dönüştürülmesi (böylece tehlikeli olmaktan çok güven verici olur) sayesinde hadım olayının sorumluluğunu tamamen bırakmaktır. Mulvey, buna örnek olarak kadın yıldızlar modasını gösteriyor. "Bu moda sürecinde fetişist izleme zevki, kendi için de tatmin edici bir şeye dönüştürmek suretiyle objenin fiziksel güzelliğini artırmıştır". Bunun sonucunda artık izleyicinin bakışı, erkek kahramanın bakışı aracılığıyla ortaya çıkmaz (erkek kahramanın bakışı, kamera kadın vücuduna yöneldiğinde, izleyicinin aracısız erotik bakışı için saf erotik görüntü anları oluştururdu).

Mulvey, son olarak, kadınların erkeklerin seyretmesi amacıyla sergilenen pasif objeler olarak sömürülmesini önlemek için popüler sinema eğlencesinin ortadan kaldırılması gerektiğini ileri sürüyor. Artık sinema yapmak için, erkek egosunun nevrotik ihtiyaçlarına takıntılı bir şekilde eğilmek gerekmemelidir; kamerayı materyal haline getiren ve izleyici diyalektiğinde tutkulu bir soyutlama yaratan illüzyonculukla yolları ayırmak gereklidir. Bunun yanı sıra, imajı bu amaç için (erkek bakışı) kul-

lanılıp sömürülen kadın, bu biçim film formunun çöküşünü ancak duygusal bir pişmanlıkla izleyebilir.

Mulvey'in bu konuda büyük etkisi olmuştur. Ancak bazı feministler, film sektöründe çalışan diğerleri ve kültürel çalışmalar bunların evrensel geçerliliği konusunda şüpheliler ve "kadın gözü dahil birçok bakış şekli içinde erkek gözünün (bakış) mü baskın olduğunu ya da her zaman bu bakışın mı var olduğunu" sorgulayarak bu şüpheye ulaşırlar. Ayrıca Mulvey'in, izleyiciyi film metninin homojen ve pasif tüketicisi olarak ele alması da kültürel çalışmalar için özel bir problem teşkil eder. Mulvey'in kuramında, filmin söylemleriyle karşı karşıya gelerek onlarla uzlaşacak olan çeşitli çelişkili ve çarpışan söylemlerle sinemaya giren sosyal ve tarihsel öznelere (izleyici) yer yoktur. Lisa Taylor'ın da belirttiği gibi, "kadınların sadece erkek egemen ideolojinin pasif objeleri olarak değil, aynı zamanda faal olarak günlük hayatın içinde mücadele eden, direnen varlıklar olarak tanınmaları çok büyük bir öneme sahiptir".

Külterel Çalışmalar ve Popüler Film

Christine Gledhill 1980'lerin sonlarındaki yazılarında, "feminizmin popüler kültüre olan ilgisinin" son zamanlarda yenilendiğini belirtir. Bu yenilenme, erkek egemen/ burjuva seyirciyi üreten ve kadınsılığın aynı anda bastırılmasını sağlayan sinema görüşünü reddeden post-yapısalcılıktan ve sine-psikanalizden etkilenerk 1970 sonları ve 1980 başlarındaki ideolojik analizlere geniş çapta karşı çıkan bir yenilenmedir. Ayrıca sinema metninin ürettiği seyirciden ziyade, "sosyo-tarihsel koşulların ürettiği izleyicilerin hayatlarındaki tüketim... koşullarıyla ilgilidir". Gledhill, Gramscici hareket çerçevesinde, izleyici ile uzlaşma şekli olarak, izleyici ve film metni arasındaki ilişkinin anlaşılmasını savunur.

"Bu görüşün değeri, ister ekonomik (medya ürününün met-

nin dışındaki baskın ekonomik çıkarları yansıtması) olsun ister sine-psikanalitik (metnin ataerkil bilinçaltı mekanizması aracılığıyla izleyiciyi oluşturması), aşırı determinist (neden-sonuç ilişkisi içinde) kültürel üretim fikrinden kaçınması sayesinde oluşur. Çünkü 'uzlaşma' terimi devam eden verme-ve-alma süreci içinde zıt kutupları birarada tutmayı ifade eder. Ve anlam üretim modeli olarak 'uzlaşma'nın gözünde kültürel alışveriş, örtüşen fakat tam denk olmayan saptamaların içinde bulunduğu üretim ve kabul süreçlerinin kesişme noktasıdır. Anlam, deneyim, motivasyon ve referansın çarpışan bağlamları arasındaki mücadele ya da uzlaşmadan ortaya çıkar; bunun dışında ne empoze edilebilir, ne de pasifçe öğretilebilir."

Gledhill, 'uzlaşma'nın üç düzeyde analiz edilebileceğini ifade eder: izleyiciler, metinler ve kuramlar. Kabul süreci uzlaşma için potansiyel olarak en uygun zamandır; çünkü bu süreçte azami derecede çeşitlenebilir ve sonucu hakkında ipucu vermez. Gledhill'in de ifade ettiği gibi, koşulları görüp çözümlemek, okurların ayırt edici sosyal ve kültürel yapılanmasından (sınıf, cinsiyet, ırk, yaş, özgeçmiş vb.) ortaya çıktığı için, potansiyel olarak dirençli ya da çelişkili olan çeşitli saptamaları kültürel alışverişe sokmak suretiyle anlamları ve çalışma zevkini etkiler.

Jackie Stacey, 1980'lerin sonlarında uygulanan araştırmayı temel alarak bu görüşü geliştirip genişletiyor. O da Gledhill gibi, kadın seyircileri erkek bakışının pasif tüketicileri olarak ele alan metinsel determinizmin ötesine geçmeye çalışır. "Ve kadın izleyiciliği üzerine yapılan birçok psikanalitik çalışmanın evrenselliğini" reddeder. Ayrıca sadece film metninin analizinden sonuca varmaktan ziyade, bu filmleri tüketen gerçek kadınların pratiklerini ve yaşadığı süreçleri inceler. Çalışmasının özel olarak odak noktası, 1940'lı ve 1950'li yıllardaki Hollywood'daki kadın film yıldızları ile İngiliz kadın izleyiciler arasındaki ilişkidir. Stacey, hem popüler hem de eleştirel bir varsayım olan, iz-

leyicilerin (özellikle de kadın) medya tarafından kolaylıkla yönlendirilen pasif enayiler olduğu görüşüne karşı çıkmak için seyirciyi önemsemeye kararlıdır.

Özellikle de psikanalitik eleştirinin, 'kadın izleyiciliğinin' filmsel söylemin (film söyleminin ürettiği ve işaret ettiği alan ve konum) biraz daha ilerisinde olduğunu ifade eden tanımına meydan okur (bkz. Laura Mulvey, yukarıda). Araştırmasında, kadın izleyicilerin tepkilerini analiz etmek için 'metinsel izleyici' kavramının ötesine geçmeye çalışır. Bunu yapmak için de film çalışmalarının dışına çıkıp, kültürel çalışmaların ilgi alanlarına yönelmeyi gerekli bulur. Aşağıda Stacey'in vermiş olduğu faydalı liste, film çalışmaları ile kültürel çalışmaların karşıt görüşlerini yansıtıyor:

Film Çalışmaları	*Külterel Çalışmalar*
seyirciliği konumlandırma	seyirci çözümlemesi
metin analizi	etnografik metotlar
üretime yönelik anlam	tüketime yönelik anlam
pasif izleyici	aktif izleyici
biliç - dışı	bilinçli
kötümser	iyimser

Stacey'nin bulguları, çoğu çalışan kesimden ve 60 yaş üstü olan bir grup İngiliz kadına (beyaz) uygulanan araştırma üzerinde temellenmiştir. Stacey, bu çalışmayı yapmak için 'Woman's Realm' ve 'Women's Weekly' dergilerine ilan verdi ve 1940 ve 1950' lerde sinemaya düşkün olup olmadıkları sorusuna cevap vermelerini istedi. Cevap veren (350) kadınlardan daha sonra, bir soru listesini doldurmaları istendi (238'i doldurdu). Sonuç olarak, elde ettiği bulguların analizini, gelen cevaplar tarafından belirlenen üç söylem üzerinden yaptı: gerçeklerden kaçış, özdeşleştirme ve tüketicilik.

Sık sık olumsuz anlamlarda kullanılan 'gerçeklerden kaçış' terimi, kültürel çalışmalarda da eleştirel ya da akademik bağlantının değersizliğini kınamak amacıyla kullanılır. Aslında bu olay, kadınların hoşlandığı popüler kültür biçimlerinin özellikle doğru olanıdır. Ancak Stacey'in bulguları, bu kolay baştan atmayı problemli hale getirme eğilimi göstermektedir; çünkü 1940 ve 1950'lerdeki sinemaya gidiş sürecindeki gerçeklerden kaçışın çok boyutlu karakterini ifade eder. Gerçeklerden kaçış, Stacey'in sinemaya giden kadınlar arasında sinemaya gitme nedeni olarak en çok örnek verdiğidir. Stacey, Richard Dyer'ın popüler eğlencenin ütopik hassasiyeti üzerine görüşlerini kullanmak suretiyle,. kendi kadın grubu için Hollywood sinemasının ütopik olasılıklarının açıklamasını yapar. Dyer'a göre, eğlencenin ütopik olasılıklarını anlamanın en iyi yolu, sözde izleyicilerin yaşadığı problemler ile eğlence metinleri ya da pratiklerinde yer alan çözümleri arasındaki kesin karşıtlıkları ele almaktır.

Sosyal Problemler	*Metinsel Çözümler*
kıtlık	bolluk
bitkinlik	enerji
iç karartıcılık	yoğunluk
manipülasyon	şeffaflık
parçalanma	topluluk (birliktelik)

Bununla birlikte Stacey, Dyer'ın eğlencenin ütopik hassasiyeti terimini, tüm sinemaya gitme işlemini de ekleyerek genişletir. Kadınlardan alınan mektuplar ve soru listelerine verilen cevapların analizi, sinemanın zevkinin sinema metninden alınan görsel zevkten fazla olduğunu ortaya çıkarıyor. Stacey' e göre, Hollywood yıldızlarının şaşaasının çekiciliği ve diğer daha az belirgin zevkler film gösterimine gitme ritüelinden, paylaşılan ortak deneyimden, izleyicinin birlikteliğinden ve sinema salonu-

nun konforundan ve lüksünden kaynaklanır. Üstelik, alınan her keyif diğerlerini destekler ve güvenceye alır.

" Hollywood, sahip olduğu şatafat ve görkemle ilişkili olarak her zaman daha iyi bir yaşama kaçışı ifade etmiştir. Böylece Hollywood'un şatafatının sinemanın lüksüyle bütünleşmesi, o zamanlarda kadın izleyicilerin çok boyutlu gerçeklerden kaçış anlayışına katkıda bulunmuştur."

Buna ek olarak Stacey şunları söylüyor:

"Sinemanın fiziksel alanı, sinema dışındaki günlük hayat ile gösterimdeki Hollywood filmlerinin fantezi dünyası arasında bir geçiş alanıdır. İçindeki dekor ve dizayn, kadın izleyiciler için gerçeklerden kaçış sürecini hızlandırır ve kolaylaştırır. Yani, sinema hem Hollywood filmlerinin fantezilerini barındıran hem de dekoru sayesinde bu filmlerin kültürel tüketimine uygun lüksü ve konforu sağlayan bir rüya sarayıdır."

Stacey, haklı olarak, yanıt veren kadınların gerçeklerden kaçma deneyimlerinin tarihsel olarak ayrı bir yere konulmasında ısrarlıdır. Çünkü onlar sadece sinemanın konforuna ve Hollywood filmlerinin şaşaasına kaçmadılar; aynı zamanda İngiltere'deki savaş zamanının zorluklarından, tehlikelerinden ve kısıtlamalarından kaçtılar.

İkinci söylem odağı 'özdeşleştirme' dir; yani, "film yıldızları ile izleyiciler ve hitap edişin sinemasal tarzı araçılığıyla kadın kimliğini oluşturma süreci arasındaki ilişkiler". İzleyici, bir film yıldızı olmadığının ayırdındadır; fakat film süresi boyunca kendi kimliği ile film yıldızının kimliği arasında geçici bir değişkenlik bulunur. Bu geçici değişkenlik, çoğu zaman benzerlik duygusu (örneğin saç şekli) tarafından harekete geçirilir. Stacey'in de açıkladığ gibi, bir yandan, arzularının tatmin edildiği dünyaya götürdüğü için farklılığa değer verirlerken; diğer yandan da, sahip oldukları nitelikleri tanımalarına imkan tanıdığı için benzerliğe değer verirler. Çoğu zaman, özdeşleştirme, film

yıldızının hareketlerini ve görüntüsünü taklit etmek suretiyle, Stacey'in 'özdeşleştirici pratikler' dediği pratikleri kullanabilmek için sinemanın ötesine geçebilir.

Stacey, hile ve karmaşa bağlamında üretilen kadın seyirciler hakkındaki iddialarda, özdeşleştirmenin temel kavram olduğunun farkındadır. Bu tür analizlerde özdeşleştirme, erkek egemen görüşün çıkarları çerçevesinde, kadın izleyicileri başarılı bir şekilde ele alarak (ya pasif ya da mazoşist) kuramsallaştırılır. Bununla birlikte, Stacey odak noktasını film metninden gerçek izleyiciye yönelttiği zaman, özdeşleştirme kavramının büyük bir değişime maruz kaldığını keşfeder. Her ne kadar yıldızların kadın güzelliği ve cinsel çekiciliğin kuralcı modelinin dolanımı çerçevesinde rol almaları nedeniyle ideolojik işleve sahip oldukları söylenebilse de, bu hiçbir şekilde tüm olayı kapsamaz. Stacey'e cevap veren kadınlar, sürekli olarak, yıldızların güçlü olma, kontrol etme ve kendine güven fantezilerini yaratma biçimlerine dikkati çekiyorlar. Böylece Hollywood yıldızlarının cinsel çekicilik modeli dışında da rolleri olabileceği görülüyor (bu rolü açıkça belirtmelerine rağmen!). Ancak onların, ayrıca, kadın izleyicilere daha güçlü ve kendine güvenli bir karakter kaynağı sundukları da unutulmamalıdır.

Üçüncü ve son söylem ise tüketimdir. Stacey, burada yine, tüketimi başarılı bir şekilde egemenlik, kontrol ve sömürü ilişkilerine yerleştiren önceki görüşlerin katı varsayımlarını reddediyor. 1940 ve 1950'li yıllarda bile sinemaya gitme eyleminin bir parçasını oluşturan ürünlerin (filmle ilgili) -özellikle kozmetik ve moda ürünleri- ve bu ürünlerin nasıl olup da, tüketimi, erkek gözünün doyurulması olarak kuramsallaştıran ve tüketici kapitalizmin yeniden oluşturulmasını kolaylaştıran bir araştırmaya yol açtığını göz ardı etmeksizin baktığımızda; (Stacey'e göre) tüketici olarak kadın ajanslarını ciddiye alan ve kadınlar adına tüketim çelişkilerine vurgu yapan bir tanım ortaya çıkar.

Stacey, tüketim alanının sömürme ve hakimiyet altına alma alanı olduğu kadar; anlaşmalı anlamların, direnişin ve iç etmenin alanı da olduğunu iddia ediyor.

Stacey, tüketime yönelik film çalışmaları, çalışma konusu olarak film endüstrisinin, hem filmlerin hem de diğer ürünlerin tüketicileri olarak sinema izleyicisini nasıl yarattığını ele adığı için bu konuya üretime yönelik yaklaşmayı sürdürme eğilimindedir. Bunun yanı sıra, eğer bir analiz işlemi aşırı derecede tüketime odaklanırsa, bırakın izleyicinin tükettiği ürünlerden anlamları nasıl ortaya çıkarıp kullandığını somut detaylar içinde tartışmayı, teorik olarak bile ortaya atamaz. Stacey' ye yanıt veren kadınların 1940 ve 1950'lilerdeki tüketim tanımları, izleyici ile tüketim arasında, üretim çalışmaları tarafından sunulandan daha çelişkili bir ilişkiyi açığa vurmaktadır. Stacey, örnek olarak, Amerikalı kadınların ideallerinin açık bir şekilde norm-dışı, kısıtlayıcı İngiliz kadınsılığı (feminenlik) olarak hatırlanmasını ve böylece direniş stratejileri olarak kullanılmasını gösteriyor. Hollywood yıldızları, izleyicinin İngiliz kadın görünüşünün norm dışı, kısıtlayıcı şifresi olarak teşhis ettiği modayı ekranda yansıttılar. Bu şekilde, Hollywood yıldızlarının tüketimi ve onlarla ilgili ürünler İngiliz kadını görüşüyle uzlaşmak için bir araç olmuş ve bu görüşü genişletmiştir. Stacey' ye gönderilen mektuplar ve doldurulan soru listeleri, Hollywood starlarının heyecanlı ve norm-dışı olan alternatif kadınsılığı nasıl yansıttığına işaret ediyor. Stacey bu konuda şöyle diyor:

"Kadın izleyicilerinin tüketici olmak için ve görünüşlerini değiştirmek için aracı olmalarının yanısıra... Hollywood starları, aynı zamanda kadınlık konusundaki çeşitli karşıt söylemlerin çarpıştığı bir alanda bulunmaktaydı... Yani onlar kısıtlayıcı İngiliz kadınlığı olarak algılanmış olana karşı mücadelenin merkeziydiler."

Stacey, bu kadınların tüketim eylemi aracılığı ile, kadın kimliklerini tayin etmekte özgür olduklarını ifade etmiyor. Onun ısrar ettiği konu, farklı yerlerdeki kadın izleyicilerin tüketim pratikleri ile tüketimin ağırlıklı söylemleri arasındaki alanın (boşluğun) kuramsal olarak anlaşılmasının muhafazasının sahip olduğu önemdir. Üstelik Stacey, bu tür tüketim biçimlerinin erkek gözünü doyuracağını da inkar etmiyor. Ancak Hollywood starlarının ve diğer malların kendi- imajının dönüşümü amacıyla tüketiminin, egemen kültürün ihtiyaçlarından çok daha fazla şey ürettiğini ifade ediyor. Ve diyor ki:

"Paradoksal olarak, 1950'nin ortalarında ve sonlarında İngiltere' deki kadın izleyiciler için mal tüketiminin ilgi konusu kendisini arzulanan obje olarak üretmek iken, (öte yandan) şu zamanda kadınlığı tanımlamada kullanılan annelik ve evcilliğin angaryası olarak algılanan baskıdan kaçışı da ifade ederdi. Böylece tüketim, 1950'ler İngiltere'sindeki evlilik ve annelikle bağlantılı olan kendini feda etme kavramına karşıt olarak benliğin ifadesini gösteriyor olabilirdi."

Stacey, ona mektup gönderen kadınların Hollywood yıldızları tanımlarının, kısıtlayıcı İngiliz normlarına karşı bir isyan için Amerikan kadınlığının kullanılabilme ihtimaline işaret ettiği sonucuna varıyor. Dahası, Stacey'e göre, Amerikalılıkla bağlantılı olarak kadın benliğinin yaratılışı, bu zamanda Britanya' daki pek çok kadın izleyici için özerkliği, bireyselliği ve bağımsızlığı ifade etmiştir.

Stacey'nin yaklaşımları birçok sine-psikanalistin evrenselci (universalist) iddiaları için mükemmel bir yanıt oldu. Film metninden kadın izleyiciye, Stacey' nin yaptığı gibi analizleri hareket ettirmek suretiyle, Hollywood'un erkek egemen gücü daha az katı ve belirsiz olmaya başlamıştır. Kadın seyirci üzerine araştırmalar yaparak ve çalışarak kadın izleyiciliği, belki de

Hollywood sinemasının mesajları tarafından pasif bir biçimde konumlandırılmak yerine, Hollywood'un egemen anlamlarıyla (mesajları) uzlaşma süreci olarak görülecektir.

V. Bölüm

Gazete ve Dergiler

Popüler Basın

Popüler basını popüler kültür çerçevesinde anlayabilmek için, sanırım Norveçli eleştirmen Jostein Gripsrud'dan, "kendi eleştirileri içinde bulunan yararsız ahlakçılığın ötesine geçmeyi" öğrenmeliyiz. Ama bu, herhangi bir basite alıcı popülist ya da elit kültür karşıtı tavır içinde, popüler basını savunmalıyız anlamına gelmez. Doğrusu, popüler kültürü bayağılık, ticari çıkarlar gibi konulardan ayırarak anlamaktır.

Magazin gazeteciliği ile popüler kültür arasında kurulabilecek bağlantılar nelerdir? Peter Dahlgren bu soruya cevap olarak, hikaye anlatmayı anahtar bağlantılardan biri olarak gösterir. Ona göre hikaye anlatma, analitik metotla birlikte, dünyayı anlayıp yorumlamanın iki temel yolundan biridir. Analitik metot referans bilgisi ve mantıkla belirlenirken; hikaye anlatımı (yolu) olaylar dizisini sunarak bağlantılılık ve tutarlılık sağlayan anlatımbilimsel şekillerle belirlenir. Gazeteciliğin resmi amacı dünyayla ilgili bilgi vermek ve böylece analitik yola bağlı kalmaktır. Ancak pratikte daha çok kullanılan hikaye anlatımı metodudur. Bununla birlikte, bu olay ciddi haberler ile magazin haberlerini ya da gerçek ile kurguyu birbirlerinden ayırt etmenin başka bir yolu değildir; her ikisinin arasında hikaye anlatımının devamlılığı vardır.

Colin Sparks için popüler basın ile düzeyli basın (öyle adlan-

dırılıyor) arasındaki temel fark, kişisel ve özel olanın popüler basın tarafından açıklayıcı sistem olarak seferber edilmesidir. Sparks yeni değerlerin bir analizini yaparken şunu keşfetti: popüler basındaki hikayeler ile düzeyli basındaki hikayeler aynı olduğu zaman bile birbirlerinden ayrı muameleler görüyorlar.

"Düzeyli basın dünyadan bölüm bölüm resimler sunar. Bu resimlerde tutarlılığın ve bütünlüğün oluşturulması okuyucunun işidir. Popüler basın ise kamu meselelerinin işleyişi içinde bir güncellik ve bütünlük formunu iyice yerleştirir. Özellikle bu güncel açıklamalar, şahsi deneyime doğrudan hitap edilerek gerçekleştirilir. Kişisel (ya da özel) kavramı açıklayıcı bir çerçeve haline gelir ve bu çerçeve içinde toplumsal düzen şeffaf olarak yansıtılır."

