Televizyon: Öldüren Eğlence

Neil Postman

GÖSTERİ ÇAĞINDA KAMUSAL SÖYLEM



İngilizceden Çeviren: Osman Akınhay

AYRINTI

7. BASIM

Neil Postman

Televizyon: Öldüren Eğlence

Gösteri Çağında Kamusal Söylem



Ayrıntı: 97879
İnceleme Dizisi: 45

Televizyon: Öldüren Eğlence
Gösteri Çağında Kamusal Söylem
Neil Postman

Kitabın Özgün Adı
Amusing Ourselves to Death
Public Discourse in the Age of Show Business

İngilizce'den Çeviren
Osman Akınhay

Yayıma Hazırlayan
Mehmet Küçük

Son Okuma
Sait Kızılırmak

© Bu kitabın yayım hakları Akcalı Agency aracılığıyla alınmıştır.

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.
This edition published by arrangement with Viking, a member of Penguin Group (USA) Inc.

Bu kitabın Türkçe yayım hakları
Ayrıntı Yayınları'na aittir.

Kapak İllüstrasyonu
Sevinç Altan

Kapak Tasarımı
Arslan Kahraman

Dizgi
Kâni Kumanovalı

Baskı ve Cilt
Ali Laçin - Barış Matbaa-Mücellit
Davutpaşa Cad. Güven San. Sit. C Blok No. 286
Topkapı/Zeytinburnu - İstanbul - Tel. 0212 567 11 00
Sertifika No: 33160

Birinci Basım 1994
Yedinci Basım 2017
Baskı Adedi *2000*

ISBN 978-975-539-058-1
Sertifika No.: 10704

AYRINTI YAYINLARI
Basım Dağıtım San. ve Tic. A.Ş.
Hobyar Mah. Cemal Nadir Sok. No.: 3 Cağaloğlu – İstanbul
Tel.: (0212) 512 15 00 Faks: (0212) 512 15 11
www.ayrintiyayinlari.com.tr & info@ayrintiyayinlari.com.tr

twitter.com/ayrintiyayinevi facebook.com/ayrintiyayinevi instagram.com/ayrintiyayinlari