Sparks bu savlarını aydınlatmak için Nisan 1990' da Strangeways hapishanesinde ortaya çıkan isyan haberinin iki büyük gazete olan "The Sun" ve "The Times"da işleniş şeklini karşılaştırıyor. "The Times"daki haberin aktarımında kişisellik olduğu halde, açıklayıcı çerçeve olarak kullanılmamış; bunun yerine, olay, farklı tür bilgi ve malumat içeren bir çerçeve içine yerleştirilmiştir. Yani, okuyucuya gelişen olayları aşağı yukarı anlamaları için davetiye gönderiyorlar. Öte yandan "The Sun" da bu olaylar şahsi ve bireysel nedenler ve tepkiler üzerinden hemen açıklayıcı bir çerçevede sunulmuştur. Kısaca, The Times gelişen olayları geçmişi, şu anki hali ve gelecekteki olasılıklarıyla anlayabilmek için kaynaklar sunarken; The Sun oluş süresini sadece 'şimdi' ye indirger ve bu 'şimdi' içinde olayları bazı mahkumlar şunu yaptı, çünkü öteki mahkumlar bunu yapmıştı şeklinde yansıtır. Sparks, The Sun' ın sunduğu anlamlar üzerinde tekrar çalışmak suretiyle popüler yaratıcılık olasılığını kabul etmesine rağmen, sonuç olarak bunun herhangi bir gelişim kavramı için kurtarılamayacak kadar büyük olarak belirlenmiş olan, gerici popülerliğin söylemi olduğunu düşünme eğiliminde-

dir. Popüler basının politikası için söylenebilecek en iyi iddia, onun belli bir kötü (olarak) tanımlanmış tatminsizliği seferber edebileceğidir. Ve her ne kadar aşağı yukarı kendileriyle bağlantılı olarak kitlelerin tanıyabileceği bir deyim içinde konuşabilse de, konuşabileceği şeyler sadece varolan toplum yapısı tarafından konulan sınırlar içinde yer alan ilgileri, sevinçleri ve tatminsizlikleridir.

John Fiske'in popüler basma yaklaşımı da, genel görüşteki gibi, popüler kültürün potansiyel olarak ve gerçekte radikal olmasa da gelişmeci olduğudur. Fiske, 'gelişmeci' ile radikal arasındaki farkı şöyle tarif ediyor: "popüler bir metin/sosyal düzeni değiştirmek veya istikrarını bozmak için çalışan anlam üretimlerini destekleyerek gelişmeci olabilir; fakat asla radikal olamaz, çünkü hiçbir zaman bu düzene karşı gelip onu değiştiremez."

Fiske, popüler basını bir yandan resmi basından, diğer yandan da alternatif basından ayırır. Fiske'e göre popüler basın ne resmi ne de alternatif basın sever. Popüler basın halk ile özel hayatlar arasındaki sınır çizgisinde çalışır: tarzı sansasyonel, bazen şüpheci, bazen de ahlaksal açıdan ciddi; anlatım şekli popülisttir. Ve ifade biçimi kurgu ile dokümanter ya da haber ile eğlence arasındaki herhangi bir stil farklılığını değişken bir şekilde inkar eder.

Fiske'in popüler basını analizinin başlangıç noktası, Stuart Hall'ün son kapitalist ülkelerdeki merkezi siyasal bölünmenin insanların iktidar-bloğuna karşı muhalefeti olduğu iddiasıdır. İktidar-bloğu, medya gibi, kültürel sanayiler gibi, hükümet ve eğitim sistemi gibi kurumların aracılığıyla ve bu kurumlar içinde ifade edilen egemen güçlerin ittifakıdır. Ayrıca halk da, tarihsel süreç içinde her zaman iktidar-bloğuna karşıt olduğu ifade edilmiş, sürekli yön değiştiren bir ittifaktır. Fiske, resmi basının, yukarıdan aşağıya bilgi akışı içinde iktidar-bloğunun çıkarlarını

yansıttığını ifade ediyor. Bir bilginin yukarıdan aşağıya tanımı bir disiplin tanımıdır ve bu disiplini nesnellik, sorumluluk ve politik eğitim görüşleri altında saklar. Fiske'e göre resmi basın, mevcut iktidar yapısının sürekliliğini güvence altına almak için gerekli olan bilgiyi sağlar. Ama bunun da ötesinde 'inanılır bir konu' yaratır. Fiske'e göre bu, resmi ve popüler basın arasındaki en önemli farklardan biridir.

"Magazin gazeteciliğinin yarattığı son şey 'inanılır bir konu'dur. Bu konunun en önemli karakteristik ifade şekli 'şüpheci gülüş' tarzıdır. Bu tarzın sunduğu eğlencenin zevki, aldatılamamanın sonucu oluşan keyifle egemen olan kesimin taktiklerini anlamanın gururunun birleşmesinden oluşur. Ve ikinci plana itilmiş, hakim olması için imkan sunulmamış insanların alt katmanlarda bulunmasının sonucunda, asırlardır birikmiş olan ezikliğin etkisiyle oluşan zevk tarzıdır."

Fiske, örnek olarak Amerikan popüler basınında sürekli işlenen 'uzaydan gelen yaratıklar' konusunu veriyor. Bu noktada Fiske'i ilgilendiren asıl hikaye değil, alt temadır; yani uzaylıların varlığıyla ilgili deliller ve UFO'ların dünyaya gelmeleriyle ilgili hem Amerikan hem de Rus hükümetlerinin gizlediği deliller. Burada önemli olan (Fiske için), UFO'ların gelip gelmedikleri değil, genel olarak bilinen popüler bilgi ile iktidar-bloğunun sahip olduğu (gizli) bilgi arasındaki zıtlıktır. Yani asıl mesele bilgi değil bu zıtlıktır. Bu hikayeler, iktidar-bloğunun disipliner prosedürleri içinde önemli yeri olan 'normalleştirme' işlemine karşı 'ütopik bir saldırı' sahneler. Popüler basın, bu türden, dünyayı başka boyutlarda algılamaya yönelik ütopik fantezilerle doludur. Ayrıca çözümlenmiş çelişkiler üzerine giderek, insanı inanma / inanmama ikilemine sokan şüpheci konular yaratıp işler. Çelişkilerin çokluğu ve çözümlerinin olmaması her türlü tutarlılığı engeller -ki tutarlılık bütünleşmiş ve hatta bölünmüş öznel bakışları üretmek ve yerleştirmek için gereklidir-; bu neden-

le, çelişkileri uzlaştırmak için faal toplumsal aracılara gereksinim vardır. Aslına bakılırsa, Fiske'in yaptığı Sparks'ın düzeyli basın ile popüler basın arasındaki metinsel farklılık savını tersine çevirmekten başka birşey değildir. Bunun yanı sıra:

"Popüler basın - resmi basının tersine - bilgileri değişmez bir evren içinde nesnel gerçekler olarak sunmaya çalışmaz; çünkü bu basın için bilgi temel, hayati bir sistem değil, sadece diğer bilgilerle politik ilişkiler içinde çalışan bir süreçtir. Ve onun politikası, normal ve resmi basma karşıtlığının altında yatar."

Fiske için önemli bir konu da 'uygunluk' kavramıdır. 'Uygunluk' yukarıdan dayatmayla değil, aşağıdan gelen üretim ile oluşur. Fiske'e göre resmi basın, Michel de Certeau'dan alınan terimle ifade edersek, 'kutsal kitaba dayalı ekonomi' ile işler.

"Kutsal kitaba dayalı ekonomi, okurunu metinleri okumaktan ziyade, deşifre etmesi doğrultusunda disipline etmeye çalışır. Çünkü deşifre etme kendini metnin gerçekliğine mahkum etmektir... Ancak bununla birlikte okur, toplumsal tarihinin ani koşulları içinde gelişmiş olan söz söyleme yeteneğine sahip olmalıdır ki metni iyi okuyabilsin. Böylece metin okuma, yukarıda üretilen metin ile aşağıdaki okunma biçimi arasındaki uzlaşmayı gerektirir (de Certeau için bu muhalif bir okumadır). Çözümlenmemiş ikilemler, istikrarsız ve eksik bilgi, şüphecilik, aşırılık ve kötü örnekler... Bunların hepsi okumaya; gerçeklik ve nesnellik ise deşifre etmeye davettir. Okumak katılımcı (herkesin katıldığı) bir eylemdir ve okumada 'uygunluk' kavramı vardır; yani uygun deşifre, uygun algılama ve mesafenin kabulü (toplumsal ve estetik bağlamda)."

Popüler olsun olmasın, bir basının, popüler kültür olması için halkın ilgisini çekmesi gerekir. Yani, halk arasında tartışmayı ateşlemeli ve sözlü münakaşaya girmelidir. Fiske'in de açıkladığı gibi, örneğin yukarıdan aşağıya ya da resmi haberler, eğer günlük hayata uyum sağlamak istiyorsa popüler yaratıcılıktan

(tekrar) bilgi edinmelidir. Son analiz olarak söylenebilir ki popüler basını popüler kültüre dönüştüren şey popüler yaratıcılıktır. Medya ve kültür endüstrileri tarafından kullanıma hazır hale getirilen diğer şeyler gibi, o da popüler hale getirilmelidir.

Ian Connell, Fiske'e benzer fikirler ileri sürmektedir. Ona göre popüler basın ya da kendi ifadesiyle "fantastik röportaj", bazı mazur görülebilecek kırgınlıkları besler ve sürdürür. Connell'in deyimiyle fantastik ya da uydurma röportaj, biçim olarak, Fiske'in ileri sürdüğü direnişi (karşı koyma) ortaya çıkarmaz. Genel hoşnutsuzluk özel olanla karışır; çünkü fantastik röportaj, o insanların (ikinci plandaki) küskünlük ve kırgınlıklarını körükler. Bu gibi, iktidar-bloğuna karşı kırgınlık içinde okumak yerine, Connell hikayelerle ilişkili olarak okuyan okurları savunur.

"Muhtemelen bu okurlar hikayelerin başarısızlığa uğramış kahramanlarına, iktidar-bloğunun layık gördüğü tüm ödülleri yeğlerler. Çünkü okudukları hikayelerin ana karakterleri, çeşitli yollarla (bu yollar sorgulanabilir) normalde asla ulaşamayacakları iyi bir hayatın şaşaasını elde etmişlerdir. Ben okurların, iyi olarak gösterilen bu hayat tarzını tanıdıklarından şüpheliyim. Bu hayatın sunabileceğini reddetmek değil, arzu etmek okurlar için geçerlidir. Onların karşı oldukları, bu hayat tarzından soyutlanmalarıdır."

Connell'e göre medya ve kültürel çalışmalar bu tür karşıt kırgınlıkları anlayıp açıklamakta başarısızlar. Zenginlerin hikayeleri ve meşhur zarafetini kaybetme konuları popüler basının klasik tarzıdır.

"Herşey bir yana bu hikayelerin yaptığı, elit kültüre karşı popülist mücadeledir... ve bu hikayeler tutarlı bir politik felsefe ve stratejiye sahip olmasalar da, verdiği kızgın ve sert dışavurumların politik etkileri önemli derecededir. İktidar-bloğunu ve onun temsilcilerini de sert bir şekilde eleştirirler ki bu temsilci-

lerin tavır ve davranışları okur kitlesi için en anlamlı şekilde yansıtılır."

Bu hikayelerin kişilikleri 'elit kesimin' üyeleridirler. Birçok defa zenginliklerinin ve elit yaşam tarzlarının ayrıntıları okurdan daha önce sergilenir. Ve karakterlerin yanlış hareketlerinin anlatımına karışan genel ifade, onların bu zenginliği haketmedikleridir. Connell'in iddiasına göre, popüler basın ve okurları 'ünlü olmakla' ilgili bazı belirli varsayımları paylaşmaktalar: yani, 'ün'ün getirdiği çok şey var, ancak diğer yandan yerine getirilmesi gereken pek çok sorumluluk da buna dahildir. Bu, gücü ve elit statüyü kullanmak ve istismar etmek üzerine ahlaksal bir konudur. Ancak bu hikayelerin konusu ahlaksal olarak tasvip etmemeyi içermez. Bunlar, herşeyin ötesinde, bazı kesimler arasındaki karşıtlık ilişkilerini göstermesi bakımından politik hikayelerdir. Karşıtlık ilişkisinin olduğu kesimler şunlardır:

"1. Güçlü elit kesim (hikayelerin trajik baş kahramanları ve kadın kahramanlar bu kesimden belirlenir),

2. Elit kesimin hayatıyla ilişki içinde olan, fakat onlarla aynı fikirleri paylaşmayan hikaye yazarları,

3. Geriye kalan güçsüz, sıradan insanlar. Bu hikayeler onların yerine anlatılır."

Bu hikayeler ahlaki ve ekonomik bölünmeyi ifade ederler. Bu bölünmede güçlü ve elit olanlar ile güçsüz ve sıradan insanlar vardır. Hatta bazen zenginlerin, bu zenginliği güçsüz ve fakir insanların sırtından elde ettiği bile ifade edilir. Fakat bu çok etkili bir ifade değildir ve her ne kadar güçlü ve zenginlere karşı hareketin parçası olma zevkini verse de, sonuçta verdiği kırgın tepkiler ölçülüdür.

"Onların karşı oldukları, elit kesime sunulanlar değildir. Yalnızca, bu sunulanların sana, bana, size, bize değil de onlara, yani yanlış insanlara gitmesine kızıyorlar. Ancak üstlendikleri

misyon, tam anlamıyla büyük ve ciddi eşitsizliğe son verip her şeyi eşit olarak yeniden paylaştırmak değildir. Daha kötüsü, popülizmin hala göz boyama ihtimali vardır. En iğneleyici saldırılar ise, şans eseri yıldız olanlara karşı saklanmaktadır. Çünkü onlar, star olma yeteneğine sahip değiller. Dolayısıyla, öyle görünüyor ki, sanki magazin gazeteleri bu sonradan görmelerin kendilerini ele verecekleri ve temellerindeki sıradanlığı açığa çıkaracakları anı bekliyorlar."

Connell, durumun böyle olduğunu ısrarla ifade ederken, diğer yandan da hikayelerin, kendilerini ayrı keseye koyanların otoritesini zayıflatacağını da istemeyerek de olsa kabul ediyor. Çünkü hikayeler, ünlülerin mensup oldukları sınıfların meşruluğu hakkındaki şüpheleri besleyip büyüterek oldukları gibi(doğal) hareket etmelerini sağlamaya çalışırlar.

Kadınlara ve Genç Kızlara Özel Dergiler

Angela Mc Robbie, ilk defa 1978'de yayımlanan ve etkili olan bir denemesinde "Jackie" nin (1970'lerin en çok satan genç kız magazin dergisi) bir mesajlar bütünü, bir simgeleyici sistem ve genç kızların kadınsı tarafının yapılaşmasıyla ilgilenen bir ideolojinin sahibi olarak incelenebileceğini ileri sürer. "Jackie", diğer genç kız dergileriyle birlikte, okurlarını belli değerlere yöneltmeyi amaçlamıştır. Çocukluktan kadınlığa ve sonra yaşlılığa geçişin her evresi, kadınsı duyguların başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi açısından, ayrıntılı bir şekilde planlanmıştır. Örneğin 'Jackie'yi okuyan genç kızlar derginin kadınlık, boş zaman ve tüketim konusundaki ağırlıklı yönlendirmelerine kapılıyorlar.

Mc Robbie, Jackie'nin kendisini cazip kılan 4 stratejiyi (altşifre) şöyle ifade ediyor:

1. Romans (aşk macerası)şifresi
2. Kişisel (ev) hayat şifresi

3. Moda ve güzellik şifresi
4. Pop müzik şifresi

Romans şifresi, derginin hemen hemen her yanını kaplar. Romanslar (aşk hikayeleri) hem ciddi hem de eğlenceli olarak tanımlanır. Bu dünyanın merkezinde daima romansı arayan bir kız vardır. Bu kız hem kendi yaşamında yalnızdır hem de diğer kızlarla rekabetinde. Arkadaşlar her zaman potansiyel rakiplerdir. Mutluluk bir çift olmaktır. Bir kız, bir erkek ve işte mutlu son. Yalnız bir kız olmak başarısızlıktır. Mc Robbie'nin de ifade ettiği gibi Jackie'nin romans şifresi dar ve açıktır:

1. Genç kız erkeğini elde etmek ve korumak zorundadır.
2. Yaşlı ve çirkin olmadıkları sürece diğer kadınlara güvenmez. Zaten bu durumda genç kız aşk macerası içinde yer almaz.
3. Buna rağmen romanslar ve genç kız olmak eğlencelidir.

Bu dünyada genç kızlar, kendilerini erkeklerle ilişkileri aracılığıyla tanımlarlar. Çift ilişkisi dışındaki ilişkiler mümkün olamaz. Üstelik romans şifresinde kadın pasif konumdadır. Genç kız, elbette derginin makyaj, giyim ve erkeklere nasıl davranmak gerektiği konusundaki tavsiyelerini uygulayabilir. Ancak gerçek romans yalnızca bekleyenlere gelir. Ve romansı aktif olarak arayanlar kaçınılmaz başarısızlığı davet ederler.

İkinci şifre olan kişisel (özel) hayat şifresi, romansın renkli dünyasının tersine, gerçekliğin karanlık dünyasını tanıtır. Gerçek ve hayatı, problem sayfasıdır. Burada kızlar, romans dünyasında olduğu gibi yalnızdırlar. Ve problem sayfası hem bu yalnızlığa cevap verir hem de onu destekler ve ona yardım eder. İşte bu noktada derginin ideolojisini en açık şekliyle görebiliriz. Mc Robbie'nin de ifade ettiği gibi, son sayfa olan problem sayfası tüm fikirleri ve diğer bölümlerdeki ağırlıklı değeri okura

kavratır, ancak bu sefer siyah ve beyaz ayrımı içinde ve açıkça yapar.

Moda ve güzellik şifresi ise genç kızları yetenek, sabır ve öğrenme gerektiren bir iş gibi, kadınsılığın ifade edilebileceği önemli alanlarda kullanılabilecek makyaj ve giyim konularında yüreklendirir. Mc Robbie'ye göre "mesaj açıktır: genç kızlar için dış görünüş en önemli şeylerden biridir ve öyle bir şekilde düzenlenmelidir ki hem sevgiliyi hem de patronu memnun etsin ve her ikisinin otoritesine de tehdit oluşturmasın."

Son şifre olan pop müzik şifresinin konusu, müzik yapmak ya da pop müziğe olan ilgiyi geliştirmek değildir. Bu şifrede de, romans şifresinde olduğu gibi, okurlara duygu seline kendilerini kaptırmaları için fırsat verilir. Ancak bu sefer sevgili yerine pop-yıldızı figürü kullanılır. Ve genç kızlar onlara bakmaya ve onları dinlemeye davet edilir.

Sonuç olarak Mc Robbie "Jackie"nin işlevinin kadın dünyasını yansıtmak ve esasında bu dünyanın sınırlarını çizmek olduğunu söylüyor. Yani kızlara, nasıl davranmaları gerektiği ve başkalarının onlardan ne beklediği söylenir. Ayrıca mutlu olabilmeleri için doğru erkeği bulup onunla aşk yaşamaları gerektiği ifade edilir; gerisi (diğer kızlarla arkadaşlıkları dahil) bunun için hazırlık ya da halledilmesi gereken sorunları içerir.

Mc Robbie 1990'lardaki yazılarında, Jackie'nin kaybolan popülaritesini ve genç kızlara yönelik olarak çıkan yeni dergileri ("Just Seventeen", "Mizz" gibi) değerlendirir ve bunu yaparken de moda, pop müzik ve feminist hareketin etkilediği davranış şekillerine değinir.

"Just Seventeen, 12-16 yaş grubu genç kızların en çok okuduğu dergi olarak, 'Jackie'nin yerini ele geçirmiştir. Eğer dergiyi yakından incelerseniz, bu derginin geçmişteki diğer dergilerden ne kadar farklı olduğunu hemen anlarsınız. En çarpıcı farklılık ise genç kızların artık romans kurbanları olarak görülme-

meleridir... Artık genç kız, arkadaşlarına güvenmemezlik etmez. Çünkü onlar, artık bir tehlike oluşturmazlar... Aslında o artık yoktur, çünkü resimli aşk romanı gibi haftanın üç ya da dört günü (onun) görünebileceği hikaye tarzı da artık yoktur. Yani, bu dergide romans yoktur. Dergide aşk, seks ve erkekler yer alıyor; ancak geleneksel kalıplar içinde şifrelenmiş ve yalnızca erkeğe bağımlı kadın gibi konular üretebilen romans hikayeleri artık ebediyen sona erdi."

Janice Winship'e göre, sadece kadın dergilerini ortadan kaldırmak demek, bu dergileri her hafta alıp okuyan milyonlarca kadının hayatını mahvetmek demektir. Ona göre, feminist kültürel çalışmalar 'cezbetme' ve 'reddetme'nin diyalektiğini incelemelidir. Winship konuyu şu şekilde açıyor:

"Kadın dergilerindeki pek çok kadın görünüşü, hala kurtulmaya çabaladığımız ikinci sınıf konumumuza tuz biber ekiyor. Aynı zamanda giyim, hem kadın olma zevkinin kaynağıdır (erkek olmanın değil) hem de kısmen de olsa gelecekteki feminist vizyon için ana kaynak niteliğindedir... Bu yüzden, kadın dergilerinin feministler için ortaya atacağı soru, özgür ve sınırsız imajlarını yaratmak için kadın özelliklerinin sorumluluğunu ne şekilde alacaklarıdır?"

Winship'in projesinin amacı, dergi yapısının çekiciliğini açıklamak ve onun sınırlamalarını ve değişim potansiyelini eleştirel olarak ele almaktır. 18. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmaya başlayan kadın dergileri, okurlarına her zaman tavsiye metinleri ve eğlence sunmuştur. Zamanın politikalarına aldırmayarak yayınlarına devam etmiş ve okurların, erkek egemen kültür içerisinde varlıklarını nasıl sürdürecekleriyle ilgili pratik tavsiyeler vermeyi sürdürmüştür. Bu süreç, belki de "Spare Rib" gibi feminist bir politika ya da "Woman's Own" örneğinde olduğu gibi zorlukları aşan mücadeleci kadınların hikayeleriyle ilgilenen

dergi formlarında olmuştur. Politikalar belki değişiktir; fakat hikaye yapısı hep aynı olmuştur.