İNCELEME DİZİSİ
SON ÇIKAN KİTAPLAR

ÇALIŞMAK SAĞLIĞA ZARARLIDIR
Annie Thébaud-Mony

BERABER
Richard Sennett

HAYATIN ANLAMI
Terry Eagleton

DUYURU
Michael Hardt-Antonio Negri

KÜRESELLEŞMENİN SONU MU?
Arif Dirlik

İSYAN PAZARLANIYOR
Joseph Heath & Andrew Potter

VAMPİRİN KÜLTÜR TARİHİ
Gülay Er Pasin

TUHAF ALAN
Burcu Canar

ÜTOPYA
Nilnur Tandaçgüneş

AKIL HASTALIĞI VE PSİKOLOJİ
Michel Foucault

İŞLETME HASTALIĞINA TUTULMUŞ TOPLUM
Vincent de Gaulejac

ETİN CİNSEL POLİTİKASI
Carol J. Adams

TOPLUMLA YÜZLEŞME
Zülküf Kara

iKOMÜNİZM
Colin Cremin

KÜRESEL ÇARKIN DIŞINDA KALANLAR
Kathrin Hartmann

AZINLIĞIN ZENGİNLİĞİ HEPİMİZİN ÇIKARINA MIDIR?
Zygmunt Bauman

PSİKOLOJİDE SÖZ VE ANLAM ANALİZİ
Sibel A. Arkonaç

ÇALIŞMA SORUNU
Kathi Weeks

BENLİK YANILSAMASI
Bruce Hood

VAHŞİ HUKUK
Cormac Cullinan

TÜRKİYE KENTLEŞMESİNİN TOPLUMSAL ARKEOLOJİSİ
Erbatur Çavuşoğlu

MARKSİZMDEN SONRA MARX
Tom Rockmore

OYUN, OYUNBAZLIK, YARATICILIK VE İNOVASYON
Patrick Bateson & Paul Martin

İLAHİ GAZAP:
DEHA NEDİR? DÂHİ KİMDİR?
Darrin M. McMahon

HARCIYORUM ÖYLEYSE VARIM
Ekonominin Gerçek Maliyeti
Philip Roscoe

KREDİOKRASİ
ve Borç Reddi Davası
Andrew Ross

ZİHİN VE DOĞA ARASINDA
Bir Psikoloji Tarihi
Roger Smith

ÖZGÜRLÜK
Zygmunt Bauman

ZAMANI YAŞAMAK
Jean Chesneaux

CAN ÇEKİŞEN İMPARATORLUK
Francis Shor

SÜREKLİ DEVRİM TEORİSİ
Eşitsiz ve Bileşik Gelişim Siyaseti
Michael Löwy

ŞİDDETSİZ DİRENİŞ
Felsefi Bir Giriş
Todd May

İçindekiler

Önsöz 7

Birinci Bölüm

1 Araç, Metafordur 11
2 Epistemoloji Olarak Medya 27
3 Tipografi Amerika'sı 44
4 Tipografi Kafası 61
5 "CE-EE" Dünyası 85

İkinci Bölüm

6 Gösteri Çağı 107
7 "Ve Şimdi de..." 125

8 Beytüllahm'dan Kurtulmak 142
9 Uzanıp Birini Seçmek 155
10 Eğlendirici Bir Faaliyet Olarak Öğretim 175
11 Huxleyci Uyarı 190

Kaynakça 200

Dizin 204

Önsöz

Gözümüzü 1984'e dikmiştik. O yıl gelip de kehanet gerçekleşmeyince sağduyu sahibi Amerikalılar kendilerine usul usul övgüler düzdüler. Liberal demokrasinin kökleri sağlam çıkmıştı. Terör her yere sıçrasa da Orwellcı kâbuslar en azından bize uğramamıştı.

Oysa Orwell'ın uğursuz öngörüsünden başka bir öngörü daha bulunduğunu unutmuştuk: Bu değişik kehanet, Aldous Huxley'in biraz daha eski, biraz daha az bilinen, ancak aynı derecede ürkütücü olan *Brave New World*'uydu.* Okumuş insanlar arasında bile yaygın olan inancın tersine, Huxley

* *Cesur Yeni Dünya*, Çev. Ender Aral, Yılmaz Y., 1989.

ile Orwell'ın kehanetleri aynı şeye ilişkin değildi. Orwell'ın uyarısı, dıştan dayatılan bir baskının bize boyun eğdireceği yönündedir. Huxley'in görüşüne göre ise insanları özerklikleri, olgunlukları ve tarihlerinden yoksun bırakmak için Büyük Birader'e gerek yoktur. Huxley'e göre, insanlar süreç içinde üzerlerindeki baskıdan hoşlanmaya, düşünme yetilerini dumura uğratan teknolojileri yüceltmeye başlayacaklardır.

Orwell kitapları yasaklayacak olanlardan korkuyordu. Huxley'in korkusu ise kitapları yasaklamaya gerek duyulmayacağı, çünkü artık kitap okumak isteyecek kimsenin kalmayacağı şeklindeydi. Orwell bizi enformasyonsuz bırakacak olanlardan, Huxley pasifliğe ve egoizme sürükleyecek kadar enformasyon yağmuruna tutacak olanlardan korkuyordu. Orwell hakikatin bizden gizlenmesinden, Huxley hakikatin umursamazlık denizinde boğulmasından korkuyordu. Orwell tutsak bir kültür haline gelmemizden, Huxley duygu sömürüsüne dayanan içki âlemleri ve tek başına iple asılı bir tenis topuyla oyalanmak gibi şeylerle ömür tüketen önemsiz bir kültüre dönüşmemizden korkuyordu. Huxley'in *Brave New World Revisited*'de belirttiği gibi, tiranlığa karşı direnmek üzere daima tetikte bekleyen kamusal özgürlükçüler ile rasyonalistler, "insanın neredeyse sonsuz olan eğlenme açlığı"nı hesaba katamamışlardı. Huxley, Orwell'in *1984*'ünde insanların acı çekerek denetlendiğine dikkat çekerken; *Brave New World*'da insanlar hazza boğularak denetlenmektedirler. Kısacası Orwell bizi nefret ettiğimiz şeylerin mahvetmesinden korkarken, Huxley bizi sevdiğimiz şeylerin mahvedeceğinden korkuyordu.

Bu kitap, Orwell'in değil, Huxley'in haklı olduğu düşüncesiyle yazılmıştır.

Birinci Bölüm

1
Araç, Metafordur

Tarihimizin farklı devirlerinde, çevresine ışık saçan Amerikan ruhunun odak noktasında farklı şehirler durmuşlardır. Sözgelimi, on sekizinci yüzyılın sonundaki Boston, dünyanın her tarafında yankı yapan (Boston'un varoşlarından başka bir yerde tutuşturulamayacak) bir patlamayı tutuşturan bir politik radikalizm merkeziydi. Bunun duyulması üzerine Virginialılar dahil olmak üzere bütün Amerikalılar yürekten Bostoncu kesilmişlerdi. On dokuzuncu yüzyılın ortasında New York, dünyanın her köşesinden kovulan lanetlilerin Ellis Adası'na gelip tuhaf dillerini ve daha da tuhaf yaşam

tarzlarını ülkeye yaymalarıyla Amerika'nın çeşitli ulusların kaynaştığı bir pota olması fikrinin (en azından İngiliz olmayan bir Amerika'ya sahip olma fikrinin) sembolü haline gelmişti. Yirminci yüzyılın başlarında, Amerika'nın sanayi alanındaki enerjikliğiyle dinamizmini, geniş omuzların ve sert rüzgârların şehri Chicago sembolize etmeye başlamıştı. Gerçi Chicago'nun bir yerinde bir domuz kasabının heykeli yükselmekte, ama bu heykel orada Amerika'nın demiryolları, sığır sürüleri, çelik fabrikaları ve girişimci serüvenler ülkesi olduğu zamanı hatırlatan bir sembol olarak durmaktadır. Nasıl New York Çağı'nı hatırlatan bir Özgürlük Heykeli varsa, aynı şekilde Boston Çağı'nı hatırlatacak bir Hazır Asker Heykeli –yoksa bile– muhakkak olmalıdır.

Bugün de, sembolü otomatik bir büfeyle bir kabare kızının on metre yüksekliğindeki kartondan dev bir resmi olan Nevada'daki Las Vegas şehrine, ulusal karakter ve özlemlerimizin bir metaforu gözüyle bakmalıyız. Zira Las Vegas tamamen eğlence fikrine adanmış bir şehirdir ve bu vasfıyla her türlü kamusal söylemin giderek eğlence biçimine büründüğü bir kültürün ruhunu yansıtmaktadır. Politikamız, dinimiz, haberlerimiz, sporumuz, eğitimimiz ve ticaretimiz; bunların hepsi de protesto unsurunun, hatta halkın etkisinin izine dahi rastlanmayan gösteri dünyasının (show business) hoş uzantılarına dönüşmüştür. Diyeceğim o ki biz, bugün için, ölesiye eğlenme noktasına gelmiş olan bir topluluğuz.