Kadın dergilerinin, okurlarını eğlence sayfaları ve faydalı tavsiyelerle kendisine çektiğini söylemiştik. Winship'e göre bu çekim, çeşitli kurgulamalar çerçevesinde düzenlenir; yani, reklamların görsel kurguları ya da moda, mutfak, aile, ev üzerine konular vb. Ayrıca görsel kurgulamalar da vardır: romantik diziler, beş-dakikalık öyküler vb. Son olarak da ünlüler hakkında hikayeler ya da sıradan kadın ve erkeklerin hayatlarından kesitler yer alır. Her bir bölüm, kendi açısından, okuru magazin dünyasına, dolayısıyla da tüketim olgusuna çekmeye çalışır. Bununla birlikte, derginin zevki tamamen satın almaya bağlı değildir. Winship, sıcak bir yaz günü bir dergi reklamından ne kadar çok zevk aldığını hatırladığını söylüyor. Bu reklamda bir kadın, okyanusa dalıyor ve bu okyanusun devamı banyo küvetine varıyor. Yani onun aldığı keyif satın almayla ilgili değildir. Winship'e göre, her ne kadar hayal ürünü ve yanlış olduğunu bilsek de, reklamlarda kullanılan ve bizim de dolaylı olarak kurgusuna kendimizi kaptırdığımız "rüya dilini" tanıyor ve ondan zevk alabiliyoruz. Dergi reklamları da, dergiler gibi, hayali bir alan (rüya alanı) sağlar.

Kadın dergilerindeki reklam, makale, moda, ev dekorasyonu, mutfak ve makyaj bölümlerinde pazarlanan asıl konu başarılı, dolayısıyla da zevkli ve keyifli bir kadınlık konusudur. Yani şu pratik önerileri izle, şu ürünü dene ve daha iyi bir sevgili, daha iyi bir anne ve daha iyi bir kadın ol. Feminist bir bakış açısıyla bakıldığında asıl sorun ise, egemen toplumsal ve kültürel yapının ve kısıtlamaların dışında var olan ve kendi ayakları üzerinde durmaya çalışan kadın bireyi çevreleyen problemlerdir.

Kadın dergileri ayrıca kadınların 'kurgusal ortaklığı'nı da oluşturur. Bu durum, hem bazı yazarların "biz" kelimesindeki ısrarında hem de dergilerin mektup bölümündeki okur - editör

ilişkisinde görülebilir. Burada kadınların sık sık kötümser ve kaderci bakışın karışımı içinde dünyayı anlayabilme çabalarına tanık oluyoruz. Winship'e göre bu çaba, kadınların bireysel alanlarındaki ideolojik sınırlarına ve toplumsal olaylardaki güçsüz, hakimiyetsiz konumuna bir işarettir. "Trajediyi yenmek" diye adlandırılan hikaye konularında olduğu gibi, okur mektupları ile editörün cevapları ilişkisi çoğu zaman bireysel çözüm için derin bir bağlantıdır. Her ikisinde de aynı mesaj vardır: bireysel çaba tüm güçlüklerin üstesinden gelecektir. Burada okur, hayran kitlesi olarak sorgulanır ve yaşadığı problemler onların sürdürebileceği bağlam içine konur. Aynı şey aşağı yukarı, kısa hikayeler için de geçerlidir. Bu iki farklı kurguyu (hikayeler ve mektup köşesi) birleştiren ise her ikisindeki bireysel başarının duygusal ve psikolojik zaferler olmasıdır. Bu durum, çeşitli açılardan, dergilerin hayal ettiği toplumun varlığının sürekliliği için esastır. Çünkü duygusallıktan duygusal olmayan duruma geçiş, sınıf ve ırk unsurlarının bölücü özellikleriyle karşılaşma riskinin ortaya çıkması demektir.

"Bu yüzden, 'biz kadınlar' duygusunu yansıtan kadın dergilerinin yapısı içinde çeşitli farklı kültürel gruplar yer alır. Ancak dergi içindeki 'biz' ve 'bizim dünyamız' duygu ve görüşü, sürekli olarak bu bölünmeleri kırarak bütünlük ifadesini yaratır. Dergi dışında ise, okur okuduğu dergiye yakınlaştığı zaman, artık örneğin Esther Rantzen'in ve o türün 'arkadaşları' değildir; dergi sürdüğü sürece her zaman bir armağan ve güvence veren bir rüya niteliğinde olmuştur."

Bu durum, derginin problem sayfasında daha açıktır. Buradaki problemler her ne kadar bireysel olsa ve dolayısıyla bireysel çözümleri gerektirse de, Winship'e göre kadın, "eğer sosyal terimlerle bireysel yaşamları açıklayan bilgi kaynaklarına ulaşamaz ise.... problemi çözmek için kadına yüklenen vazife göz korkutucu olabilecek ya da... yalnızca zarar verici, işleri boza-

cak olan bir çözüme götürecektir". Winship, örnek olarak eşinin cinsel geçmişini unutamayan ve affedemeyen bir koca hakkındaki mektubu gösteriyor. Winship'in de belirttiği bireysel çözüm, cinsel çifte standardın sosyal ve kültürel mirasının hakkından gelerek başlayamaz. Aksi taktirde rol yapmak yanlış yönlendirme olacaktır.

"Dergilerdeki 'Güzin Ablalar', kendilerine yazan kadınlara arkadaş gibi davranarak onları sayfalarında biraraya getirirler. Ancak bunu yaparken de kadınlara, ortak sosyal şartlarının acıklı tarihçesini gösterecek olan bilgiyi sunmazlar; bunun yerine onları, aslında birlik içinde gerçekleştirebilecekleri çözümleri, tek başlarına uygulamaları için teşvik ederler."

Görsel Kültürü Okumak

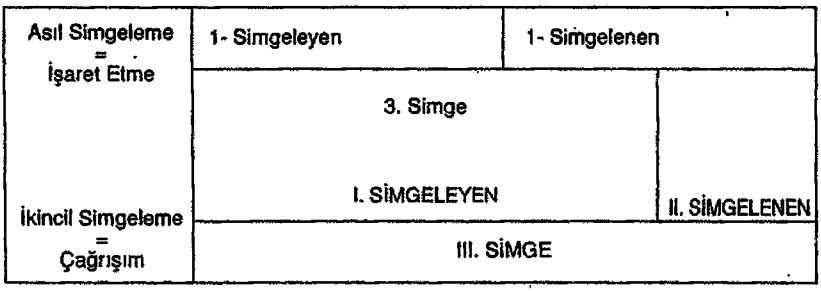
Dergi ve gazete sayfaları sadece yazıdan ibaret değildir. Bunun yanı sıra fotoğraflar, resimler ve hemen her sayfada görülen reklamlar da gazete ve dergilerin popülaritesine önemli katkda bulunurlar. Şühesiz kültürel çalışmalar kapsamındaki popüler görsel kültür üzerine yapılan en etkili çalışmalar Fransız kültür kuramcısı Roland Barthes'e aittir.

Barthes'in yaptığı çalışmaların amacı, metinlerdeki çoğu zaman üstü kapalı olarak kalmış noktaları açık hale getirmektir. Onun temel prensibi ise "hata sonucu belirgin" olanı sorgulamaktır. "Mythologies" kitabının 1957 basımının önsözünde de belirttiği gibi Barthes, doğayı ve tarihi her yerde karmakarışık olarak görmekten kızgın olduğunu ve kendi fikrine göre orada gizlenmiş olan ideolojik istismarın peşine düşerek yakalamak istiyor.

Barthes'in ilk çalışmaları, anlamın üretilip devreye sokulmasına aracılık eden simgeleştirme süreciyle ilgilidir. Ayrıca Barthes, Saussure'un dilbilim modelini (bkz. bölüm 4) kullanarak Fransız popüler kültürünün metinlerini analiz eder. Bunun için

önce Saussure'un simgeleyen + simgelenen = simge formülünü alır ve sonra buna ikinci simgeleme düzeyini ekler. Dördüncü bölüme dönecek olursak; simgeleyen "kedi" kelimesi "simgelenen" kediyi üretiyor ve buna asıl simgeleme deniyordu. Bu formül içinde üretilen kedi simgesi, simgelemenin ikinci düzeyinde "simgeleyen kedi" haline gelebiliyordu. Bunun sonucunda da ikincil düzeyde "simgelenen kedi" üretiyordu: 'kötü niyetle dekikodu yapan kadın' (Collins English Dictionary). Şekil 3'teki şemada görüldüğü gibi asıl simgelemenin simgesi, ikincil simgelemenin simgeleyeni haline geliyor. Barthes, "Elements of Semiology" kitabında (1967), bunların yerine bize daha yakın kelimeler olan "belirtme" ya da "işaret etme" (asıl simgeleme kavramının yerine) ve "çağrıştırma" (ikincil simgelemenin yerine) gibi terimleri kullanmaya başlar.

Şekil-3



Barthes'in iddiasına göre, 'mit' olarak isimlendirdiği şeyin yaratıldığı ve tüketim için kullanıma hazır hale getirildiği yer 'ikincil simgeleme', yani 'işaret etme' düzeyidir. Barthes'in 'mit' sözcüğü ile ifade etmek istediği bir tür ideolojidir. Bu ideoloji, toplumdaki egemen kesimin değerlerini ve çıkarlarını aktif olarak yükselten ve koruyan fikir ve pratikler olarak anlaşılmaktadır. Barthes'in ikincil simgeleme ile ilgili çalışma örneklerinin en ünlüsü belki de "Paris Match" (1955) kapağından alı-

nanıdır. Aşağıda Barthes bu kapak sayfasıyla nasıl karşılaştığını açıklıyor:

"Berberde oturduğum sırada bana Paris Match dergisini önerdiler. Kapağında Fransız üniforması içinde genç bir zenci, kalkık ve muhtemelen Fransız bayrağının üç renkten oluşan katlarına odaklanmış gözleriyle selam çakıyordu. Resmin anlamı buydu. Ancak toyca olsa da olmasa da onun neyi simgelediğini anladım: simgelenen, tüm şarkıları, ırk ayrımının dışına çıkması ve sadakatle bayrağına hizmet etmesiyle Büyük Fransa idi. Üstelik sömürgecilik olarak iddia edileni kötüleyen kimselere karşı da bu resimden daha iyi bir yanıt olamazdı. Dolayısıyla muhteşem bir işaretbilim sistemiyle karşı karşıya idim: bir önceki sistem ile birlikte çoktan oluşturulmuş bir "simgeleyen" (Fransız selamı veren zenci), bir "simgelenen" (Fransızlığın ve askerliğin maksatlı karışımı) ve son olarak simgeleyenin aracılığıyla simgelenenin varlığı."

Asıl simgeleme seviyesinde bu resim, Fransız bayrağını selamlayan zenci asker imajını verirken; ikincil simgeleme düzeyinde Paris Match dergisinin Fransız sömürgeciliği için olumlu bir imaj yaratma çabasını sergilemektedir.

Barthes, "The Photographic Message" (1977) adlı eserinde yaklaşımlarını genişletir. Artık yayın ilişkileri de önemlidir. Mesela, eğer bu bahsedilen resim sosyalist bir derginin kapağında yer alsaydı, onun ikincil simgelemesi (yapacağı çağrışım) farklı olacaktı: okurlar buradaki ironiyi arayacaklardı ve Paris Match'te olduğu gibi Fransız emperyalizminin olumlu imajını temsil etmeyecek, bunun yerine sömürünün ve dayatmanın simgesi olacak idi. Üstelik Paris Match'i okuyan bir sosyalist de, kapakta, Fransız sömürgeciliğinin 1946-54 Vietnam ve 1954-62 Cezayir yenilgisi sonucundaki genel tarihsel bağlamında, Fransız emperyalizmine olumlu bir imaj kazandırmak için yapılan

umutsuz bir çaba görecektir. Bütün bunlara rağmen Barthes, bu imajın ardındaki niyet konusunda açıktır:

"Mitin emir veren ve dayatan bir yapısı vardır... ve hem fiziksel hem de resmi bir dönem anlayışını sona erdirir. Fransız emperyalizmi, selam veren zenci askeri simgeleyici bir araç olmaktan başka bir biçimde ele almıyor; yani zenci aniden bana Fransız sömürgeciliğinin adıyla sesleniyor, ancak aynı zamanda zencinin selamı bulanıklaşıyor, cam gibi oluyor ve Fransız sömürgeciliğini yerleştirmeyi ifade eden sonsuz, sınırsız referans içinde donup buzlaşıyor."

Barthes, imajın okunup çözümlenebileceği 3 olası okuma (çözümleme) pozisyonu tasavvur eder. İlki, selam veren zenciyi Fransız emperyalizminin bir örneği ve simgesi olarak görmek (bu böyle mitleri üretenlerin konumudur); ikincisi, Fransız emperyalizminin kendini savunma delili olarak görmek (bu sosyalist okurların konumudur); üçüncüsü ise mit okuru olarak görmektir. Üçüncü okur, kapak resmini diğerlerinde olduğu gibi bir sembol, örnek ya da savunma kanıtı olarak görmez; ona göre siyah askerin selamı, en basitinden Fransız sömürgeciliğinin var olduğuna işarettir. Tüm bunların dışında elbette bir de dördüncü okuma pozisyonu (Barthes'inki) vardır: mitolojist konum. Bu konum Barthes'in "yapısal tasvir" dediği şeyi üretir. Amacı, imajların ideolojik üretim araçlarını ve tarihi doğaya dönüştürme biçimini-siyah askerin Fransız emperyalizmini anımsatan bir simgeye dönüşmesi gibi - belirlemek ve böylece tartışmanın söz konusu olmayacağı bir durum yaratmaktır (durum o kadar açık ki, birinin varlığı diğerinin varlığına kanıttır). Böylelikle siyah Fransız askeri ile Fransız emperyalizmi arasındaki ilişki doğallaştırılmış olur. Barthes konuyu şöyle açıyor:

"Okurun, 'mit'i masumane tüketmesine müsaade eden, onun 'mit'i semiyolojik (işaretbilimsel) bir sistem olarak değil de, tümevarımsal bir sistem olarak algılamasıdır. Denkliğin olduğu

yerde, okur bir tür nedensel süreç görür: onun gözünde simgeleyenin simgelenen ile doğal bir ilişkisi vardır. Bu karışıklık, başka türlü de açıklanabilir: değerler sistemi içindeki herhangi bir işaretbilimsel (semiyolojik) sistem. Bu anda mit tüketicisi, gerçekler sistemi için simgelemeyi alır; mit artık semiyolojik bir sistem olsa da gerçek bir sistem olarak okunur."

Yine Barthes'e göre, semiyolojinin öğrettiği, 'mit'in, tarihi amaca doğal bir mazeret verme ve olasılıkları sınırsızlaştırma görevine sahip olduğudur... 'Mit', tarihsel nitelikteki şeylerin kaybından oluşturulur: içindeki şeyler bir zamanlar kendilerini yarattıkları konusundaki anıları unuturlar. Selam veren siyah asker imajından yok edilmek istenen şey şudur:

"Tek kelimeyle ifade edersek sömürgeciliğin 'uydurulmuş' niteliğinin tarihsel olabilirliğidir. 'Mitler' bazı şeyleri inkar etmez. Tersine mitin işlevi onlar hakkında konuşmak, onları saflaştırmak, masumlaştırmak ve onlara açıklık kazandırmaktır. Bu açıklık, anlatma sonucunda değil, gerçeğin ifadesi sonucunda ortaya çıkan açıklıktır. Eğer ben, Fransız sömürgeciliği gerçeği hakkında açıklama yapmadan bu gerçeği beyan edersem, bu yaptığım, bunun doğal olduğu ve söze gerek duymadan devam ettiği bulgusuna ulaşmak olur.... Tarihten doğaya geçişte mitler ekonomik (tutumlu) hareket ederler. İnsan davranışlarının karmaşıklığını ortadan kaldırır; derinliği olmamasından dolayı çelişkileri barındırmayan, açık ve aşikar bir dünya yaratır ve şeylerin, kendi kendilerine birşeylerin anlamını ifade etmek için ortaya çıktıkları mutluluk içinde bir açıklık ve belirginlik oluştururlar."

İmajlar, nadiren, bir türün ya da başka bir türün dilbilimsel metninin refakatı olmadan ortaya çıkarlar. Örneğin bir gazete fotoğrafının etrafında bir başlık, manşet, hikaye ve sayfanın genel düzeni olacaktır. Bunun yanı sıra fotoğraf, daha önce ifade ettiğimiz gibi, belli bir gazete ya da derginin içinde yer alacak-

tır. Bununla beraber, "Daily Mail" gazetesinin düzeni ile "Socialist Worker"ın düzeni farklıdır. Bu gazete düzeninin oluşmasında, okurların istek ve beklentilerinin de etkisi vardır. Barthes, bu tür metinlerin imajını kültürel, ahlaki ve imgesel yüklerle doldurduğunu ileri sürüyor. İmaj aslında metni aydınlatmaz; imajın çağrışım potansiyelini ayrıntılı açıklayan metindir. Barthes, bu sürece "aktarım" diyor. İmaj ve metin ilişkisi elbette başka yollarla da işleyebilir. Mesela metin, fotoğrafın çağrışımlarını anlatmak yerine, yeni bir "simgelenen" yaratabilir; bu simgelenen, daha çok işaret edilmiş olarak ortaya çıkmak için geçmişi de kapsayacak biçimde, metinde yaratılan imaja yansıtılır. Örneğin, filmde büyük bir servet kaybeden kahramanı oynayan Hollywood aktörünün, filmin promosyonu için 1994'te çektirdiği tanıtım fotoğrafları, aynı zamanda bir gazetede yakın bir arkadaşının ölümü haberinde de kullanılabilir. Bunun için fotoğrafa yeni bir başlık yazılır: "kokain arkadaşımı öldürdü". Bu başlık, yaratılan imaj içinde kan ağlatıcı olacak ve kayıp, umutsuzluk ve Hollywood'da uyuşturucu kullanımı ile ilgili çeşitli düşünceler yaratacaktır. Barthes, bu süreci 'demir atma' olarak adlandırır. Film yıldızının fotoğraflarından çıkan çeşitli anlam örneklerinin ortaya koyduğu simgelerin çok anlamlılığı, birden fazla simgeleme için yeterli kapasitedir. Dilbilimsel metnin katkısı olmadan, yaratılan imajın anlamını açıklayabilmek zordur. Dilbilimsel mesaj iki şekilde çalışır. İlk olarak, imajın işaret edici anlamını bulması için okura yardım eder. Bu, düşünceli görünen bir film yıldızıdır. Sonra, imajın yarattığı çağrışımların hızla çoğalma potansiyelini sınırlar. Bu da, en yakın arkadaşının aşırı dozda uyuşturucu alıp ölmesi yüzünden düşüncelere dalan film yıldızıdır. Dolayısıyla film yıldızı, Hollywood'da uyuşturucu ilaçların rolünü düşünür. Ayrıca okuru, çağrışımsal anlamın aslında belirtme (işaret etme) düzeyinde var olduğu konusunda ikna etmeye çalışır.

Belirtme düzeyinden çağrışım düzeyine hareketi mümkün kılan, sosyal bilginin deposu olan kültürel birikimdir. Bu birikim içinde okur, imajı gördüğü ya da okuduğu anda çizebilir. Ortak şifreye ulaşılamazsa çağrışım süreci mümkün olmaz. Ve elbette bu tür bir bilgi, daima tarihsel ve kültürel olacak; bir kültürden diğerine ve bir dönemden diğerine farklılaşacaktır. Kültürel farklılık ayrıca sınıf, ırk ve cinsiyet farklarını da içirir. Bununla birlikte Barthes'in de belirttiği gibi, imaj okumasındaki çeşitlilik kural tanımaz; yani ulusallık, pratiklik, estetiklik ve kültür üzerine çeşitli bilgilere göre her an değişebilir. Bu noktada bir kez daha dil ile bir benzerliğe tanık oluyoruz. Yukarıda belirtilen bireysel imaj 'parole'nin, çağrışımların şifresi ise 'langue' (Saussure'un deyimiyle, bkz. bölüm 4)nin bir örneğidir. Anlam üretimini mümkün kılan imaj, üretici ve tüketicilerinin beraberce çizdikleri ortak kültürel şifredir. Öyleyse çağrışımlar sadece imaj yapımcıları tarafından üretilmezler; aynı zamanda varolan ortak kültürel birikim aracılığıyla harekete geçirilirler. Sonuçta ortaya hem kültürel birikimden meydana gelen hem de bazen bu birikime katkıda bulunan bir imaj çıkar. Bununla birlikte kültürel birikim homojen bir blok oluşturmaz. Mitler, daima karşımitlerle karşı karşıya kalırlar. Mesela, pop müziğe referanslar içeren bir imaj, genç izleyicilerin gözünde özgürlüğü ve çok sesliliği temsil ederken; daha yaşlı izleyiciler için boyun eğdirme ve tek seslilik kavramlarını ifade edebilir. Hangi şifrelerin seferber edileceği, geniş anlamda metnin bulunduğu mekanın üçlü bağlamına, tarihselliğe (zamana) ve okurun kültürel oluşumuna bağlıdır.

VI. Bölüm

Popüler Müzik

Hayatımızın gittikçe vazgeçilmez bir parçası olmaya başlayan pop müziği her yerde duyabilmek mümkündür. Eskiden durum bunun tersiydi. Örneğin benim gençliğimde pop müziği ben arayıp bulmak zorundaydım. Şimdi ise nereye gitsek o bizi buluyor. Alışveriş mekanlarında, caddelerde, işte, parkta, kulüp ve barlarda, restoran ve kafelerde, televizyonda, radyoda sık sık onunla karşılaşıyoruz. Üstelik pop müziği, kendi kaset ve CD koleksiyonumuz içinde, konserlerde ve festivallerde dinleyebiliyoruz. Müzik üzerine yaptığımız seçimler, hem benlik bilincimizin gelişmesine hem de müzik endüstrisinin ekomomik koşullarına olumlu katkılarda bulunur. Pop müziğin son zamanlarda kazandığı kültürel ve ekonomik ivme, onu kültürel çalışmaların merkezine daha da yerleştirmiştir.

Popüler Müziğin Ekonomi Politiği

Simon Frith'e göre Frankfurt Okulu'nun öncülerinden olan Theodor Adorno'nun yaptığı çalışma hem kitle kültürünün en sistemli ve ciddi analizidir hem de müzik endüstrisinin seri üretim ürünlerini bir zerre olsun değerli ve önemli görenlere karşı en etkili mücadele noktasıdır. Adorno, 1941'de yayımlanan "On Popular Music" adlı önemli makalesinde popüler müzik üzerine üç önemli iddia ileri sürer. İlkin, ona göre, pop müzik standartlaştırılmıştır; diğer bir deyişle en genel özelliklerinden en özel

olanlara genişlemiştir. Eğer duygusal bir pop müzik ürünü başarılı olursa, standartların belirgin hale gelmesi halinde en son noktasına ulaşarak ticari boyutta sömürülüp tüketilir. Ayrıca popüler bir şarkının incelikleri diğer birinin incelikleriyle değiştirilebilir. Her detayın bütünü ifade ettiği nitelikli müziğin (Beethoven gibi) sistemli yapısının tersine, popüler müziğin yapısı mekaniktir. Çünkü bir şarkıda var olan incelik (detay), diğer şarkılarda da kullanılıp şarkının asıl yapısına hiç dokunulmuyor. Müzik endüstrisi, bu standartlaştırma işlemini gizleyebilmek için, Adorno'nun "sahte bireyselleştirme" olarak ifade ettiği sürece bağlanır. "Hit" şarkıların standartlaştırılmasının amacı dinleyicilerin aynılaştırılmasıdır. Bunun için, onlara seçme hakkı tanınmadan dinleyecekleri müzikler önceden oldukları gibi sunulur gibi yapılır; aslında dayatılır. 'Sahte-bireyselleştirme' kendi çapında, dinleyiciye şu anda dinledikleri şarkıların onlar adına çoktan dinlenildiğini ya da önceden sindirildiğini unutturmak suretiyle onları aynı çizgide tutar.