Bu satırları yazdığım sırada, Amerika Birleşik Devletleri'nin Başkanı eski bir Hollywood aktörüdür. Onun 1984 yılı seçimlerindeki başlıca rakiplerinden birisi de 1960'ların en çok izlenen televizyon şovundaki başrolü, astronotu oynayan bir oyuncuydu. Doğaldır ki, hemen onun dünya-ötesi serüveniyle ilgili bir film de çekildi. Yine eski adaylardan George McGovern, popüler bir televizyon şovu olan "Saturday Night Live"ın sunuculuğunu yapmıştı. Daha yakın dönemin adaylarından Peder Jesse Jackson'ın da sunuculuğu vardır.

Öbür yandan, bir seferinde makyajcıların sabotajı yüzünden seçim kaybettiğini iddia eden eski başkanlardan Richard Nixon, Senatör Edward Kennedy'ye ciddi bir başkanlık yarışına atılmaya on kilo vererek başlamasını tavsiye etmiştir. Bugün, anayasada yer almadığı halde, şişman insanların yüksek politik mevki yarışlarından fiilen dışlanmış gibi oldukları bir manzarayla karşı karşıyayız. Kel insanlar da büyük ölçüde yarışın dışında tutulmaktadır. Kozmetik sanatının marifetleriyle gözleri ve bakışları daha etkileyici bir şekle sokulamayanlar da bu yarışın dışındadır. Gerçekten de bir politikacının ustalıkla hâkim olması gereken uzmanlık alanı olarak ideolojinin yerini kozmetiğin aldığı bir noktaya ulaşmış olabiliriz.

Amerika'daki gazeteciler, yani televizyon habercileri de bundan geri kalmazlar. Gazetecilerin çoğu berberlerine haber metinlerinden daha fazla vakit ayırmakta, böylece Las Vegas'ın en göz kamaştırıcı kesimindeki insanların arasına girmeyi başarmaktadırlar. Federal İletişim Yasası'nda o yönde hiçbir madde bulunmamasına rağmen, kamera karşısında güzel görünmeyen insanların "Günün Haberleri"nde halka hitap etmeleri fiilen olanaksızdır. Ekranda güzel görünen insanlar ise yılda bir milyon doları aşan paralar alabilmektedirler.

Amerikan işadamları malların kalitesi ile kullanışlılığının, sunuluşlarındaki ustalıktan daha geri planda kaldığını hepimizden çok önce keşfetmişlerdi. Denebilir ki, kapitalizmin Adam Smith'in övdüğü ya da Karl Marx'ın yerin dibine batırdığı ilkelerinin neredeyse yarısı artık geçerliliğini kaybetmiştir. Amerikalılardan daha iyi otomobil imal ettikleri söylenen Japonlar bile, Toyota'nın yıllık reklam bütçesinden açıkça görülebileceği gibi, ekonominin bilimden ziyade bir temsil sanatı olduğunun farkındadır.

Çok yakın bir zamanda, Billy Graham'ın,* gösteri (show business) dünyasında seksen yılını doldurmakla iftihar eden

* Asıl adı William Franklin Graham olan Billy Graham, ABD'nin ünlü evangelistlerinden birisidir. (ç.n.)

George Burns'e* övgüler düzmekte Shecky Green, Red Buttons, Dionne Warwick, Milton Berle ve diğer teologlarla aynı safta yer aldığını gördüm. Peder Graham, Ebediyet'e hazırlanma konusunda Burns'le karşılıklı espriler patlatılan bir sohbete katılmıştı. İncil'de hiç öyle bir söz geçmediği halde, Tanrı'nın insanları güldürenleri sevdiği konusunda dinleyicilerine güvence veriyordu. Oysa bu, iyi niyetli bir hataydı. Peder Graham yanlışlıkla Tanrı'yla NBC'yi karıştırmıştı sadece.