Adorno'nun ikinci savı, popüler müziğin pasif dinlemeyi yarattığıdır. Kapitalist sistem altında çalışmak sıkıcı olduğundan işten kaçma ihtiyacını yaratır; ancak bu da sıkıcı olacağı için, gerçek kültür yönünde gerçek bir kaçış için hemen hemen hiç enerji kalmaz. Bunun yerine sığınma yeri olarak pop müzik gibi oluşumların peşinden gidilir. Popüler müziğin tüketimi daima pasif ve sonsuz tekerrür içindedir ve dünyayı da olduğu gibi ele alır. Nitelikli müzik ise hayal gücünün yarattığı zevk ve keyif doğrultusunda yapılır ve dünyayı nasıl olabileceği bağlamında ele alır. Pop müzik ofiste ya da bir fabrika koridorunda hayat ile verimsiz, üretkenlikten uzak bir bağlantıdır. İşin verdiği sıkıntı ve gerginlik yüzünden insanlar boş zaman faaliyetleri için çaba sarf etmekten kaçınıyor ve dolayısıyla arzularını doyuracak bir uyarıcıya ihtiyaç duyuyorlar; pop müzik de arzularını doyuruyor.

"Onun uyarımları aynı çabayı sarf etmedeki yetersizlik tarafından karşılanır. Bu, yeniden sıkıcılık demektir; kaçışı imkansız kılan bir kısırdöngü. Bu da insanların farkında olmadan popüler müziğe kaymalarını sağlar. Müziği tanıma anı ise onu eforsuz hissetme anıdır. Bu ona bağlı olarak birdenbire ortaya çıkan dikkat, kendi kendini yok eder ve dinleyiciyi oyalamanın ve dalgınlığın dünyasına gönderir."

Popüler müzik bir tür yılgın (bitkin) diyalektik içinde işlevini görür. Onu tüketmek için oyalayıcılığın ve dalgınlığın ötesinde bir ortam yaratmak gerekir. Zaten pop müzik dinleyen insanda bu iki durum oluşur.

Adorno'nun üçüncü iddiası ise popüler müziğin sosyal bir çimento (güçlendirici) olduğudur. Pop müziğin sosyo- psikolojik işlevi ise müziğin tüketicilerinin günlük hayatın düzenine fiziksel olarak uyumunu gerçekleştirmektir. Bu uyum kitle davranışının sosyo-psikolojik biçiminin iki türünde kendini gösterir: ritmik olarak itaatli tür ve duygusal tür. Birincisi, tüketicinin kendi sömürü ve baskı (zulüm) ritminin oyalaması doğrultusunda işler. İkincisi ise hayatın asıl koşullarından habersiz, duygusal bir sefalete kapılır.

Kültürün ekonomi politiğinin Adorno'nun görüşleriyle çok fazla ortak noktası vardır. Peter Golding ve Graham Murdock'a göre kültürün ekonomi politiği şöyledir:

" Bu ekonomi, popüler müziği de içine alan kamu iletişiminin sembolik ve ekonomik boyutları arasındaki etkileşim üzerine odaklanmıştır. Ve çıkış noktası, kültürel üretimi finanse etme ve düzenlemenin çeşitli yollarının, nasıl halkın görüşü içindeki temsili ve söylem olarak çeşitliliği için ve ayrıca da ona ulaşabilen tüketiciler için iz bırakan sonuçlar yarattığını sergilemektir."

Yukarıdaki "ulaşabilen" (ulaşılabilirlik) sözcüğü, kullanım ve anlam üzerinde öncelikli olarak önemli bir sözcüktür ve görüş içindeki sınırlamaları ortaya koyar (ekonomik boyutta iyi,

sembolik boyutta ise zayıf). Ekonomi politiğin kültürel analiz görüşü, sıklıkla kütürel metin ve pratiklere ulaşabilirlik ve bunların kullanıma hazırlığından daha fazlasını gerektirir. Ekonomi politik nadiren, bu metin ve pratiklerin metinsel olarak ne anlama gelebileceği veya tüketim sürecinde ne anlamda kullanılacağı yaklaşımını destekler. Golding ve Murdock'ın da ifade ettiği gibi, kültürel çalışmalar kapsamında metin yorumları ile medya kullanımını hızlı bir sosyal ortam içinde uzlaştırmaya odaklanan en son tüketici faaliyet çalışmalarının tersine; eleştirel ekonomi politik, insanların verdiği tepkilerdeki çeşitliliği, ekonomik sistem içindeki genel yerleriyle ilişkilendirmeye çalışır. Yani, tüketicilerin uzlaşmaları ekonomik güç oyunundaki sahte ve gerçekdışı bir harekettir. Her ne kadar kendi ekonomik belirleyici alanları kapsamında popüler müziğin metin ve pratiklerini yerleştirmek açıkça önemli olsa da, bunu yapmak ve de tüketicilerin uygunluğu ve kullanımı hakkındaki sorunları analiz etmek yeterli olmayacaktır. Ekonomi politik olumlu amaçlara sahip olmasına rağmen, ekonomideki her şeyi yıkıp yok etme tehdidinde bulunur.[1]

Ekonomi politik, yaklaşımını özel olarak müzik endüstrisinin gücü üzerine odaklar. Leon Rosselson'un savı buna tipik bir örnektir.

"Müzik dünyası, diğer icra sanatlarından daha fazla, para babalarının ve öte yandan medyanın ahlaki sansürünün hakimiyeti altındadır. Diğer seslerin kendilerini duyurması çok zor, hatta şu anda (1979'da) olduğu gibi imkansızdır. Şarkıların özgürce sunulduğu yanılsamasını yaşıyoruz... gerçek, şarkıların büyük iş organizasyonlarının özel mülkü olduğudur."

Müzik endüstrisinin, ürettiği ürünlerin kullanım değerini belirlediği varsayılıyor. En iyi durum tüketicinin kendisine sunulanı pasifçe tüketmesi; en kötüsü ise tükettiği müzik türü tarafından ideolojik olarak yönlendirilen bir enayi olmasıdır. Örneğin

Rosselson'a göre müzik endüstrisi, dinleyiciye ondan dinlemesini istetmek istediğini verir. Yani birşeyin nasıl üretildiği, onun tüketim biçimini belirler. Müzik endüstrisi kapitalist bir endüstridir. Bu yüzden ürettiği ürünler kapitalist ürünlerdir. Yani bu ideolojinin mağdurlarıdır.

Rosselson, halk müziğinin kapitalizm öncesine dayanan kökeni ve ticari olmayan ürünlerinden dolayı, kapitalist müzik endüstrisinin popüler müziğin alternatifi olduğunu iddia eder. Ona göre pop müzik yaşanılan, sevilen ve çalışılan dünya hakkında önemli, değerli ve kalpten birşeyler söyleyemez. Halk müziği, bunu yapabildiği için halkın gerçek müziğidir. Rosselson bunları nereden mi biliyor? "The Sunday Times" gazetesinin düzenlediği yarışmadan:

"The Sunday Times, bir spor efsanesi için yazılan en iyi şarkı adlı bir müzik yarışması düzenlediğinde kabul edilen binlerce başvuru ve şarkı arasında hiçbiri ne bir 'Rock' şarkısı sözünü ne de bir pop baladını kullanmıştır. Tersine, bunların dörtte üçü halk ya da 'protest' baladı olarak tanımlanabilecek (genel bağlamda) şarkı sözlerini kullanmıştır... Açıkça görülen şudur ki, insanlar gençlik aşkı dışındaki herhangi bir konuda kendilerini ifade etme ihtiyacı duyduklarında, rock ve pop müziğin sözleri içinde uygun bir ortam ve ortak bir duygu bulamıyorlar. Halk geleneği her şeye rağmen hala halkın duygularının tek tercümanıdır."

Elbette kimilerinin, The Sunday Times'ı okumanın ve halk müziği kulüplerinde dinleyici olmanın, her ne kadar birbirleriyle örtüşse de, tam anlamıyla yeterli bir 'halk' tanımını sağlayıp sağlayamayacağı konusunda şüpheleri olabilir. Bu da doğaldır.

Hiç şüphesiz müzik endüstrisi muazzam bir ekonomik ve kültürel güce sahiptir. Ama acaba tüketicinin kesin güçsüzlüğü buradan mı kaynaklanıyor? Simon Frith'in belirttiği gibi, piyasaya sürülen tüm kaset ve CD'lerden yalnızca (yaklaşık) yüzde

onu para kazandırmaktadır. Müzik endüstrisi, pasif bir pazara dayatmada bulunmaktan ziyade, dinleyicilerin müzik zevklerini kontrol etmekte zorlanıyor. Çünkü daima, ürünün değişim değeri (ekonomik değer) ile kullanım değeri (kültürel değer) arasında bir fark bulunuyor. Müzik endüstrisi, bunlardan birincisini kontrol edebiliyor; ancak ikincisini yaratan tüketiciler oluyor.

Kapitalist tüketim ilişkilerine saldırıda bulunan ahlaki ve karamsar solcular bir noktayı gözden kaçırıyorlar: kapitalist sistemin yıkılmasını geçerli kılacak olan kapitalist üretim ilişkileridir, tüketicinin kapitalist pazar içindeki seçimi değil. Ahlaki solcular kendilerini elit kesimin tepkisel bir söylemi olan 'daha çok nicelik, daha az niteliktir' in tuzağına kaptırmışlardır. Buna ek olarak Terry Lovell şunları söylüyor:

"Popüler kültürün yarattığı ürünler (popüler müzik de dahil) onu kullanan ve satın alan bireyler için, onu üretip satan kapitalistlerden farklı bir kullanım değerine sahiptir. İnsanların bu insan yapımı kültürel ürünleri satın almadaki amaçları, burjuva ideolojisine mahkum olmak değil, çeşitli istek ve arzularını doyurmaktır; bu istek ve arzuların varlığı ancak analiz ve inceleme işlemlerinin yokluğunda tahmin edilebilir. Kültürel ürünün tüketicisi için, kullanım değerinin bir burjuva ideolojisi olarak kapitalizme faydalarıyla beraber var olabilmesinin bile garantisi yoktur."

Kültür endüstrilerinin gücü ile bu gücün yaratacağı etkinin gücünü birbirinden ayırmak gerekir. Bu ikisi çok sıkça tek bir konu gibi görülüyor; halbuki gerektiği kadar aynılık göstermezler. Kültürel yaklaşımın ekonomi politiğinin de sorunu bu ikisini aynı olarak varsaymasıdır. Örneğin 'EMI', şüphesiz kapitalist sistem içinde ticaret yapan uluslararası ve güçlü bir kaset/plak şirketidir. Ancak EMI de acaba kapitalist sistemin mağduru olarak görülebilir mi? Yani, EMI'nin kasetlerini alanlar ya da EMI'nin şarkıcılarının canlı kayıt ve performanslarını seyret-

mek için para ödeyenler, sonuçta kapitalist ideolojiyi alıp EMI tarafından enayi yerine mi konuyorlar ya da yine EMI tarafından, ürünlerine daha çok para harcayacak ve daha çok kapitalist ideolojiyi satın alacak biçimde mi programlanıyorlar? Bu yaklaşımın problemi, insanlar kapitalist ürünleri kullanım değeri üzerinden tüketme eğilimi içindeyken, kapitalizmin değişim değeri üzerinden ürünler ürettiğini kesin olarak kabul etmekteki başarısızlığıdır. Ürünler sembolik önemleri üzerinden değer kazanırlar. Tüketim ise aktif, yaratıcı ve üretken bir süreçtir ve ilgili olduğu konu eğlence, kimlik ve anlam üretimidir. Aslında, denebilir ki paralel akış içinde işleyen iki ekonomi vardır: bunlardan her biri sadece diğeri incelenerek anlışılamaz.

Durum, belli sermaye grupları ile tüm kapitalist sistem arasındaki gerilim noktasında, daha da karmaşık hale geliyor. Ortak sınıf çıkarları-eğer belli kısıtlamalar ve sansür uygulanmazsa-artı değer peşindeki belli sermaye gruplarının çıkarlarında ikinci yeri alır.

"Eğer artı - değer egemen ideoloji ile mücadele eden ve hatta onu yıkan kültür ürünlerinin üretiminden çıkarılabilir ise, bundan sonra ona eşit olan diğerleri de bu tür ürünlerin üretimine yatırım amacıyla belirli sermaye gruplarının çıkarları içinde olacaktır. Kolektif sınıf kısıtlamaları uygulanmadığı zaman, bireysel kapitalistlerin artı - değer arayışı kapitalizmin çıkarlarına karşı olan kültürel üretim formlarına yol açabilecektir."

Bu olasılığı araştırmak, üretime karşıt olarak var olan tüketime ayrıntılı biçimde odaklanmayı gerektirecektir. Bu, 'kültürel yaklaşımın ekonomi politiğinin iddiası olan, tam analiz için teknolojik ve kültürel belirleyiciler göz önüne alınmalıdır' görüşünü inkar etmek anlamına gelmez. Bununla birlikte, şu konuda ısrarcı olmak demektir: eğer odak noktamız tüketim olacaksa, tüketime nasıl yaşanıyorsa o şekilde odaklanmalıyız, verilen üretim ilişkilerinde yaşanması gereken şekliyle değil.

Pasif bir dinleyici kitlesi yaratıp onu yönlendirmenin ötesinde, müzik endüstrisinin çeşitli bölümlerinin yaşaması (ya da ölmesi) aktif üretime cevap verme yeteneğiyle ilintilidir. Frith'in de belirttiği gibi, müzik endüstrisinin sattığı tek bir egemen görüş değil, daha çok içinden yüzlerce çrpışan görüşün geçip gittiği bir aracıdır. Bu görüşleri, ticari bir şekle sokmak için çeşitli girişimlerde bulunulabilir; ancak sonuçta iyi kar elde etmek için gerekli olan, dinleyici kitlesi için yeni ihtiyaçlar yaratıp onları yönlendirmek değil, varolan ihtiyaçları karşılayıp dinleyiciyi tatmin etmektir. Müzik endüstrisi, belki müziğin üretildiği repertuvarı belirleyip kontrol edebilir; fakat asla müziğin nasıl kullanılacağını ve kullanacak olanların ona yükleyeceği anlamları belirleyip kontrol edemez.

Gençlik ve Pop Müzik

Pop - müzik kültürüyle ilgili kültürel çalışmalar, tam anlamıyla Stuart Hall ve Paddy Whannel'in çalışmasıyla başlar. Onlara göre pop -müzik endüstrisinin masum gençleri sömürdüğü görüşü fazlaca basittir. Çünkü dinleyicinin, bir metin ya da pratiği kullanması ile metni üretenin onu kullanması arasında çoğu zaman çelişki vardır. Ve "her ne kadar bu çelişki belirli olarak gençlerin eğlence alanında belirlenmiş olsa da ... aslında kitle eğlencesinin tüm sahasında belli derecede ortak bir çelişkidir". Pop -müzik kültürü- yani şarkılar, konserler, dergiler, festivaller, pop yıldızlarıyla röportajlar, filmler vb.-gençler arasında ortak bir kimlik oluşturmada etkilidir.

"Ticari eğlence pazarının sunduğu kültür, gençlerin duygu ve davranışlarına ayna tutması ve ayni zamanda bu tavrın yansıyabileceği bir ifade edici alan ve semboller bütünü sunması bakımından önemli bir işleve sahiptir. Gençlik kütürü, gerçek olanla imal edilmiş olanın çelişkisel karışımından oluşur: bu alan genç-

ler için kendini ifade, ticari kuruluşlar için ise verimli bir kar alanıdır."

Bunun yanı sıra pop şarkıları için şunlar söylenebilir:

"Pop şarkıları ise duygusal ve cinsel ikilemler içinde boğuşan gençlerin sorunlarını yansıtır. Bu şarkılarda, hayatı doğrudan ve yoğunluğuna yaşamak gerektiği ve güvenli bir yaşam için kesinliği olmayan ve değişebilen duygusal bir dünyaya girilmesi ifade edilir. Bu şarkıların ticaret pazarı için üretilmesi....onların ve yerleştirildikleri konumların belli bir gerçeklikten yoksun oldukları anlamına gelmektedir. Bununla birlikte gerçek duygulara hitap ederler ve kesin olarak gençlerin duygusal sorunlarını yansıtırlar."

Pop - müzik, 'duygusal gerçekçiliği' sergiler: genç kadın ve erkekler bu kolektif ifadelerle kendilerini özdeşleştirip bunları rehber edinirler. Böyle sembolik kurgular bir folklordur ve bu folklor aracılığıyla gençler kısmen de olsa kendi dünyayı algılama biçimini oluşturur ve şekillendirir. Ayrıca Hall ve Whannel gençlerin belli konuşma, giyinme, dans etme şekillerini ve gittikleri belli mekanları da teşhis ederler. Bu noktada gençlerin amacı yetişkinlerle aralarına bir mesafe koymaktır: onlara göre giyim tarzı, küçük bir popüler sanattır ve belirli bir çağdaş tavrı ifade eder; örneğin sosyal uzlaşmazlığın ve asiliğin güçlü bir akımı. Bu araştırma çizgisi, 1970'lerde Stuart Hall'ün yönetimindeki 'Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi' nin çalışması içinde ürün verebilirdi. Ancak burada Hall ve Whannel yaptıkları incelemelerin tüm olasılıklarından geri dönerler. Bunun nedeni, pop - müzik kültürünün işlevselliğine odaklanan antropolojik ve gevşek bir göreceliğin onları beğenilerin (bu beğeniler yeterli midir?), ihtiyaçların (bu ihtiyaçlar sağlıklı mıdır?) ve zevklerin (belki de zevkler genişletilebilir) değerleri ve kaliteleriyle ilgili sorular ortaya atmaları konusunda engelleyeceği endişesini taşımalarıdır.

Hall ve Whannel, pop-müziği uygun olmayan bir biçimde caz müziğiyle kıyaslar. Onlara göre caz hem estetik hem de duygusal açıdan daha zengin bir müziktir. Ayrıca pop-müziğin cazla kıyaslanması klasik müzikle kıyaslanmasından daha iyidir. Çünkü hem pop hem de caz müzik popüler müziklerdir. Pop ve klasik müzik karşılaştırmasında ise popun banalliği ve onu dinleyenlerin düzeylerinin düşüklüğü ele alınacaktır. Hall ve Whannel'in kıyaslaması, özünde herhangi bir farklılığa sahip midir?

"Bu tür kıyasların ardındaki nokta sadece gençleri bozuk parayla çalışan müzik kutusunun yıldızlarından uzak tutmak değil, aynı zamanda onları müziğin ciddi sınırlamalarına ve kısa ömürlü niteliğine karşı uyarmaktır. Böylece sahici ve samimi bir duyarlılık ve duygusal açılım gelişerek müzikten alınan tatları ve zevkleri daha da artıracaktır. Pop müzik hakkında söylenebilecek en kötü söz, onun bayağı ve ahlaki açıdan yoz olduğunu ya da en basitinden, çoğu yönden çok iyi olmadığını belirtmektir."

Altkültürler, Etnografya ve Yapısal Benzeşimler

Yedinci bölümde belirtildiği gibi, altkültürlerin anlamlı kimlikler yaratması tüketim ritüelleri aracılığı ile oluyor (bkz.7.bölüm) Mevcut pazarın kullanıma hazır hale getirdiği malların seçici uygunluğu ve grup kullanımı grup farklılıklarını ve ayrımlarını tanımlamak, belirtmek, yansıtmak ve yankılamak amacıyla beraber çalışmalarda bulunurlar. Hall ve Jefferson 'Resistance through Rituals' adlı kitapta bu süreci değerlendirirler: "Bu şüreçte belirli objelerle uygunluk sağlayan bir grubun üyeleri yer alır, ki bu objeler grup üyelerinin temel değerlerinin tutulup yansıtıldığı odak(sal) ilgiler, faaliyetler, grup yapısı ve kolektif imaj objeleriyle birlikte benzeş hale getirilebilir".

Bu objelerden biri müziktir. Altkültürel müzik dinlemek belki de müziğin en aktif biçimde tüketimidir. Müziğin tüketimi,

bir altkültürün, kendini diğer toplum üyelerinden ayırarak kimliğinin geliştirdiği ve kültürel olarak kendini yenilediği araçlardan biridir. Bu, müzik endüstrisinin gücünü (ekonomik ve kültürel) tanımak amacıyla yapılan bir reddetme süreci değil, bütün ticari popüler kültür alanlarında olduğu gibi, pop - müzik alanının da çelişkilerle dolu olduğunu iddia etmedir. Bu konuda Iain Chambers şöyle diyor:

"Ancak kaset şirketlerinin ticari gücü kabul edildikten, radyonun inandırıcı cazibesi tanındıktan, müzik basınının önerilerine dikkat edilmeye başlandıktan sonra, kaset satın alan, müzik ritminde dans eden ve popun geniş potansiyelini gösteren müzik vuruşlarına göre yaşayan kitle ortaya çıkmıştır."

Altkültürün müzik dinleme şekline ilk dikkat çeken, Amerikalı sosyolog David Riesman olmuştur. 1950' lerdeki yazılarında, pop - müzik dinleyicisinin ne şekilde, bir miktar eleştirisellikten uzak biçimde de olsa gençliğin yetişkin olarak ifade edilmesini kabul eden "çoğunluk" ve içinde asi ve direnişsel temaların kapsamlaştırıldığı "azınlık" grupları olarak ikiye ayrılabileceğine işaret eder. Azınlık grupları her zaman küçüktür ve yaptığı direniş sembolik biçimlidir. Yani:

"Müzik zevkinin ve hükmünün sert ve haşin standartlarında ısrar etme.... isim bantları yerine ticareti ve reklamı olmayan küçük bantların tercih edilmesi; özel bir müzik dilinin gelişmesi ve sonradan bu dilin sorumluluğunu çoğunluk grubu üzerine aldığı zaman bu dilden ayrılmak..."

Bu nedenle bir müzik parçasını tüketmek dünyada varolmanın bir yoludur. Müzik tüketimi, gençlerin başkalarını yargılayıp başkaları tarafından yargılandıkları bir işaret (simge) olarak ele alınır. Altkültür gençliğinin bir parçası olmak, müzik zevkini sergilemek ve bu müziğin tüketiminin müşterek bir yaratım eylemi olduğunu ileri sürmektir. Riesman'a göre topluluğun gerçek ya da hayali olması önemli değildir. Önemli olan, müziğin

ortaklık ve topluluk hissi uyandırmasıdır. Bu topluluk ve ortaklık tüketim hareketi içinde yaratılır: yani, müzik dinlerken kimse yanımızda olmasa da, aslında diğerlerinin hayali olarak bulunduğu bir bağlam vardır ve bu bağlam içinde diğerleri ile bağlantı kurmak için girişimde bulunulur.

Paul Willis 'Profane Culture' adlı kitabında en iyi etnografyanın kuram ve eleştirilerin yapamadığı şeyi başardığını ifade eder. Diğer bir deyişle etnografya insan tecrübesini, onu indirgemeden ve sosyal yapı ve koşulların pasif refleksi haline getirmeden sunabilir; ki bu kuram ve eleştirilerle yapılamayacak bir şeydir. Etnografya aracılığıyla kültür işçisi, Willis'in 'yaşayan kültürün kutsallığa saygısız yaratıcılığı' olarak ifade ettiği kavramı yeniden ortaya çıkarır. Kutsallığa aykırı kültürün temel odağı, baskı altındaki ikinci sınıf ya da azınlık gruplar tarafından kültürün yaratılmasıdır. Bu tür grupların kültür endüstrisi tarafından yönlendirildiğini ifade eden genel görüşe karşı Willis, onların kendi kültürlerinin oluşumunda rollerinin olduğu konusunda ısrarcıdır. Yani onlar, kültürel olarak kandırılmış enayiler değildir: sosyal sistemdeki kurbanlar bunlara karşı fazlaca yığılıp kapitalist medya ve ticari girişim tarafından hükmedilirler. İnsanlar, kültür endüstrisindeki metin ve pratiklerin dönüşümü aracılığıyla (birinci bölümde bu konuyu 'kullanım halinde üretim' olarak tasvir etmiştim) kültürü yaratırlar.

Willis, genel incelemesinin bir parçası olarak iki altkültür grubunun müzik dinlemesi üzerinde çalışmalar yapar: motosikletli gençler ve hippiler. Willis'in temel odak noktası, müziksel seçim ve zevk ile grup yaşamlarının diğer yönleri arasındaki benzeşimleri incelemek idi. Benzeşim üzerine yapılan analizler, esas olarak, belirli metin ve pratiklerin kendi yapı ve içerikleri içinde sosyal gruplarının yapısı, tarzı, özel ilgileri, tavırları ve duygularını karşı karşıya koyup yansıttığı seviyeyi açığa çıkarmasıyla ilgilidir. Homolojik (benzeşim) analizin gayesi belirli

kültürel seçimler ile bunların sosyal grubun kültürel anlamının yapılandırılmasında ne şekilde kullanıldığı arasındaki ilişkiyi incelemektir.

Willis, pop - müziğin motosikletli gençlik kültürünün önemli bir halkası olduğunu keşfetti. Tercihleri 1950'lerin sonlarındaki (bu dönem onlara göre pop - müziğin altın çağıdır) klasik rock'n roll parçaları idi. Müzik seçimleri (onlara dayatılmayan, onların seçtikleri), motosiklet gençliği için gerçek değerdeki şeylere dönmek ve onları yansıtmak için diyalektik kapasiteye sahipti. Müziğin dönüş yaptığı şeyler güvenlik hissi, gerçeklik ve erkeksiliktir. Willis'in teşhisine göre altkültür ve onun müzik tüketiminin arasında 4 benzeşlik vardır: birincisi, müziğin tarihsel bütünlüğünün, çağdaş popüler müzik dinleyicilerinden farkını belirtmek için, tüketimine izin vermesidir. Bu, gruba gerçeklik duygusu vermiştir. İkinci olarak, müziğin, özellikle de Elvis Presley ve Buddy Holly'nin ilk zamanlarının, agresif erkeksiliği güvensiz ve zorlu bir dünyaya karşı fiziksel ve sert tepkisinin mükafatı içinde geçerli kılarken görülmesidir. Böylece müziğin, grupların agresif erkeksiliği sergilemeye bağlılıklarını somutlaştırma kapasitesine sahip olduğu görülüyor. Üçüncü olarak rock-'n roll, yaşam biçimini yansıtan bir müzik hareketi olarak algılanmıştır. Bu müzik, daima motosiklet gençliğinin sınırsız hareketlilik içindeki hayat tarzını ifade etmiştir. Onlar rock'n roll'un hızına ve vuruşundaki belirginliğine tapmışlardır. Dans etme ve hız yapma bu ilişkinin temelidir. Müziğin çarpan ritmi, bu gençlerin hızlı motor sürmeleri için hayali bir ses çizgisi sağlar. Motosikletle hız yapmak, hem müziğin verdiği anlamın hem de bu müzikle yaşamanın bir sonucudur. Dördüncüsü, bu gençler 'single'ları albümlere tercih ederler. Onlara göre bir şarkının 'single' olarak var olmaması onun değersizliğini gösterir. Zihinsel faaliyetlerden çok somut deneyimlere önem veren bir kültür için albüm dinlemek, ciddiyet ve motosiklet gençlerine yabancı

olan müzik bağımlılığına işaret eder. 'Single'lar dinleyiciyi kontrol altına alırken, 'albüm'ler 'somut şimdi'nin gerçekliğinin ötesinde bir bağlılığı belirtir.

Willis'in hippi kültür incelemesi, uyuşturucunun müzik tüketiminde oynadığı aracı rolü açığa çıkarmıştır. Uyuşturucunun, müziğin anlaşılıp kavranma derecesini yükselttiğini herkes bilmektedir. Bu görüşe ek olarak karşı kültürün belli başlı müzisyenlerinin de uyuşturucuya bağımlı yaşadıkları biliniyor. Bu bağlamda uyuşturucu kullanımı, dinleyici ile müzisyen arasında bir bağ olarak görülüyor. Bu, uyuşturucu kullanımının belirli biçiminin bağlamı içinde yapılıp tüketilen belirli tip müziğin üretimi ve kullanımı aracılığıyla ifade edilen bir kültürdür. Ancak deneylerin diyalektik karşılıklı etkisinin halisünasyon yaratan maddelerle biraraya gelmesi ve müzik yapımıyla ilgili deneyler, müziğin anlamsızlığına ezoterik (derin, sembolik) ve çoğu zaman elit anlamda değer verilmesi sonucunu yaratmıştır (buradaki anlamsızlık gençlerin anlamı ve anlamlılığı reddetmesinin sonucudur). İşte hippi kültürünün özündeki sırrı saklayan bu olaydır. Düz yollar dışlanmıştır; çünkü gizli şifreye ulaşabilmek ancak müzik ve uyuşturucunun diyalektik karşılıklı etkisini tecrübe ederek mümkün kılınabilir.

Willis'in bulgularına göre, motosiklet gençliği gibi hippilerin müzik seçimleri de kasıtlı ve bilinçlidir. Tercih ettikleri bu müzik 'progressive rock' olarak adlandırılır. Hippiler, motor gençliği gibi, müziği hız yapmaya eşlik edecek ses çizgisi ya da vücudu dansa bağlayacak bir araç olarak algılamazlar. Onlar için müzik başka bir şey için bir araç değil, kendi başına bizzat bir deneyimdir. Willis'in röportaj yaptığı hippiler durmaksızın çalan bir albümün üç dakikalık 'single'ın aralıklı çıkışlarına sürekli taşmasını tercih ettiklerini ifade ettiler.

Bu iki kültür arasındaki temel fark, motor gençliğinin müzik endüstrisinin sunduğu müzik repertuvarı ile kendi kültürlerini

yaratırken ve bu repertuvara hiçbirşey katmazken; hippi kültürünün bu kültürü yaratacak olan müzisyenleri ortaya çıkarmasıdır. Willis'in röportaj yaptığı birçok kişi ünlü müzisyenleri tanıyor ve diğerleri ile ilişki içinde olmak istiyorlardı. Bir tanesi şöyle diyordu: "Şu anda müziği yaratan bantlar bu hayat tarzından geliyor ve sadece ne düşündüğümüzü yansıtıyor. Bu hayat tarzından geliyor, buradan (bizden) gelişiyor ve de bizim bildiğimiz, yaşadığımaz şeylerle ilişki kuruyor."

Willis, bu iki grubun başarısını alt kültürün kutsallığa aykırı gücünü sergilemelerinde ve kendi anlamlarını yansıtmak için belirli ürünleri ve eserleri dikkatle seçip yaratıcı biçimde geliştirmelerine bağlıyor.

Sözler ve Müzik: Sade Bir Konuşma Dansı

Popüler müzik dediğimizde aklımıza çoğunlukla şarkılar gelir. Ve bu şarkının anlamı ne? diye sorarsak cevabımız muhtemelen şarkının içeriği ile ilgili olacaktır. Ancak bir şarkının anlamı sayfadaki sözlerine indirgenemez. Griel Marcus'un belirttiği gibi, 'sözler anlaşılmak üzere yazılan ifadeler olmaktan önce hissedebileceğimiz seslerdir'. Şarkı sözleri şarkı yapılmak ve söylenmek üzere yazılırlar. Bunu sağlayacak olan şarkıcının performansıdır.

"Şarkılardaki sözler aslında sesin işaretleridirler. Şarkı bir icra işidir; şarkı sözleri de daima sesli söylenir. Ses araçları... sesin yapıları; bunlar duygunun işaretleri ve karakterin göstergeleridir... Pop şarkıları telaffuz edileni değil edilmeyeni över ve pop şarkıcıları değerlendirilirken şarkı sözlerine değil sese bakılır; yani sözlerin etrafındaki gürültüye..."

Sözlerin etrafındaki gürültü - örneğin, doğru kelimeyi bulamayıp günlük dille idare etme-gerçek hissin ve samimiyetin işaretidir. Diğer bir deyişle, duygularını ifade edememe popüler şarkı yazarının samimiyetinin göstergesidir.

Duyguların ifade edilememesine övgünün pek çok biçimi vardır. Frith örnek olarak 'soul' müziği veriyor: soul müziğin en önemli biçimi sarkıcının kullandığı sözsüz ifadelerdir. Mesela, Otis Redding'in " I've been loving you too long" adlı şarkısında işlediği acıyı (muhtemelen bir kaybın acısı) ifade etmek için doğru sözleri kullanma çabasını düşünelim. Yalnız şarkı sözlerine dayalı bir analiz, Redding'in sahne performansındaki duygusal gücü açıklamakta yetersiz kalacaktır.

Bu durum Roland Barthes'in 'sesin mahsulü', 'sesin şarkı söylendiğinde oluşan bedeni' şekillerinde ifade ettiği olayı hatırlatıyor. Barthes, anlamın zulmünden kaçış üzerine yazılar yazmıştır. Müziğin zevki her yerde olagelen birşeyin temsil edilmesinin zevki değil (anlamın yansıması), yapılmakta olanın zevkidir (anlamın yapılıp yaratılması). Yani, müziğin zevki ve gücü duygunun icrasında değil, icranın (performans) duygusundadır. Barthes'in ifadeleri 'plaisir' ve 'jouissance' olarak tanıtılan iki kavram arasındaki farkla ilgili görüşün bir parçasıdır. 'Plaisir' , kültürel zevk ve kimlikle bağlantılı bir zevkin ifadesidir. Bu zevk, geleneğin ve tanımanın zevkidir. 'Jouissance' ise anlamın ötesinde, serbest kalmanın verdiği 'orgazm' anlarına işaret eder. Richard Middleton, Elvis Presley ile çağdaşı Pat Boone arasındaki farkı örnek olarak veriyor.

"Elvis'in şarkı söylemesi, yaptığı vokalin canlı performansı ile dilini ortadan kaldırırken; güvenli bir alternatif olarak sunulan Pat'in müziği sözlerin, melodinin ve tonun belirgin bir yapı içinde kaynaştığı tamamen açık ve net bir anlam yansıtır... Fark edersiniz ki bu her zamankiyle aynı olan bir açıklama değildir. Böylece Pat, seks unsurlarını atarak Elvis'i temizler. Pat'in hayranlarının onu seksi bulma ihtimali ve şüphesi azdır. Aradaki fark, daha çok sekse meydan okuduğu yerdir. Olağandışı bir dereceye kadar Elvis, bilinen kültürel çerçevenin dışında eşsiz, heyecan verici, tehlikeli ve çevirisi yapılamaz bir bireysel bedeni

sunar. Pat'te ise geleneksel görüşlere ve sözcükler ile monoton bir retorik tarafından doldurulan duygu ve düşüncelere bağımlılık, enerjide sınır ve kalıplaşmış bir imaj gözlemlenir. Pat'inki daha güvenlidir; çünkü açık ve çokanlamlılıktan uzaktır."

Middleton'ın tartıştığ konu (Barthes'i izleyerek), Elvis'in performansının şarkıdaki anlamın ötesine geçtiğidir. Ya da başka türlü ifade edersek, Elvis'in performansındaki anlam performansın bizzat içindedir: söylenen şarkının sesi, anlamın kısıtlamasının ötesinde bir önem yaratır. Yani Elvis'in performansı, anlama ve anlamaya bir davet değil, müziğin içinde kaybolmaya ve 'jouissance' ile dolmaya çağrıdır.

Birçok açıdan bu, icra etme ile mesaj arasındaki ayrımdır. Ve bir kimsenin nasıl olup da başka ortamlarda reddedebileceği bir şarkı politikasından belli bir ortamda zevk alacağını açıklamaya yardım eder. Örneğin Simon Frith ve Angela Mc Robbie, erkek egemen ideolojiyi temsil etmesine rağmen Tammy Wynette'in 'stand by your man' şarkısını severler. Kişisel anlamda Barthes'in 'sesin mahsulü' ifadesi, Bob Dylan'ın şarkı söylemesinden (özellikle de 1960 ortalarındaki albümlerinden) aldığım zevki anlamama yardımcı olmuştur. Barthes'i okuyana kadar, bu zevkin, şarkının lirik sözlerinden ve bunların ifadesinden kaynaklandığını düşünüyordum. Ama hiçbir zaman Bob Dylan'ın pek çok plak kapağının, beni neden soğuttuğunu anlayamıyordum. Ve Barthes'in 'sesin mahsulü' ifadesi, sonuçta bana zevkimin asıl kaynağını bulma konusunda çözüm sundu.

Bununla birlikte, 'jouissance'a kavuşmak amacıyla şarkı sözlerindeki anlamı alelacele reddetmek de çeşitli problemler yaratabiliyor. Bu noktada zevke kavuşmanın ve şarkı politalarını görmezden gelmenin tehlikesi vardır. Üstelik, şarkının öneminin, sözlerinin içeriğine indirgenemeyeceğini kabul etmek, tüm sözlerin birlikte atılmasına sebep olmamalıdır.

"Popüler söz yazarları, dilin sıradanlığı üzerinden şarkı sözü

yazarlar. Bu sözlerde, ortak söz ve ifadelerimizin birdenbire kurnaz şakalar ve referanslarla dolduğu görülür. Bob Dylan'dan Ira Gershwin'e iyi söz yazarları ise, sözlü malzemeler ve neşeli klişelerle ortak dil anlayışımıza katkıda bulunurlar. Onların şarkıları sözlerle ilgilidir. Dolayısıyla günlük konuşma rutinlerinin nasıl değişik biçimlerde söylenebileceğini bize gösterirler."

Diğer bir biçimde şöyle de ifade edilebilir:

"Pop şarkılarının sıradan dil kullanımlarını derinleştirme, yoğunlaştırma ve önemli hale getirme gücü vardır. Kullandığımız rutin ve sıradan dil ifadelerine bir fantezi dokunuşu yapar. Pop şarkıları şiir metni olmadıkları ölçüde... pop şarkılarının banalliği genelde aydınlatıcı değil, fakat cesaretlendiricidir. Çünkü her insanın günlük hayatında kullandığı ortak ifadelere duygusal geçerlilik verir. Bizi kuşatan günlük dil birdenbire açık hale gelir - şiir hakkında konuşamasak popüler şarkılar hakkında da konuşamayız."

Dolayısıyla pop - müziğin şarkı sözlerinin varsayılan banalliğinin eleştirisi bu noktayı kaçırıyor. Şarkı sözleri şiir amacıyla yazılmıyor. Pop - müzik, günlük dil kullanımının klişelerini, basmakalıp ifadelerini alıp etkili bir performans ve ses oyunu içinde sahnelendirir. Frith'in yukarıdaki sözlerine yeniden dönersek sonuç, "sade bir konuşma dansı yapmak... sıradan dil kullanımını derinleştirmek, yoğunlaştırmak ve önemli hale getirmektir. Pop şarkıları, kullandığımız rutin ve sıradan dil ifadelerine bir fantezi dokunuşu yapar".

Politika ve Pop Müzik

Üretim, dağıtım, icra, tüketim gibi pop-müziğin değişik oluşum süreçlerine politikanın bulaştığını görebiliyoruz. Olaya sağduyulu yaklaştığımızda politik pop, basit anlamda, politik olan, içinde politik yorumlar ve eleştiriler bulunan bir müziktir. Bu bölümde, bu konuyu açıklamaya çalışacağım.

Politika güçle ilgilidir ve pop müzikte güçlenebilir. Bu konu, uzun zamadır politikacılar tarafından bilinmekte; bu yüzden pop müzik dinleyen kitlelerin parti politikalarına oy veren seçmenler haline getirilmesine çalışılmaktadır. Gençlerin oy potansiyeli pek çok politikacıyı bu müziğe yöneltmiştir. Örneğin 1965'te Harold Wilson'ın Beatles grubuyla ilgilenmesi (aslında yaltaklanması) bu grubun MBE ödülünü almasını sağlamıştır. Robin Denselow'un belirttiği gibi, önceki kampanyalarında Harold Wilson, ücret eşitliği gibi konular üzerinde eğilen, o zamanın bu hoş, zarif, renkli ve güvenli görünüme sahip dağınık saçlı grubun yanı başında piposunu tüttürürken fotoğraflanmaktan çok memnundu. Elbette bu ilişki, 1969'da İngiltere'nin Vietnam Savaşı'nda Amerika'yı desteklemesine tepki olarak John Lennon'un, ödülünü geri iade etmesiyle biraz bozulur gibi oldu. Ancak bu ilişki süresince yapılan müzik politik poptu. Bu türden daha pek çok ilişkiyi gösteren kanıtlar mevcuttur. Örneğin Jimmy Carter'ın Bob Dylan'ı, Ronald Reagan ve Walter Mondale'in Bruce Springsteen'ı kullanmaya çalışmaları, Neil Kinnock'un Tracy Ullman'ın videosunda görünmesi... Bunların hepsi politik popa örnektir.

Politikacılar başka yollarla da pop-müziğe bulaşmışlardır: örneğin sansür taleplerinde bulunarak. 1977'de 'Sex Pistols' grubunun 'God Save The Queen' şarkısını yasaklamak için politik baskı yapılmıştır. Ancak yasaklanan bu şarkı listelerde doğrudan birinci oldu. Diğer ülkelerde sansür daha sert uygulanmaktadır. Mesela demokrasi öncesi Güney Afrika'da tüm şarkı sözleri kayıttan önce resmi kontrolden geçiyordu. Bunlar da politik popun örnekleridir.

Müzisyenler isterlerse pop politik hale gelebir, pop kitlesi de politik seçmenlere dönüşebilir. West Coast rock'ı, ideolojik olarak Vietnam Savaşı karşıtı şarkılar yazmış ve dinleyicilerine alternatif toplumun üyeleri olarak seslenmiştir. Böylece, karşıt

kültür bağlamında, öyle bir savaş karşıtı güçbirliği duygusu oluşup yaygınlaştı ki artık tüm şarkılar bir biçimde savaş karşıtı temalar içeriyordu. Örneğin 'Country Joe' ve 'Fish' in söylediği savaş karşıtı şarkılar, bu grupların diğer şarkılarının da savaş karşıtı gibi görünmesine neden olmuştur. Savaş karşıtlığı karşı kültürün temel ifade biçimiydi: müzik hem alternatif karşı kültürün değer ve emellerini ifade ediyor, hem de bu kültürün gücünü ve etkisini artırıyordu. Bunlar da yine politik popun örneklerindendir.

Bazen durum daha da karmaşıklaşır. Örneğin İrlandalı ünlü U2 grubu 1985'teki Amerika turlarında 'Sunday, Bloody Sunday' (Pazar, Kanlı Pazar) şarkılarının politik görüşünü açıklamak zorunda kaldılar. Buradaki konserlerinden birinde grup elemanlarından Bono, sürekli olarak ateşli biçimde 'savaş, evine dön' sloganına değinen 'İrlanda kökenli Amerikalı'ların anlamsız ve abes politikası' dediği politik görüşe saldırdı. Ve bu şarkının IRA'nın kuruluşunu kutlamak için yazılmadığını söyledi. Buna rağmen, konserdeki seyirci, bu şarkıyı İrlanda Devrimi'nin Amerikan uyarlaması olarak düşünmekte (yani politik pop olarak) kararlı görünmekteydi.

Müzik endüstrisinin kendi politik pop tanımı vardı: satış sınıflaması olarak politik pop. 'Rap' müzik ya da Billy Bragg'in besteleri gibi belli başlı ürünler politik olarak pazarlanırlar. 1960'ın ortalarından itibaren kaset firmaları, kullandıkları politikaların üzerinden rahat para kazanmışlardır. 1968'e gelindiğinde ise karşı kültürün müziği, 'devrimciler Kolombiya'da' gibi sloganlarla pazarlanmaya başlandı. Bu, büyük ölçekli bir işbirliğidir. Diğer yandan tek tek şarkıların pazarlanması daha farklıydı. Çünkü sürekli değişen ve sonu kestirilemeyen pop müzik dünyasında tek tek politik şarkılar (bir hareketten, bir tarzdan ya da kar getiren bir şarkıcıdan alınan), müzik-kaset firmalarının

ele almayı düşünmeyeceği bir alandı. Uluslararası büyük kaset firmaları, evrensel şarkıların ticaretini yaparak kendi kazanç ve çıkarlarını evrenselleştirirler. Uluslararası pazar ilişkilerini dayatan kazanç politikasına göre politik pop şarkılarından kar edilemez; çünkü bu şarkılar aşırı derecede görecelidir. Müzik endüstrisinin perspektifinden bakıldığında, politik pop, finansal olarak çok riskli bir alandır. İçerde bu riskler kırıcı, aşırı fikirsel ve eğlence ile aptal toplumsal yorumlar arasındaki çizgiyi geçen bir yapıya oturabilirken; dışarıda (yurtdışında), dinleyicilerin şarkıda işlenen görüş ve deneyimleri anlayamama ihtimali yüksektir. Kısacası, politik pop finansal olarak riskli bir pazardır.