Dr. Ruth Westheimer, halkın beğeniyle izlediği bir radyo programı ile bir gece kulübü sahnesinde, bir zamanlar yatak odalarıyla sokak köşelerine hapsolmuş dille ve sonsuz çeşitliliğiyle seks hakkında bilgiler aktaran bir psikologtur. Şu sözlerin, hemen hemen Peder Billy Graham kadar eğlendirici birisi olan Dr. Ruth Westheimer'in ağzından çıktığı bildirilmektedir: "Komik olayım diye özel bir çaba harcamıyorum. Ama öyle bir durum ortaya çıktığında bundan yararlanırım. Bana komedyen diyen olursa bunu büyük bir iltifat sayarım. Bir öğretmen dersini mizah duygusu katarak öğrettiği zaman, öğrencileri yolda yürürken bile onun söylediklerini hatırlarlar."[1] Bayan Westheimer burada insanların neyi hatırladıkları ya da akıllarında kalan şeylerden nasıl yararlandıkları konusunu örneklemiyordu, yalnız haklı olduğu bir nokta vardı: Bir komedyen olmak büyük başarıdır. Gerçekten Amerika'da Tanrı, ister vaiz, sporcu, müteşebbis, politikacı ve öğretmen isterse gazeteci olsun, insanları eğlendirme yeteneği ve yapısına sahip olan herkesi kollar. Amerika'da en az eğlendiren insanlar profesyonel komedyenlerdir.

Kültür bekçileri ile kültür adına kaygı duyan insanlar (elinizdeki türde kitapları okuyan insanlar), yukarıda aktardığımız portrelerin abartma değil, aslında klişeleşmiş

* Asıl adı Nathan Birnbaum olan George Burns (d. 1896), küçük yaşlarından beri vodvil, radyo, sinema ve televizyon alanında çalışıp isim yapmış olan Amerikalı bir komedyendir. (ç.n.)

1. Akt. *Wisconsin State Journal*, 24 Ağustos 1983, Bölüm 3, s. 1.

örnekler olduğunu bilirler. Amerika'da kamusal söylem türünün zamanla yok olmasını ve onun bir gösteri (show business) sanatına dönüşmesini gözlemleyip buna dikkat çeken eleştirmen kıtlığı çekilmez. Ancak bu eleştirmenlerin çoğu, eminim, baştan sona zırvalamaya varan bu değişimin kökeni ve anlamının hikâyesini anlatmaya daha yeni yeni girişmektedirler. Israrla bu konu üzerinde duranlar ise örneğin, yaşanan değişimin, tükenmiş bir kapitalizmin kalıntısı ya da tersine, kapitalizmin olgunlaşmasının tatsız bir meyvesi olduğunu, Freud Çağı'nın nevrotik ürünü olarak kendisini gösterdiğini, Tanrı'nın yok olmasına göz yumuşumuzun kefareti olduğunu, her şeyin yaşlı fırsatçılardan, açgözlülükten ve ihtirastan kaynaklandığını söylemektedirler.

Ben sözü edilen bu tür açıklamaları dikkatle inceledim ve onlardan öğrenilecek hiçbir şey olmadığını söylüyor değilim. Marksistler, Freudcular, Lévi-Strausscular, hatta Yaradılış Bilimcileri hafife alınmamalıdırlar. Tabii benim anlatacağım hikâye de hakikate biraz olsun yaklaşırsa kendi payıma hoş bir sürpriz olur bu. Biz hepimiz, Huxley'in bir yerde söylediği gibi, hiçbirimizin bütün hakikati bilecek kadar zekâya ya da bildiğimize inansak bile bunu anlatacak zamana veya anlattıklarımızı doğrulayacak kadar saf dinleyicilere sahip olmamamız anlamında Büyük Özetleyici konumunda olan kişileriz. Ancak gene de elinizdeki metinde, işlediği konuyu daha önceki argümanlardan daha net biçimde kavradığını varsayan bir argümanla *karşılaşacaksınız*. Benim savunduğum argümanın değeri, kökleri Platon'un 2300 yıl önceki gözlemlerine dayanan dolayımsız bir perspektife sahip olmasından gelir. Bu, bütün dikkatini insanın konuşma biçimlerinde yoğunlaştıran ve konuşmalarımızı içerisinde icra etmek zorunda bırakıldığımız biçimlerin bizim hangi düşünceleri uygun bir şekilde ifade edebileceğimizi oldukça güçlü bir tarzda etkileyeceğini bildiren bir boyut barındıran argümandır. Dolayısıyla hangi fikirleri dile getirmenin uygun

olduğu da kaçınılmaz olarak bir kültürün içeriğinin önemli bir unsuru haline gelmektedir.