Politik popun diğer bir tanımı, politik olarak organize edilen müziktir. Eric Clapton'ın 1976'da Enoch Powell'in ırkçılık uyarlamasına destek vermek için şarkı seslendirmesi buna iyi bir örnektir. Pop kapsamındaki hareket, ırkçılık karşıtı şemsiye içinde katılaşmış ve 'Rock Against Racism' (RAR) ismini almıştır. RAR konserler ve festivaller düzenleyen ortak bir organizasyondur. Ve Anti-Nazi Derneği'yle birlikte, organize ırkçı hareketlerin engellenmesi için başarılı çalışmalar yapmıştır. 1980' lerin politik popu 'No Nukes' filminin gösterime girmesi ve 'Musicians United For Safe Energy' üyelerinin eserlerinin üçlü albümde toplanmasıyla başladı. 1985'te kurulan 'The Sun City Projecet' Güney Afrika'daki ırk ayrımına karşı popçuları birleştirdi. Sun City eğlence kompleksinin yapılmasını reddeden ortak bir açıklama yapıldı. Bu birleşmenin sonucunda ortaya bir 'single', bir 'video' ve bir 'albüm' çıktı. Açıkhava konserleri belki de 1980'lerin en önemli politik pop olaylarıydı ve iki milyarın üzerinde bir seyirci kitlesine ulaşmayı başardı. Bu konserler sayesinde, kıtlık çeken bölgeler ve insanlar tanıtıldı ve onlara maddi yardım sağlandı. Bir sonraki yıl Amnesty International'ın (Uluslararası Af Örgütü) 'Conspiracy of Hope' turu, bir hafta

boyunca San Francisco'dan New York'a kadar Amerika'yı dolaştı. Sonuçta, bu örgütün ABD'deki üye sayısı ikiye katlandı. 2 yıl sonra aynı örgüt, 'Amnesty International World Tour' (Uluslararası Af Örgütü Dünya Turu) düzenledi. Bu örneklerde görüldüğü gibi pop müziğin belli siyasi yardım kampanyalarına taraftar toplamak için kullanılması pop-müziği politik hale getiriyor. Elbette bazen bu yardım konserleri ve albümler hakkında güvensiz ve karamsar oluyoruz ve müzisyenlerden bazılarının, sadece kasetlerinin satılmaması nedeniyle, bu etkinliklerde yer aldığını ileri sürüyoruz. Dayanak noktası sağlam olsun olmasın bu tür karamsar ve güvensiz görüşler, Nelson Mandela'nın özgürlüğüne kavuşması adına, 1990 yılı Nisan ayında Wembley'de verilen duygulu ve anlamlı müzik resitallerinin tanıklığında ortadan kalkmalıdır. Her ne kadar bu konserde sanatçılar kendi varlıklarını gösterseler de, seyirci pop - müziğin dünyanın en ünlü siyasi mahkumuna (Mandela 2 ay önce serbest kalmıştı) destek olduğu bu anın bir parçası olmaktan mutluydu: seyirci, seyirci kalmamayı tercih etmişti.

Pop-müziğe politik demek ortaya çeşitli anlamlar çıkarmaktır. Pop-müzik aynı anda pek çok biçimde siyasi olabilir. John Street'in de söylediği gibi: "müziğin siyaseti devlet politikasının, iş pratiklerinin, sanatsal seçimlerin ve dinleyicilerin tepkilerinin bir karışımıdır." Burada belirtilen tüm öğeler pop müziğin politikasına hem kısıtlamalar getirir hem de bu politikaya çeşitli olasılıklar sunar.

Dipnotlar

1. Kültür yaklaşımının ekonomi politiği, önemli eleştirel gücünün çoğunu 'üretim zamanı' konusuna odaklamış, 'tüketim zamanı'nı ikinci plana atmıştır. Ancak bu yaklaşımın temelini oluşturan Karl Max'a göre "üretimi oluşturan tüketimdir... Çün-

kü bir ürün... (doğal ve sade bir nesnenin tersine) ancak tüketim aracılığıyla ürün halini alır."

2. Bu bölüm, benim ve Debbie Johnson'ın yaptığı araştırmaya dayanılarak yazılmıştır.

VII. Bölüm

Günlük Hayatın Tüketimi

Tüketim kavramının kültürel bir konu olarak ortaya çıkışı, 1950 sonları ve 1960 başlarında, tüketim toplumu ve gelişimi hakkında yapılan tartışmalara dayanır. Daha sonra 1970'lerin kültürel çalışmaları kapsamında yapılan ve altkültürlerin, ticaret ürünlerini ne şekilde kendilerine mal ederek alternatif ve karşıt anlamlar üretmeyi amaçladıklarını inceleyen bir çalışma ile tamamen açığa çıkmıştır. Sonraki zamanlarda ise bu konu (tüketim), daha da geniş bir alana yayılmış ve hayran kitlesi ya da popüler kültür olarak alışveriş konuları üzerine yapılan çalışmalar içinde de bulunur hale gelmiştir. Ben de bu bölümde, tüketim konusunun bazı temel özelliklerini gözden geçireceğim.

Tüketim Kuramları

Tüketim olgusunun kültürel analizi Marksist politik kuramla başlar. Bununla birlikte, bu konuda yapılan klasik Marksist yorumları anlayabilmek için öncelikle Marksizm'in, kapitalist ve kapitalizm - öncesi toplumsal oluşumlar arasındaki farkı nasıl algıladığını bilmeliyiz. Kapitalizm-öncesi toplumlar (İngiltere'deki feodalizm gibi) tüketim toplumları değillerdi. Çünkü buradaki mallar çoğunlukla hemen tüketmek, kullanmak ya da diğer mallarla değiştirilmek için üretilirlerdi. Ancak feodalizmin yıkılıp yerine kapitalizmin geçmesiyle birlikte tüketim, basit bir ihtiyaç olmaktan çıkartılıp insan faaliyetlerinin önemli bir parçası haline getirilmiştir.

Marx ve Engels'e göre feodalizmden kapitalizme geçiş, ihtiyacın yönlendirdiği üretimden karın (kazancın) yönlendirdiği üretime geçiştir. Üstelik kapitalist toplumlarda işçiler, karşılığında ücret almak için mal üretirler. Onlar ürettikleri malın sahibi değildir; mallar kar karşılığı çeşitli pazarla da satılır. Dolayısıyla işçiler mal elde edebilmek için onları parayla satın almak durumunda kalırlar ve böylece tüketici olurlar. Tüketim toplumunun ortaya çıkışı bu şekildedir. Aynı şekilde, kar etmeyi güvenceye almak için insanlar tüketmelidir. Öyleyse, yapılması gereken, reklamlar aracılığıyla tüketimi yapay olarak özendirmektir. Ancak bu sürecin olumsuz etkileri de vardır. Bunlardan birisi 'yabancılaşma'dır. Marx, yabancılaşmanın sebebi olarak işin işçiye yabancı olmasını... işçinin ancak iş dışında kendi benliği ve kimliğini hissetmesini gösteriyor ve ekliyor: 'dolayısıyla işin amacı bir ihtiyacın karşılanması değil, işin dışında yer alan ihtiyaçların tatmin edilmesidir'.

Diğer bir deyişle, bu (yaratıcı olmayan) üretim sürecindeki kadın ve erkek işçilerin kimlikleri inkar edildiğinden dolayı, tüketim içinde kimliklerini aramaya zorlanırlar. Ancak bu da hiçbir zaman boş bir teselliden (bir 'fetiş') öteye geçemez. Ayrıca bu süreç, 'tüketim ideolojisi' olarak adlandırılan ve hayatımızın anlamını, tükettiğimiz şeylerde bulacağımızı ileri süren (kapitalist) ideoloji tarafından desteklenir. Böylece, kapitalizmin kar elde etme amacına yönelik işleyişi meşru hale getirilmiş olur.

Herbert Marcuse, bu görüşleri geliştirerek tüketim ideolojisinin sahte ihtiyaçlar yarattığını ve bunların bir sosyal kontrol şekli olarak işlevselleştirildiğini ileri sürüyor: "İnsanlar sahip oldukları mallarla kendi değerlerini anlarlar; yani, sahip oldukları otomobil, müzik seti, ev tipi, mutfak eşyaları aracılığıyla ruhlarını, benliklerini keşfederler. Bireyi topluma bağlayan mekanizma değişmiştir. Ve sosyal kontrol, yarattığı yeni ihtiyaçlara demir atmıştır." Dolayısıyla, Marcuse'a göre reklamlar sahte ihti-

yaçlar yaratırlar: örneğin belirli tip giysiler giyen, yiyecekler yiyip içen ve aksesuarlar kullanan bir insan olma arzusu yaratmak.

Jacques Lacan'ın post-yapısalcı psikanalizi de tüketim konusuna eleştirel bakan bir model sunar. Buna göre, tüketim ideolojisi ile romans ideolojisi aşağı yukarı aynı şekilde işler. Romans ideolojisi, bir arayışın etrafında oluşturulmuş hikayelerdir. Bu hikayelerde 'aşk' her sorunun çözümüdür; bizi tamamlar, bütün hale getirir. Aynı şekilde tüketim de bize birşeylerin eksik olduğu duygusunu aşılar. Lacancı psikanaliz'e göre her iki ideolojide de eksik olan aynı şeydir: annenin bedeni. Lacan'a göre (bkz. bölüm 4) hayali alandan sembolik alana geçiş, aslında anne bedeninin 'bütünlük' dünyasından dilin ve benliğin 'eksiklik' , 'boşluk' dünyasına harekettir. Yani bu geçiş 'kayıp' olarak tecrübe edilir. Ayrı bir 'ben' olduğumuz duygusu oluşmadan önce (anne bedeninden ayrılmadan önce) hepimiz 'tam' ve 'bütün' dür. Bunun sonucunda, hayatımızın geri kalan kısmını, hayali alandaki bu bütünlüğü yeniden yakalama çabasıyla harcıyoruz. Geri dönmek için sonsuz arayış içindeyiz; fakat yapabildiğimiz başka objelerle, tecrübelerle idare etmektir (Yer Değiştirme Stratejisi). Terry Eagleton'ın da belirttiği gibi, Lacancı kuramda bizim hayat hikayemizi yönlendiren ve arzunun tatmin olmaz hareketiyle kayıp cennete (anne bedeni) alternatif başka şeyler aramak için bizi zorlayan bu kayıp objedir; yani annenin bedeni.

Tüketim ideolojisi, bu alternatif yer değiştirme stratejilerinden biri olarak görünür. Bu sonsuz arayışa örnek, arzunun sonsuz hareketleridir. Bu ideolojinin yaptığı, tüketimin ('aşk' gibi) tüm sorunları çözebileceğine, bizi yeniden 'tamlık', 'bütünlük' durumuna ulaştıracağına, bizi hayali alanın mutlu dünyasına geri götüreceğine dair söz vermektir. Belki de bu, John Fiske'in Avustralya'da bir hediyelik eşya dükkanında gezinirken bulduğu bir kartın verdiği mesaja benziyor. Kartta şöyle yazıyordu:

"yaşamak için çalış, sevmek için yaşa, alışveriş için sev; böylece göreceksin ki... eğer yeteri kadar alışveriş yapabilirsen, asla aşk için çalışmak zorunda kalmayacaksın".

Pierre Bourdieu, tartışmayı tüketimin bize yaptığı etkiden alıp bizim sosyal ayrım maksadıyla tüketimi nasıl kullandığımıza getirir. Ona göre yaşama kültürü, sosyal gruplar ve sınıflar arasında önemli bir mücadele alanıdır. Kültürün tüketimi, bilinçli ya da bilinçsiz, sosyal farklılıkları meşrulaştırmanın toplumsal işlevini gerçekleştirmek amacıyla uygun duruma getirilir. Mesela kültür, egemen sınıf tarafından kullanılır; amaç egemen sınıfın, egemen sınıf olarak yeniden oluşturulmasını güvence altına almaktır. Bourdieu'nun amacı, kültür içinde değişik grupların değişik hayat tarzları, zevkleri vb. olduğunu ifade etmek ya da kanıtlamak değil; temeli ekonomik dengesizliğe dayanan hakimiyet ve güç dağılımının güvenceye alınıp meşrulaştırıldığı süreçleri sorgulamaktır. Diğer bir deyişle, sınıf hakimiyeti ekonomik temele dayansa da, aldığı biçim kültürel bir biçimdir. Kültürel farklılık, bu farklılığın oluşturulması, belirtilmesi ve korunması sınıf hakimiyetini anlamamız için anahtar noktalardır. Ayrıca egemen sınıfın kültüre bağlılığı, aristokrasinin kanına ve doğuş hakkına denk bir meşruluk tarzını oluşturma çabasıdır. Sonuç olarak, farklılıkların kaynağı, gücün kültürel ayrımdan kaynaklandığı görüntüsü verilmek suretiyle, sembolik olarak ekonomik alandan kültürel alana kaydırılır. Böylece, kültürel alanın yaratılması ve yeniden oluşturulması sosyal alanı ve sınıf farklarını yaratıp yeniden oluşturmuş olur.

Tüketimin, farklılık ve ayrımlara işaret etmesi yeni bir konu değildir. Amerikalı sosyolog Thorstein Veblen'in ilk olarak 1899'da yayımlanan 'The Theory of Leisure Class' adlı kitabı, Amerika'da yaşayan ve kendilerini ve statülerini belirtmek için tüketimi kullanan yeni bir burjuva ve meşguliyetsiz (çalışmayan) sınıfı teşhis eder. Bunlar, iş gibi geleneksel statü belirleyen

araçları kullanmak yerine, statülerini Veblen'in deyimiyle 'bariz tüketim' aracılığıyla belirler. Aşağı yukarı aynı zamanlarda Alman sosyolog Georg Simmel 'Metropolis and Mental Life' (1983) adlı denemesinde, yüzyılın dönemecindeki Berlin'in, yeni şehir kültürü içinde benzer bir davranış şeklini belirler. Şehir yaşamının sahipsizliğiyle karşılaşan yeni kent burjuvaları, kendi bireyselliklerini sergilemek ve bunu muhafaza etmek için belirli tüketim kalıplarını kullanmışlardır. Simmel'e göre bireyler, şehir hayatıyla uğraşabilmek için statü, moda etiketleri ya da bireysel farklılık peşinden koşarak sahte bireysellikler yaratmaya çabalarlar. Bu türden davranışların önemi, farklı olma biçimlerinden kaynaklanır, verdiği kısmi tatmin duygusundan değil. Yukarıda Veblen ve Simmel tarafından teşhis edilen sınıf, kendi kimliğini ifade etmek ve kendisini diğer kesimlerden ayırmak için tüketen burjuvazidir.

1950'lerin sonu ve 1960'ların başında tüketimin yapısı köklü bir değişime uğradı. Bu dönem boyunca, ilk defa çalışan insanların ihtiyaçtan ziyade istekleri doğrultusunda tüketim yapmaları için yeterli zenginlik vardı: televizyonlar, buzdolapları, arabalar, elektirikli süpürgeler, yabancı ülkelerde tatiller vb. Üstelik, bu dönem, tüketim kalıplarını kullanan çalışan kesimin, kendi kimliğini ifade etmeye başladığı bir zamandı. Bence bu dönemi önemli kılan nokta, bu dönemde tüketim toplumu ve gelişimi üzerine yapılan tartışmalarda tüketim konusunun, ilk defa kültürel bir alan olarak işlenmesidir. Bu dönemde ayrıca post-modernizm ortaya çıkmıştır. Post-modernizm ve özellikle de post-modernizm hakkındaki kaygıların bir yönü, kimliğini ifade etmek için kullanılan tüketimin kötüye gidişinin tohumlarını atmasıdır.

Altkültürel Tüketim

Altkültür gençliğinin tüketimi üzerine yapılan kültürel çalışmalar, Phil Cohen'in Londra'nın doğu yakasındaki gençlerin

altkültürü ile çalışan kesimin kültürü üzerine yaptığı köklü ve derin analizle başlar (müziğin altkültürel kullanımını gözden geçirmek için bkz. bölüm 6). Cohen'e göre altkültür gençliği, ebeveyn kültürünün yaşadığı sorunları çözmek için bir atılımdır. 1950'lerin ortalarından itibaren çalışan kesim iki çelişkili söylemle karşı karşıya kalmıştır: 1. yeni zenginlik ideolojisi ve bariz tüketim olgusu, 2. çalışan kesimin geleneksel hayat koşulları. Kol gücüne dayalı üretim tarzında değişim ve yüksek binaların yapımıyla birlikte çevrede meydana gelen değişim, çalışan kesimin geleneksel yaşamını kötü yönde etkilemiş ve onlara yeni oluşan zengin toplumla ilişki kurma ve hatta onlara ulaşma imkanı tanınmamıştır.

"Bana öyle geliyor ki altkültürün gizil işlevi şudur: her ne kadar büyüsel olsa da ebeveyn kültürünün gizli veya çözümsüz kalmış çelişkilerini ifade etmek ve çözmek. Ebeveyn kültürünün yarattığı altkültürlerin dizinimi, temel konumuz içinde sayısız çeşitlemeler olarak göz önüne alınabilir: ideolojik seviyede geleneksel çalışan kesimin püritanlığı (katı ahlakçılık) ile tüketimin yarattığı hazcılık arasındaki çelişki; ekonomik seviyede sosyal hareketliliğe sahip 'elit' sınıfın parçası olarak beklenen gelecek ya da yeni lümpen proleteryanın parçası olarak beklenen gelecek. Modlar, parkacılar, dazlaklar, punkçular... Bunların hepsi kendi yollarıyla, ebeveyn kültüründe yok edilmiş olan öğeleri (ki bu öğeler sosyal tutarlılığa sahiptir) geri getirme ve bu öğeleri diğer sınıf katmanlarından seçilmiş öğelerle bütünleştirme çabasının temsilcileridirler."

Yani altkültür gençliğinin grup dizinimi, çalışan kesimin geleneksel kültürünün yıkılışına sembolik bir tepkiyle, çalışan kesimin kültürünün geleneksel görüşlerini birarada tutmaya çabalarken, aynı zamanda 'varlıklı' toplumun sunduğu fırsatlar ve imkanlardan (seçici tüketim içinde yer alarak) da faydalanmaya çalışır. Örneğin, modların çalıştığı işler, çoğunlukla düşük ücret-

li ve düşük kariyer vaat eden işler olsa da bir modun imajında ve stilinde bir fark etme, farkında olma çabası gözlemlenebilir. Ancak bu 'fark etme' olayı, sosyal hareketliliğe sahip üst-kesim işçi sınıfının sahip olduğu varoluş koşullarında hayali bir bağlantı içinde gerçekleşir. Aynı şekilde, her ne kadar ebeveyn kültürünün konuşma biçimi ya da ritüelleri gibi pek çok geleneksel değerlerini paylaşsalar da, giyim tarzları ve dinledikleri müzik zengin tüketicilerin hedonist imajını yansıtmaktadır. Dolayısıyla, altkültürler birbiriyle çelişkili iki gereksinim için (ebeveyn kültüründen ayrı olarak kendi kimliğini ve özerkliğini ifade etme ve ebeveyn kültürle bağları koruma gereksinimi) uzlaşmacı çözümü ifade ederler. Dick Hebdige, durumu şu sözlerle açıklıyor:

"Modlar ebeveyn kültürüne aynı anda etki eden değişim ve çelişkileri uzlaştırırlar; ancak bunu yapmak için kendi özerk sorunsallarını işin içine sokarak yaşadıkları muhite, gittikleri altkesim barları ve kulüplerine karşıt başka bir mekan yaratırlar."

John Clarke ve diğer araştırmacılar, Cohen'in görüşleriyle uzlaşarak altkültür gençliğini, ebeveyn kültür-egemen kültür çelişkisi bağlamına yerleştirmişlerdir. Onlara göre de altkültür gençliği, çalışan kesimi tümüyle etkileyen çelişkilerin şifrelenmiş temsilcileridir. Ve Antonio Gramsci'nin 'hegemonya kuramı'ndan faydalanarak altkültür gençlerinin mücadelesinin, daha geniş sınıf mücadeleleri kapsamında ele alınabileceğini ifade etmektedirler. Hebdige, meseleyi sınıf politikasından tarz politikasına taşıyor. Ona göre altkültürün egemen sınıfla mücadelesi doğrudan onlar tarafından verilmez; bundan ziyade, belli bir tarz içinde üstü kapalı olarak ifade edilir. Mesela, çok önceki altkültür tartışmalarının birinde Hebdige modların tarzını şöyle açıklıyor:

"Yarattıkları tarz, içinde yer aldıkları tüketim toplumunun kötü bir örneğini oluşturur. Biçimleri anne-babalarının, patron-

larının istediği düzgün giyim, kısa saç gibi imajları bozup çarpıtarak onlara zarar vermiştir."

Altkültür gençliğinin iletişimi, tüketim hareketiyle gerçekleşir. Hebdige'in ifade ettiği gibi, onların ilk ve en çok ilgilendikleri nokta tüketim olayıdır.

"Dazlaklar ve punkçular belli tüketim biçimlerini 'bariz' olarak reddettikleri zaman bile, onlar (altkültür gençliği) 'bariz' tüketim kültürünün parçasıdır. Ve onların gizli kimliklerini açığa çıkartıp yasaklı anlamlarını yaymaları, (hemen) ancak tüketimin ayırt edici ritüelleri ve kendi tarzları sayesinde mümkün kılınır. Temel olarak altkültüre, diğer daha dogmatik kültürel oluşumlardan ayırarak değinen, ticari malların altkültürde kullanım biçimidir."

Altkültürel tüketim, en ayırt edici düzeye sahip tüketimdir. 'Brikolaj' süreci boyunca altkültürler, ticari malları kendi amaç ve anlamları doğrultusunda kullanmak için alırlar. Ürünler, üreticinin istemediği biçimde bütünleştirilir ya da dönüştürülür; ticari mallar, karşıt anlamlar üretmek için yeniden ele alınır. Örneğin, "Savile Row Edwardian" ceketleri giyen Teddy Boys grubu, İtalyan takımları giyen modlar, çengelli iğneler ve çöp torbaları kullanan punkçular vb... Bu yolla ve belirli davranış kalıpları, konuşma biçimleri, müzik zevki vs. aracılığıyla altkültür gençliği, hem egemen kültüre hem de ebeveyn kültüre karşı mücadelenin sembolik formlarını oluştururlar. Bu modele göre altkültür gençliği, daima orijinallik ve karşıtlıktan ticari ortaklık ve ideolojik zararsızlaştırmaya giderler. Çünkü kültür endüstrisi, eninde sonunda altkültürel direnişi tüketim ve kar amaçlı pazarlamayı başarır. Hebdige'in ifade ettiği gibi, 'gençlerin kültürel tarzları sembolik mücadeleler vererek başlayabilir; ancak bunlar yeni değerler ve tarzlar oluşturarak; yeni ürünler, sanayiler yaratarak ya da eskileri tekrar canlandırarak sona ererler.'

Hebdige'in yaklaşımı, kültürel çalışmalar kapsamında Co-

hen'in ve Clarke'ın kültürcülüğünden (diğer temsilcileri de dahil olmak üzere) yapısalcılık tekniklerinin sunduğu yöntem bilgisine (yapısalcılık ve kültürcülük üzerine yapılan tartışmalar için bkz. bölüm 4) analitik bir hareketi temsil eder. Ona göre tarz (stil), bir sınıfın göstergesi değil, kültürel kimliği ve kültürel ayrımı halka yayan bir simgeleme sistemidir. Altkültür gençliği, kendi bariz kimliğini ve ebeveyn, egemen ve denk kültürlerden farklarını ve bunlara karşıtlıklarını yayar. Ve altkültür gençliğinin anlamı (daima), herhangi bir yerdeki mücadeleden ziyade, kendi tarzları aracılığıyla içselleştirilir.

Altkültürel analiz, daima sıradan olana karşı sıradışı olanı yüceltme eğiliminde olmuştur. Altkültürde yansıtılan gençlik, çoğunluğun (genç olarak) pasif ticari zevklerine uymayı reddeder ve onlara karşı direnir. Direniş ortaklığa dönüşmeye başladığı zaman ise bu analiz durur ve bir sonraki büyük reddi bekler. Bütün olarak, altkültürlerden gençlerin tüketim kalıplarına hareketin geliştirilmesi, şu görüşün tanınması etrafında gerçekleşmiştir: gençler, kültürün aktif tüketicileridir ve kesinlikle altkültürel kuramların enayileri olarak görülemezler. Angela Mc Robbie konuyu şöyle açıklıyor:

"Her ne kadar 'Centre For Contemporary Cultural Studies' (CCCS)'deki altkültürle ilgili kuramların üretildiği ilk zamanlarda, pop kültürü ile gençlik kültürü arasına bir çizgi çekmek ve bunu yaparken gençlik kültürünü sembolik sınıf gerçekliğinin bir biçimi; pop kültürünü ise tüketici kültürünün işareti olarak ele almak önemli olsa da, gerçekte bu iki kültür daima ilerleyen bir ilişkinin içinde yer alarak bütünleşmişlerdir."

Bu olay, direnen belli başlı tarzlar ile konformist moda akımları arasındaki keskin karşıtlık etrafında düzenlenmiş olan genç kültürün 'elit' görüşünden öteye doğru giden genel hareketin bir parçasıdır. Ama bunun yanı sıra, bu ikisinin arasındaki ayrımın bariz yıkılışı (ya da en azından donuklaşması) da onu yönlendi-

ren etmenlerden biridir. Mc Robbie'ye göre bu değişim (hareket), gençliğin neredeyse altkültürle eşanlamda anılması durumunu yansıtmıştır. Çünkü altkültürün tohumları atılmış ve yeniden canlandırılmıştır.

Cohen ve Hebdige'in altkültür gençliğine yaklaşımı, kültürel çalışmalar çerçevesindeki iki hususta sorgulanmıştır. İlkin, Angela Mc Robbie ve Jenny Garber şu soruyu sormuşlardır: "Altkültür gençliğinde kızlar gerçekten aktif ya da mevcut değiller mi?" "Ya da (ikinci soru) araştırma kapsamında yer alan birşey onları görünmez mi yaptı?" İlk sorunun cevabı 'kızlar aktiftir; ancak erkeklerden farklı biçimlerde"dir. İkinci sorunun cevabı ise "evet" tir.

Cinsiyet boyutunun işe sokulması, altkültür gençliği üzerine yapılan kültürel çılışmaların kapsamını genişletmiştir. Bu bağlamda Angela Mc Robbie, dans konusunu gündeme getiriyor. O, 1984'teki yazılarında dansın, çalışan kesimin kültürünün bir ifade biçimine dönüştüğü zaman, ya önemsiz görülerek alay edileceğini ya da ahlaki yozlaşmanın bir göstergesi olarak görüleceğini iddia ediyor ve örnek olarak Richard Hoggart'ın 'The Uses of Literacy' kitabını (ilk basım 1957) gösteriyor. Bu kitapta dans, sadece aptal ve maymun iştahlı kadınların mensup olduğu kültürün bir ifadesi olarak anlatılmıştır.

Dans sadece artistik bir hareket biçimi değil, aynı zamanda bir sosyal pratik, boş zaman faaliyeti, cinsiyetin ritüel biçimi, bir egzersiz metodu ve ayrıca bir iletişim aracı, vücut aracılığıyla konuşma biçimidir. Mc Robbie, kızlar için dansın, ahlaki koruyucularının (erkeklerin demek istiyor) endişeli bakışlarının ötesinde ve ev hayatının korumacı ve güvenli alanının içinde yer alan kadınların özel kültürünün halka yayılmasının bir temsilcisi olduğunu belirtiyor. Çünkü biliyor ki dans, kadınların sosyal beklentilerine uygun davranmaları için bir araç olabilir. Dans, ayrıca, genç kızlara 'zarafet' ve 'kontrol' gibi kadınlara özgü

davranış biçimlerinin aşılanması için uygun bir araç olarak görülür. Ancak buna karşın Mc Robbie şöyle diyor:

"Genç kızlar ve kadınlar için dansın muazzam derecede zevkli özellikleri vardır. Ve bu özellikler, sıradan romantik ve heteroseksüel erek odaklı yönelişe sahip olmaktan ziyade, yer değiştirmiş, ortak ve belirsiz bir erotizmi sıklıkla ifade ediyor gibi görünür. Ayrıca dans fantezi sağlar ve özellikle kadınlar ve genç kızlar için önemli konular olan kişisel samimiyet alanına ve mutlak mahremiyet bölgesine hitap eder. Ve bana göre, fantezi ve gündüz düşlerinin değişik biçimlerine yöneltilebilecek ve direniş ya da karşıtlık stratejilerinin bir parçası olarak (yani tam olarak sömürgeleştirilememiş bu alanlardan birini farklı yönlerden ele alarak) yorumlanmak üzere bırakılabilecek bir olay var. Dans ve müziğin, günlük küçük kaçışlar içinde (fantezi, hayal kurma vb.) önemli bir rolü vardır. Bunun nedeni, kısmen de olsa, kültürümüzde müzik ve dansın duyguların gerçekliğinde birbirlerine olan sıkı bütünleşmesidir. Ve bu bütünleşme kontrol güçlerinin uzağında ve özgürdür."

Dahası dans, fantezi kurmak için fırsatlar sunar. Sinemanın karanlığındaki seyirciler gibi, dansçı da kendi benliğini, gerçek bilinçliliğin ertelenişini ve hayali kendini yansıtma sürecininin yarattığı etkiselliği gizleyerek meçhullüğü ve kavrama seviyesini muhafaza edebilir. Bununla birlikte, sinemanın yarattığı fantezi ile dans aracılığıyla farkına varılan fantezi arasında önemli bir fark vardır. Mc Robbie bu farkı şöyle açıklıyor:

"Sinemanın sunduğu fantezi, sadece seyircinin bakışı aracılığıyla ekrana yöneltilen tek taraflı bir fantezidir. Dansın fantezisi ise daha sosyal ve ortaktır. Çünkü dans, vücut ile benliğin (yine vücut ve benliğin eşit derecede çarpıcı duraksamaları ile) etkileyici performansını aynı anda göstermesine imkan tanır."

Altkültürle ilgili ikinci eleştiri bombardımanı Gary Clarke'tan geliyor. Clarke'e göre altkültür ile anlaşma ve bütünlük

içinde yaşayan ve aynı ahlaki söylemlerde bulunan toplumun geri kalan kesimi arasında büyük bir uçurum yoktur. Clarke, ayrıca altkültürel kuramların Londra merkezli olmasma ve taşrada yaşayan altkültürlerin, aralarında ortaklık ve iş birliği olduğu görüntüsü verdiğini ileri sürmelerine de itiraz ediyor. Clarke'ın eleştirisinin merkezinde pek çok altkültürel kuramı oluşturan gizli bir kültürel elitizmin varlığı şüphesi vardır.

"Genel olarak iddia edebilirim ki altkültürel edebiyatın birkaç grubun sapıklığına odaklanması, her ne kadar üstü kapalı da olsa, çalışan kesimin geri kalan kısmı içinde sorunsuz olarak benzeri bir davranış şeklini içerecektir. Bu durum, örneğin, altkültürel faaliyetlerin dışında olduğu varsayılan gençlik kesimi için hissedilen tiksinti veya hoşnutsuzluk duygusundan (her ne kadar çalışan kesimden birçok genç aynı müzikten, giyim tarzından ve faaliyetlerden zevk alsa da) ve gerçekliği olmayan bazı tutkuların (disko gibi) hor görülmesinden kolaylıkla anlaşılabilir. Aslında, öyle görünüyor ki, kitle kültürüne potansiyel bir küçümsemeyle bakılmaktadır. 'Kitle kültürü', Frankfurt Okulu'nun Marksist çalışmalarından ortaya çıkmış ve İngiliz geleneği içinde 'The Uses of Literacy' kitabında belirtilen kitle kültürü korkusuna dönüşmüştür."

Clarke'a göre, eğer altkültürel tüketim, kültürel çalışmalar içinde bir ilgi alanı olarak kalacaksa, gelecekte yapılacak analizler başlangıcından itibaren bir tarzın önemli gelişmelerini ele almalıdır. Ancak yine de daha iyisi, kültürel çalışmaların, kültürün ve sosyal ilişkilerin içindeki devamlılık ve devamsızlıkları saptaması ve gençler için bu faaliyetlerin sahip olduğu anlamı bulmak amacıyla gençlerin tüm faaliyetlerine odaklanmasıdır.

Hayran Kitlesi Kültürü

Hayran kitlesi, popüler bir kültürel metnin ya da pratiğin izleyicileri (ya da dinleyicisi) arasında en belirgin olan kesimdir.

Son yıllarda 'hayranlık' olgusu, gittikçe daha çok, kültürel çalışmaların eleştirel bakışına maruz kalmaya başladı. Hayran kitlesi, geleneksel olarak iki şekilde muamele görür: ya alay konusu olur ya da hastalık olarak görülür. Joli Jenson'a göre, hayranlık edebiyatının başı, ahlaki olarak toplumda hoş karşılanmayacak imgeler yüzünden belaya girmiştir. Hayran kitlesi, devamlı olarak potansiyel fanatikler olarak tanımlanır. Yani, hayranlık aşırı ve manyaklık çizgisinde bir hareket olarak görülmektedir. Bu noktada Jenson, tipik iki çesit hayranlık hastalığından söz ediyor: saplantılı birey (çoğunlukla erkek) ve histerik kalabalık (çoğunlukla kadın). Her iki figür de, belirli algılama biçimlerinin ve hayran kitlesinin (varsayılan) sosyal işlevsizliğin psikolojik belirtileri olarak ele alındığı modernitenin tanınmamış kritiğinin sonucudur. Fanatik hayran kitlesinin üyeleri, modern hayatta 'tehlikeli yabancılar' olarak tanımlanır. Yani 'biz' sağlıklı ve saygın, onlar ise saplantılı ya da histeriktir.

Hayran kitlesi, ayrıca, medyanın pasif ve hastalıklı kurbanları olarak görülür. 'Sen' ve 'ben' kendimizle eğlence objelerimizi birbirinden ayırabilir, aralarına mesafe koyabiliriz. Ancak hayran kitlesi bunu yapamaz. Bu yüzden biz sağlığımızı muhafaza ederken, 'onlar' kendilerini hastalığa kaptırırlar. En tipik ve yaygın hayran tipi bir grup histerik kızın, yalnız ve saplantılı erkeklerin bir kaşık suda boğmayı düşündüğü, ünlü bir yıldızı gördüğünde çığlıklar atmasıdır. Bu noktada kültürel çalışmalar, aşırı 'Beatles' hayranlığı yüzünden Beatles'ın solisti John Lennon'u öldüren Mark Chapman adlı fanatiği ve diğer Beatles fanatiklerini inkar etmeye çalışmıyor. İnkar edilmeye çalışılan, sadece, bu olayın fanatik hayranlığın tüm hikayesi ya da gerçeği olduğu fikridir. Jenson'a göre, her iki hayran kesimi de egemen bir sosyal düşünce okulunun yaptığı etki hakkında, fanatik hayranlıkla ilgili yaptıklarından daha çok şey söyler.

"Hayran kitlesi hakkında doğru olduğu varsayılan, tek başla-

rına ya da azgın bir kalabalığın parçası olarak potansiyel sapık oldukları görüşü, modern hayatın daha derin ve daha bulanık varsayımlarıyla ilişkilendirilebilir. Her tip, modern bireylerle ilgili bağlantılı varsayımları harekete geçirir: saplantılı yalnızlar yabancılaşmış kitle adamı imajını canlandırırken, çılgın kalabalığın üyeleri kitle inancının zayıf ve akılsız kurbanı imajını canlandıracaktır."

Yani, fanatik hayranlık, kırsal tarım kesiminden sanayileşmiş kent hayatına geçişi kaçınılmaz olarak izleyen kültürel, sosyal ve ahlaki çöküşün (varsayılan) gözle görülür bir belirtisidir. Ve en zararsız halinde bile, modern hayatın eksiklerini umutsuzca telafi etmeye çalışma çabasını ifade ediyor. Kültürel çalışmaların doğuş sebeplerinden biri de bu türden nostaljik ve romantik düşünce biçimine karşı çıkmaktır.

Bunların yanı sıra, bu konu, bir bölümünü oluşturduğu genel söylemde olduğu gibi, 'öteki' insanlar hakkında bir söylemdir. "Biz", daima ilgilerimizin peşinden gider, zevklerimizi ve tercihlerimizi sergileriz; fanatik hayranlar ise "öteki" kişilerdir. Ayrıca Jenson'ın da parmak bastığı gibi, "bizim" yaptıklarımız 'normal' ve 'güvenli' iken, "onların" yaptıkları 'sapıkça' ve dolayısıyla 'tehlikeli'dir. Aynı şekilde, genel söylemde olduğu gibi hayranlık kültürü, güvenliği ve sınıf kültürleri arasında polis tarafından ayrım yapılmasını gerektirir. Bu durum, hayran kitlesinin popüler seyircinin kültürel faaliyetlerini de görevlendirilme şeklinde açıkça görülür; halbuki egemen gruplardan bahsederken 'kültürel ilgilere, zevklere ve tercihlere sahip' gibi laflar edilir. Hayranlık biçimleri bunu doğruluyor. Egemen kültür estetik bir beğeni yaratır. Hayranlık kültürü ise sadece popüler kültürün metinleri için uygundur.[1] Bunun yanında, konulan ayrım sadece hayranlık biçimi düzeyinde değildir; aynı zamanda objeden hayranlık uyandırmak için nasıl bahsedildiği de önemli bir noktadır. Popüler izleyicinin bir konserden ya da dinletiden

aldığı zevki dışa vururken duygusal olarak aşırıya kaçtığı; resmi ya da diğer bir deyişle egemen kültürün dinleyicisinin ise daima aradaki saygın mesafeyi koruduğu ve kontrolünü kaybetmediği herkes tarafından ifade edilmektedir.

Hayranlık kültürüyle ilgili olarak son zamanlardaki en ilginç açıklamayı, 'Textual Poachers' adlı kitabında (1992) Henry Jenkins yapıyor. Jenkins, çoğunlukla burjuva kadınlara değindiği bir hayran topluluğunun etnografik incelemesinde, fanatik hayranlığı, hem akademik olarak (popüler kültürün kuramlarına ve eleştirel ve etnografik edebiyatın belli başlı bölümlerine ulaşabilecek şekilde) hem de bir hayranlık biçimi (toplumun gelenek ve göreneklerine ulaşabilecek şekilde) olarak ele almıştır. Jenkins'in işaret ettiği gibi, bu çalışma, hayran toplulukları ile aktif bir diyalog içinde kaleme alınmıştır.

"Başından beri yaptığım pratik, kitaptaki her bölümü, orada bahsedilen hayran topluluğundan insanlarla paylaşmak ve onları, bölümün içeriği ile ilgili eleştirilerini almak için teşvik etmek olmuştur. Aldığım sayısız mektupta, hayranlar kitapta bahsedilen konularla ilgili kendi fikirlerini öneriyorlardı. Onların bu tepkileri birçok şeyi öğrenmemi sağladı. Kitabımın içeriğiyle ilgili bir açık oturumda bir grup hayran kitlesiyle karşılaştım ve onların önerilerini alarak kitapta bazı düzeltmeler ve değişiklikler yaptım. Bazı durumlarda, onların tepkilerini ve önerilerini kitaba aktarıyorum, bazen de böyle birşeyi doğrudan ve açık bir biçimde yapmıyorum. Durum böyle olsa bile, şu kesin olarak anlaşılmalıdır ki, bu kitap hayran topluluğu ile aktif bir diyalog içinde var olmuştur."[3]

Jenkins'in aktif diyaloğa bağlılığı, kısmen de olsa kurumsal otoritesini kullanma azminden kaynaklanır. Bunu kullanmasındaki amaç, hayranlık olayının kitlesel kimliğini yeniden tanımlamak için kendisine imkan tanımak, hayran kitlesinin gülünç ya da kaygı verici olarak görülen olumsuz tiplemeleriyle mücadele

etmek ve hayranlık kültürünün zenginliğine daha çok dikkat çekerek insanların farkındalığını artırmak. Kitaptaki incelemelerin amacı ise hem hayran kitlesinin kültürüyle ilgili akademik bilgiyi artırmak hem de akademisyenlerin de bu kültürden bir şeyler öğrenebileceğini ısrarla belirtmektir.

Jenkins'in faydalandığı kuramsal kaynak, Fransız kültür kuramcısı Michel de Certeau'dur. Certeau, 'ikinci üretim' dediği tüketim eyleminin altında yatan faaliyetlerini açığa çıkartmak için 'tüketici' kavramını açar. Tüketim "şeytancadır ve değişik alanlara dağıtılmıştır; ama kendini her yerde sessizce hissettirir; çünkü ürünlerden ziyade egemen ekonomik düzenin dayattığı ürünleri kullanma biçimi sayesinde kendisini gösterir". Certeau'ya göre kültürel alan, gizliden gizliye, kültürel dayatma stratejileriyle kültürel tüketim (kullanım) taktikleri arasındaki sürekli çatışmaların alanıdır. Ve kültürel eleştiriler, "üretim ile kullanım sürecinde gizli olan ikinci üretim arasındaki benzerlik ya da farklılığın bilincinde olmalıdırlar". Dolayısıyla, Certeau, metnin aktif tüketimini yasak avcılığa benzetiyor: okurlar gezgindirler ve başkalarına ait alanlarda ilerlerler. Okurun metni kendine mal etme eylemi, her zaman metni üretenlerin kutsal ekonomisi ve profesyonel eleştirmenlerin (veya akademisyenler) görüşleriyle potansiyel çelişki içinde olacaktır. Çünkü kurumsal ses olan eleştirmenler, metinsel anlamın otoritesini savunarak otorite dışındaki anlamların canlanıp yayılmasını engellemeye ya da kısıtlamaya çalışırlar. De Certeau'nun 'kaçak avlanma' kavramı, bu türden, metindeki mesajın pasifçe kabul edilmesine dayanan klasik okuma modelini reddeder. Çünkü bu modelde okuma, doğru ya da yanlış olma meselesine indirgenmiştir. Jenkins, konuyla ilgili şu açıklamayı yapıyor:

"Certeau'nun modeliyle ilişkili olarak ele alırsak, hayran kitlesiyle ilgili önemli olan nokta, onların, kültürel kendine mal etme sürecine dikkat çekici faaliyetler yapan, aktif ve çok sesli bir

tüketici topluluğu yaratmış olmalarıdır... Hayran kitlesinin kaçak metin avcısı olarak, statüsünde bir ayrıcalık yoktur; fakat onlar kaçak avcılığı bir sanat formu haline getirmişlerdir."

Jenkins'in Certeau'dan ayrıldığı nokta, Jenkins'in 'kısa süreli anlam üretimi' olarak tanımladığı popüler okuma biçiminin tersine, fanatik hayranların okuma biçiminin diğer hayran kitlesi okurlarıyla tartışmak suretiyle sürekli olarak varlığını koruduğunu iddia etmesidir.

"Bu türden tartışmalar ilk tüketiminin ötesinde metnin verdiği deneyimi genişletir. Dolayısıyla, üretilen anlamlar okurun hayatıyla tamamen bütünleşir. Çünkü bu anlamlar, önemsiz bir metinle kısa süreli karşılaşmanın sonucunda üretilen anlamlardan farklı karakterdedir. Hayran kitlesi için, bu öncelikle kaçak dövüşen anlamlar, gelecekte yaşanacak olan kurgulamalarla karşılaşma süreci için altyapı sağlar ve bunu yapmak için kurgulamaların nasıl algılanacağını şekillendirip nasıl kullanılacağını tanımlarlar."

Certeau'nun popüler okuru ile hayran kitlesinin faaliyetleri arasındaki ikinci fark, hayran kitlesinde okurlar ve yazarlar arasında ciddi bir ayrım olmamasıdır. Hayran kitlesi kültürü, hem üretim hem de tüketim kültürüdür. Yani, hayranlık kültüründe tüketimin yanı sıra, medyanın onlarla ilgili sunduğu metinlere tepki olarak yapılan metin üretimi -şarkılar, şiirler, romanlar, dergiler vb.- de vardır.

Jenkins'e göre, hayranlık kültürünün medya metinlerini kendine mal etme tarzına işaret eden üç temel özellik vardır:

"1. Hayran kitlelerinin, yaşadıkları tecrübelere yakın metinleri ele alma biçimleri,
2. Hayranlık kültürü kapsamında, yeniden okumak suretiyle oynanan rol,
3. Program bilgisinin, devam eden sosyal etkileşime katılması işlemi."

O halde, ilk olarak, hayran kitlesinin okuma biçimi, entelektüel ve duygusal katılımın yoğunluğu aracılığıyla karakterize edilebilir.

"Metnin yakın ele alınmasının nedeni, metnin hayranlığa sahip olabilmesinden ziyade, hayranlığın metne daha bütün haliyle sahip olabilme ihtimalidir. Sadece medyanın içeriğini kendi günlük yaşamıyla geride bütünleştirerek; sadece kendi anlam ve materyalleriyle yakın bağlantılar kurarak hayran kitlesi, yalnızca kurgulanmış ürünleri tüketir ve onları aktif kaynak haline getirir."

Jenkins, metnin kendi okunuş biçimini (nasıl okunacağını) belirlediği metinsel determinizme karşı çıkar (kültürel determinizmle ilgili bilgi için bkz. bölüm 3). Ona göre, okur, kurgu metnin önceden oluşturulmuş dünyasına değil, metinsel malzemelerden yarattığı dünyaya katılır. Burada, okurun önceden oluşturulmuş değerleri, en az hikaye sisteminin tercih ettiği değerler kadar önemlidir. Yeniden söylemek gerekirse, hayran kitlesinden bir okurla diğer okur arasındaki fark, okurun önceden şekillenmiş değerlerini oluşturan entelektüel ve duygusal katılımın yoğunluğuyla ilgilidir. Sıradan okur, sürekli değişen ilgilere sahiptir ve bu bağlam içinde okur. Hayran okuru ise hayranlık duygusunun ona yaşattığı tecrübenin gerçekliğiyle okuma eyleminde bulunur.

İkinci olarak, hayranlar sadece bir defa okumakla kalmaz, aynı zamanda metni devamlı olarak, tekrar tekrar okurlar. Bu durum, metin-okur ilişkisinin niteliğini derinlemesine etkiler. Roland Barthes'e göre, metinlerin tekrar tekrar okunması okurun metinden kazandığı deneyimi değiştirir. Ve metnin okuma arzusunu sürdürmek amacıyla değişik ve ilginç sorular sorma tarzını yansıtan metin kodunun işleyişini öldürür. Böylece, okurun dikkati, ilerde ne olacak sorusundan olayların nasıl olageldiği, karakterlerarası ilişkilerin nasıl olduğu sorusuna, hikayenin

temasına ve toplumsal bilgilerin ve söylemin yaratılış biçimine kayar.

Üçüncü ve son olarak, çoğu okuma yalnız yapılan bir eylem olsa da, aslında hayranlar bir topluluğun parçası olarak metni okurlar. Hayran kitlesi kültüründe, kitlesel sergileme ve üretilen anlamlarla okuma pratiklerinin yayılma işlemi vardır. Hayran kitlesinin parçası olan bireyler, diğer hayranlarla iletişim kurmak için metinlerden anlamlar üretirler. Yani, kitlesel sergileme ve anlamların yayılması olmazsa, hayranlık diye birşey de olamaz.

"Örgütlenmiş hayranlık kültürünün belki de ilk ve en önemli özelliği, bir eleştiri ve teori kurumu olmasıdır. Ve burada ortak metinlerin birbirine karşıt yorum ve değerlendirmeleri tartışılıp uzlaştırılır. Ayrıca okur, medyanın yapısı ve kendisinin medyayla ilişkisi hakkında spekülasyon yapabilir."

Önceden de belirtildiği gibi, hayran toplulukları, sadece coşkulu okurlardan oluşmaz. Ayrıca kültürel üretimle de yakından ilgilidir. Jenkins, hayranların tutulan bir TV programını on değişik biçimde, tekrar tekrar şu şekillerde yazabildiğine dikkat çekiyor: 1.Yeniden Kavramsallaştırma: haber anlatımındaki boşlukları doldurmak ve belirli olaylar için ekstra açıklamalar sağlamak için kısa hikayeler, romanlar üretme, 2. Dizilerin Süresini Genişletme: haber anlatımında ele alınmamış karakterler tarihçesi vs. sağlamak ya da haber anlatımının kapladığı dönemin ötesinde, gelecekte oluşacak gelişmeler için önerilerde bulunmak için kısa hikayeler ve romanlar üretme, 3. Yeniden Odak Haline Getirme: yazarın, odak noktasını ana karakterden (başkahraman) öteki karakterlere kaydırmasıyla oluşur. Örneğin, kitaptaki kadın ya da siyah karakterlerin metnin kıyısından köşesinden toplanıp metnin merkezine yerleştirilmesi, 4. Ahlaki Açıdan Yeniden Sıraya Koyma: haber sunumunun ahlaki düzeninin tersine çevrildiği (kötülerin iyi insanlara dönüşmesi gibi) bir tür

yeniden odak haline getirme işlemi. Bazen, ahlaki düzen aynı kalıp hikayenin, kötü karakterlerin bakış açısından anlatıldığı da olur, 5. Tarz Değişimi: örneğin, bilim-kurguyla ilgili haber sunumunda karakterlerin bir Western'in ya da romantik filmin gerçekliği içinde yeniden yerleştirilmesi (yerlerinin değişmesi), 6. Alan Değişimi: bir TV programındaki karakterlerin diğer bir programda takdim edilmesi. Örneğin 'Dr. Who' dizisindeki karakterlerin, aynı hikaye içinde 'Star Wars' dizisinin karakterleri olarak ortaya çıkması, 7. Karakterlerin Yer Değişimi: karakterlerin yeni bir hikaye içinde yeni isimleri ve kimlikleriyle yer değiştirmesi, 8. Kişiselleştirme: yazarın tutulan TV programlarının yeni bölümlerinde yer alması. Örneğin, ben, Dr. Who dizisinin yeni bir bölümünde, Dr. Who'nun yirmi dördüncü yüzyıldaki kültürel çalışmalara ne olduğunu inceleme görevini yerine getirmesi amacıyla, zaman makinesinde beraber seyahat etmek üzere beni görevlendirdiği bir kısa hikaye yazıp dizinin o bölümünde oynayabilirim. Jenkins'in ifade ettiği gibi, yazınımın alt tarzları, hayran kitlesinin çoğu tarafından köstekleniyor, 9. Duygusal Olarak Yoğunlaştırma: ana karakterin, duygusal krizler yaşaması. Buna 'incinme-tesellisi' hikayeleri denir, 10. Erotikleştirme: ana karakterin hayatının erotik yanlarının incelenmesi. Bu alt türün belki de en çok bilineni 'slash-fiction' ('slash'-kurgu) dır. Bu adı taşımasının nedeni, aynı cinsiyetin ilişkilerini sergilemesidir (Kirk/Spock, Bodie/Doyle vb. örnekleri gibi).

Hayran kitlesi, kurgu metinlerin yanı sıra, tutulan bir TV programından alınan parçaları, bir pop şarkısının canlı performansının yeni sahne dizisi içinde yayına hazırlamak suretiyle, müzik videoları oluştururlar; sanat eserleri yaratırlar; dergiler hazırlarlar; bazı şarkılarla ilgili konferanslarda TV porgramları, karakterleri ya da bizzat kendi kültürleriyle ilgili şarkılar yazıp bunları icra ederler ve ayrıca çeşitli kampanyalar düzenlerler. Bu kampanyaların amacı, sevilen TV programlarını yeniden ya-

yımlatmak ya da devam eden programlarda bazı değişiklikler yaptırmak için televizyon kanallarına baskı yapmaktır. Jenkins'in de belirttiği gibi, hayran kitlesi, elde ettiğini korumaya çalışırken yağmalanan mallarını alternatif kültürel topluluğun yaratılması için dayanak noktası olarak kullanır; bu yüzden kaçak avcıdır.

Jenkins, bazı TV programları ve karakterleri ile ilgili şarkılar yazılıp icra edilmesiyle ilgili bir tartışmada, dikkatleri, bu şarkılar kapsamında yer alan hayranlık kültürü ile sıradan okurun ya da dinleyicinin dünyası arasındaki karşıtlığa çeker. Bu karşıtlık, sadece verilen tepkinin yoğunluğuna dayanmaz. Aynı zamanda, sıradan düşünce biçiminin sığlığı ve dar görüşlülüğü de bu karşıtlığı yaratır. Hayran kitlesi, daha yoğun düşünüp yaşadığı ve daha özgür hareket ettiği için günlük hayatın kurallarıyla ve değer yargılarıyla (dolayısıyla sıradan insanlarla) karşıtlık içinde tanımlanır. Jenkins, "hayranlık kültürünün yarattığı sahayı tanımlamak için, bu kültürün sıradan değer yargıları ve pratikleri reddetmesi ve yoğunluğuna yaşanan duyguları ve tutkulu zevkleri kucaklamasının ele alınması gerektiğini ve hayran kitlesinin varlığının ifade ettiği şeyin, tüketim toplumunun geleneksel formlarının eleştirisi olduğunu" belirtiyor.

Jenkins, hayran kitlesinin, Amerikalıların 'izleyici' haline getiren güçler aracılığıyla daha katılımcı bir kültür yaratma mücadelesini, bu kültüre yetki ve otorite kazandırıcı nokta olarak görüyor.

"Ben, hayran kitlesinin kucakladığı metinler hakkında özellikle yetki ve otorite kazandırıcı bir şeyler olduğunu iddia etmiyorum. Benim iddia ettiğim, hayran kitlesinin, metinleri kendi hayatının gerçekleriyle bağdaştırma sürecinde bu metinlerle yaptığı şeylerle ilgili olarak güç ve yetki kazanabileceğidir. Çünkü hayranlık kültürü istisnai metinlerden ziyade, istisnai okuma şekillerine önem verir (her ne kadar yorumlayıcı pratik-

leri bu ikisi arasında kesin ve açık bir ayrımın muhafaza edilmesini imkansızlaştırsa da)."

CCCS'nin altkültürel okuma modeli gibi, Jenkins'in hayran topluluğu da günlük hayata ve sıradanlığa karşı mücadele ediyor. Altkültür gençliği kendisini ebeveyn ve egemen kültüre karşıt olarak tanımlarken, hayran toplulukları kendilerini günlük hayatın sıradanlığına ve kültürel pasifliğine karşıt olarak ifade ederler.

Öte yandan, Lawrence Grossberg, bu hayran kitlesinin altkültürel modelini hayranların, pasif tüketicilerin daha geniş seyirci kitlesinin 'elit' kesimini oluşturduğu noktasında eleştiriyor.

"Dolayısıyla hayran kitlesi, hem iktidarın çeşitli yapılarıyla hem de medya tüketicilerinin geniş seyirci kitlesiyle sürekli çatışma halindedir. Ancak hayranların bu türden 'elit' bakışı, popüler kültür formları ve bu formların seyircileri arasında varolan karmaşık ilişkileri aydınlatmakta yetersiz kalıyor. Hepimiz hayranlıkla tüketiciler arasında bir fark olduğu konusunda hemfikir olsak bile, yalnızca ilkine önem verip ikincisini elediğimiz zaman oluşacak farkı muhtemelen anlayamayız."

Jenkins'in öncü fikirleri, zaman zaman bu modele yakınlaşır. Belki de Fiske, hayranlarla sıradan okur arasındaki gerçek farkın 'aşırılık' (hayranların, popüler kültürün 'aşırıya kaçan' okuru olması) olduğunu söylerken haklıydı.

Popüler Kültür Olarak Alışveriş

Alışverişe gitmek karmaşık bir aktivitedir. Birbirinden farklı pek çok nedenle alışverişe gidebiliriz. Örneğin, özel bir hediye almak için ya da haftalık ihtiyaçlarımızı temin etmek için... Ayrıca satın almadan, sadece bakmak için de gidebiliriz. Meaghan Morris'in belirttiği gibi, alışveriş merkezleri farklı kesimler tarafından farklı şekillerde kullanılırlar.

"Bir alışveriş merkezinde, aynı gün içinde farklı kullanım

pratiklerine rastlanıyor: bazı insanlar, belki de hayatlarında ilk ve tek olarak orada bulunuyordur; zaman zaman gelen bazıları o gün belirli bir amaçla ya da rastgele uğramıştır; kimileri ise sadece gezmek için oradadır. Gençlerin, emeklilerin, işsiz ve evsizlerin karşılaşma mekanı ya da bazen sıcak bir sığınak yeri olarak bu merkezleri kullanmaları, bu grupların sosyal işlevlerinin bir parçasıdır."

Tüketim, her zaman, ekonomik bir faaliyetten (ürünlerin tüketimi / malzeme ihtiyacını karşılamak için ticari malların kullanımı) daha ötededir. Ayrıca, tüketimin temelinde hayaller, arzular, kimlikler ve iletişim yatar. Amerika ve İngiltere'de TV'yi bir yana bırakırsak en popüler boş zaman geçirme faaliyeti alışveriş yapmaktır. Kısacası, alışveriş de popüler kültür haline gelmiştir.[2]

John Fiske alışveriş merkezlerini 'tüketim katedralleri' olarak tanımlar. Ancak bu tanımı kullanmaktan hemen pişman olmuştur; çünkü bu tanım, tüketim eylemini dine saygısız ibadet ritüelleriyle eşit tutuyor.[3] Tabii ki Fiske, dini tüketim gerçekliği olarak algılamaktan kaçınıyor. Alışveriş, tüketimin gücüne teslim olmanın pasif bir ritüeli değildir. Tüketimin gerçekliğinin yaratılıp tekrar oluşturulduğu yer gerçek alışveriştir. Michael Schudson'un yaptığı hesaba göre, Amerika'da yeni ürünlerin %90'ının fiyatı yeteri kadar müşteriyi çekebilmek ve onları alışveriş alanında tutmak için düşer. John Sinclair'in hesabına göre, bu oran, Avustralya'da %80'dir. Bu başarısız oran, aşağı yukarı, Simon Frith'in Amerika ve İngiltere'deki kaset ve albüm satışlarıyla ilgili olarak iddia ettiği başarısızlık oranıyla aynıdır (bkz. bölüm 6). Frith'in ifade ettiği gibi, tüketicinin yukarıda da kanıtlanan bu gücü, dini bir cemaatin gücüyle denk değildir. Çünkü hiçbir din, yaymak zorunda olduklarının %80 ya da %90 oranında reddedilmesine tolerans gösteremez.

Bill Pressdee'in, Güney Avustralya'nın Elizabeth kasabasın-

daki işsiz gençlerin yerel alışveriş merkezlerini kullanma biçimi üzerine yaptığı araştırma, tüketimin başka karışıklıklarına işaret ediyor. Elizabethli bu gençler, yerel alışveriş merkezinde cemaat oluştururlar. Amaçları, birşeyler satın almak değil, halkın alışveriş yapabileceği alanları doldurmaktır. Pressdee, bu olaya 'proleter alışveriş' adını veriyor. Gençler bu alışveriş formunu gerçekleştirirken yalnız değildir. Onlara, sık sık, turistler, kötü havadan kaçanlar, vitrinlere bakanlar ve diğer alışveriş merkezinin gelirine katkıda bulunmadan buranın imkanlarından faydalanmaya çalışan insanlar eşlik ederler. Fiske, örnek olarak, dükkanını ziyaret eden her otuz kişiden sadece birinin alışveriş yaptığını ifade eden bir butik sahibini gösteriyor.

Paul Willis, günlük hayatın kültürel tüketiminin, 'yerleşmiş estetikler' olarak ifade ettiği süreçle birlikte işlediğini iddia ediyor.

"Bu, süreç içinde yaratıcı bir öğedir. Ve onun vasıtasıyla anlamlar, semboller ve pratikler tarafından oluşturulur ve onun yerinde semboller ve pratikler seçilir, yeniden seçilir, vurgulanır ve daha ötede uygun ve belirlenmiş anlamları yankılamak için yeniden oluşturulur. Bu tür dinamikler bilişsel olduğu kadar duygusaldır. Estetik çalışmaların işlevini yerine getireceği yer sayısı, estetik çalışmaların kendi sayısı kadar çoktur. Yerleşmiş estetikler ortak kültürün mayasıdır."

Yerleşmiş estetikler, sıradan insanların dünyayı kültürel olarak algılama sürecidir. Yani, algılanan doğal ve sosyal dünyanın onlara dönüştürülme ve daha düşük bir seviyede de olsa (sembolik olarak) onlar tarafından kontrol edilebilir hale getirilme biçimleri... Yerleşmiş estetik değer, asla bir metin ya da pratik için hakiki değildir. Ve her zaman tüketimin duygulu / ruhu okşayıcı / bilişsel hareketinden üretilir. Bu ifade, yaratıcılığı sadece üretim olgusuna yerleştirenlere karşıdır. Çünkü onlar, tüketimi sadece üretim amaçlarının tanınıp tanınmaması ya da yanlış

tanınması olarak algılarlar. Buna karşı çıkan Willis, tüketimin yaratıcılığın sembolik hareketi olduğu konusunda ısrarlıdır. Willis'in temel dayanak noktası, "mesajların şu anda 'kabul etme' işleminde olduğu kadar gönderilmediği ve alınmadığı savıdır... 'Gönderilmiş mesaj' iletişiminin yerini 'yaratılmış mesaj' iletişimi alıyor". Sıkıcı ve banal olarak yargılanan bir metin ya da pratik, tüketimin belirli ilişkileri kapsamındaki üretiminin (kullanım için) temelinde, kültürel olarak muazzam orijinallikte ve çok ilginç şeklinde yargılanabilir.

"İnsanlar, yaşayan kimliklerini, ticarete ve orada oluşturulduğu kadar kültürel malların tüketimine getirirler. Yani, tecrübelerini, duygularını, sosyal konumlarını ticaretle karşılaşmalarında yanlarında taşırlar. Onların bu tür sembolik baskılara başvurmalarının nedeni, hem kültürel ticari malların anlamını sökmek hem de, kısmen de olsa, bu mallar aracılığıyla gerçek hayatta-okulda, komşulukta, üretimde, belli bir cinsiyetin, ırkın, sınıfın, yaşın üyesi olarak- yaşanan çelişkileri ve yapısını anlayabilmektir. Bu gerekli sembolik çalışmanın sonucu, başlangıçta kültürel ticari mallar içinde şifrelenmiş olan birşeyden oldukça farklı olabilir."

Willis'e göre, kar amaçlı yapılan kapitalist yönlendirme, ortak kültürün sembolik yaratıcılığının istismar edebileceği çatışmalar yaratır. Ama bundan önemlisi ve fazlası, bu yönlendirmenin, ortak kültür gerçeğinin yaratılması için gerekli koşulları oluşturmasıdır.

"Diğer ajansların hiçbiri bu gerçeği fark etmedi ya da ona kullanışlı sembolik malzemeler sağlamadı. Ticari girişimcilik bu gerçeği keşfetti. Her ne sebeple bu başarıya ulaşılırsa ulaşılsın, biz bunun tarihsel bir 'tanıma' olduğuna inanıyoruz. Gerçek sürüyor ve geri çevrilemiyor. Ticari kültürel formlar, şu anda kaçamayacağımız ve içinde gerekli sembolik çalışma için kullanıma hazır, daha fazla malzemenin bulunduğu tarihsel bugünü ya-

ratmaya yardımcı olmuşlardır. Bunların içinden, hiçbir ticari kurgulama içinde (ve resmi olarak) hayal edilmemiş formlar ortaya çıkar-ortak kültürü yaratan formlar."

Willis, Lovell'in kapitalizmin büyük ve değişmez bir sistem olmadığı görüşüne katılıyor (bkz. bölüm 6). Örneğin, bir kapitalist altkültür grubunun faaliyetlerinden yakınırken, diğeri aynı grubu ekonomik coşku içinde kucaklar. Zaten ortak kültür gerçeğini yaratan da kapitalist pazarlama sistemindeki bu çelişkilerdir.

"Ticaret ve tüketim, günlük hayatın faaliyetlerinde meydana gelen dinsellik dışı dışavurumların serbest kalmasına yardımcı olmuştur. Ortak kültürün cini, ticari dikkatsizlik sonucu serbest kalmıştır (artık lambada değildir). Arkaya tıkamadan, hangi isteklerin öngörülebileceğini görerek kurgulama ve hayal kurma faaliyetlerimiz var olmalıdır."

Bu durumun gerekli kıldığı telkin, en azından kısmen de olsa, sıradan ve şimdiye kadar uygun olarak işlememiş olan ekonomik mekanizma aracılığıyla 'kültürel serbest bırakma çalışması'nın mümkün olma olasılığıdır. Willis'in 'pazar' olgusunu görmesinin nedeni pazarın sahip olduğu çelişkilerdir - ki bunlar eleştiriler için malzeme oluyor. Ayrıca Willis'e göre pazar, amaçlarına ve çarpıklıklarına rağmen, ortak kültürün sembolik yaratıcılığını mümkün kılar.

"Pazar, insanları birşeylere özendirir ve onlara imkanlar sağlar. Bunun amacı sadece onları bir yere tıkıştırmak değil, aynı zamanda onların gelişmesine önayak olmaktır. Bu imkan ve teşvikler, insanlara yabancı gelse ve her seferinde sömürü amacıyla kullanılsa da, diğer belirgin alternatiflerden daha fazla hizmet sunar... Ve pazar, modern 'tüketici kimliklerin', pazarın temin ettiği metinler ve el ürünleri kapsamında, 'sabit konumları'nı sadece tekrar ettiklerini söylemek için yerleşmiş estetikler karşısında bundan sonra yeterli olmayacaktır. Elbette ki pazar, hiçbir

şeyde kültürel yetki ve güç sağlamaz. Çeşitli seçenekler vardır; fakat seçenek üzerine seçenek -kültürel gündem yaratma gücü - olmaz. Bununla birlikte, pazar, başka hiçbir yerde önerilmemiş olan çelişkili bir yetki sunar. Belki bu, çoğunluğun serbest kalması için en iyi yol değildir; fakat sonuçta daha iyi çözümler için yeni yollar açacaktır."

Belki de Willis fazla kötümser. Ancak kesin bir şey varsa o da basit bir tüketim politikasının olmadığıdır. Erica Carter'ın belirttiği gibi, "pasif yönlendirme ya da aktif olarak kendine mal etme, gerçeklerden kaçma saplantısı veya ütopik fantezi; kısacası tüketimin nedeni bunların hepsi de olabilir, hiçbiri de olmayabilir". Bunun yanı sıra Janice Radway'in ifade ettiği gibi, "anlamaya başlamamız gereken şey, tüketim ve eleştirellik arasındaki kavramsal karşıtlığın birbirine tarihsel olarak bağlı bir yapı olduğudur. Bu yapı, hem tüm tüketimin hareketlerine karşı eleştirilerin olduğu gerçeğini hem de eleştirilerin tamamen bir önceki tüketim hareketine bağlı olduğunu gizlemektedir".

Dipnotlar

1. Jenson, Barry Manilow'a hayran olmakla, hemen hemen aynı şekilde James Joyce'ın da hayranı olunabileceğine inanıyor.

2. Alışveriş merkezlerinde sadece alışveriş yapılmaz. Örneğin, Gatehead'deki yerel bir alışveriş merkezi olan "The Metro Centre"ı ele alalım. Burada yer alan dükkanlar, bowling salonları, restoranlar ve fuar, İngiltere' deki turistleri bu merkeze çeker. Aynı şekilde Meaghan Morris, Queensland, Avustralya'nın kartpostal yeri olarak 'Indooroopilly Shoppingtown'u örnek veriyor.

3. Alışverişimi yaptığım yer olan Gateshead'deki 'The Metro Centre'ın tam mesaiyle çalışan bir rahibi var. Belki de bu istisnai bir durumdur.