Ben "konuşma" sözcüğünü metaforik anlamıyla, yalnızca basit sözü anlatmak için değil, aynı zamanda belli bir kültürün insanlarının birbirlerine mesaj iletmelerini sağlayan bütün tekniklerle teknolojilere gönderme yapmak amacıyla kullanıyorum. Bu anlamıyla bütün kültür bir konuşmadır; daha kesin olarak, çeşitli sembolik kalıplarla sürdürülen bir konuşmalar yumağıdır. Biz de burada, kamusal söylem biçimlerinin, bu biçimlerin yüklenebileceği içeriği nasıl düzenledikleri, hatta nasıl dikte ettiklerine dikkat çekmek istiyoruz.

Bununla neyi kastettiğimizi basitçe örneklemek için duman işaretlerinin ilkel teknolojisine bakalım. Amerika Kızılderililerinin bir zamanlar duman işaretleriyle gönderdikleri mesajların tam içeriğini bilemesem de, bu işaretlerle felsefi bir tartışma yapılmadığını rahatlıkla tahmin edebilirim. Duman halkaları varoluşun niteliğiyle ilgili fikirleri yansıtabilecek karmaşıklıkta değildir; ancak bu karmaşıklığa sahip olsaydı bile, bir Cherokee* filozofu, daha ikinci aksiyomunu iletmeye geçmeden önce elindeki bütün odunlarla battaniyeleri tüketirdi. Felsefe yapmak için dumandan yararlanamazsınız. Dumanın biçimi içeriği dışlamaktadır.

Bize daha yakın bir örnek seçersek: Baştan belirttiğim gibi, 27. başkanımız olan, çenesi düşük, yaklaşık 150 kilo ağırlığındaki William Howard Taft gibi birinin günümüz dünyasında başkan adayı olarak önerilebileceğini hayal dahi edemeyiz. Bir insanın vücut şeklinin, yazıyla ya da radyoda, hatta duman işaretleriyle başkalarına hitap ederken ifade ettiği fikirlerinin biçimine etkisi olamaz. Oysa televizyonda bu nokta önemlidir. Yaklaşık 150 kiloluk, üstelik konuşan kocaman bir görüntü, sözün ilettiği mantıksal ya da tinsel ince ayrımları kolayca geri planda bırakacaktır. Zira televizyonda

* Eskiden Güney Allengheny Dağları'nda, şimdi ise Oklahoma ve Kuzey Carolina'da yaşayan bir Kızılderili kabilesinin ferdi. (ç.n.)

söylem büyük oranda görsel imajla yansıtılır; yani televizyon konuşmayı bize sözcüklerle değil, görüntülerle aktarır. Politik sahnede imaj yaratıcısı kişinin ortaya çıkması ve buna bağlı olarak söz yazarının geri plana düşmesi, televizyonun diğer iletişim araçlarından daha farklı bir içerik talep ettiğini kanıtlar. Televizyonda politik felsefe yapamazsınız. Televizyonun biçimi bu içeriğe ters düşmektedir.

Daha karmaşık başka bir örnek verirsek: Onu ifade edecek iletişim aracının bulunmadığı bir dünyada enformasyon, içerik ya da –eğer öyle demeyi tercih ederseniz– "günün haberleri"ni oluşturan "hamur" da yoktu ve olamazdı. Bu sözle bugüne kadar ve bundan sonra dünyanın hiçbir köşesinde yangın, savaş, cinayet ve aşk gibi olayların yaşanmayacağını kastediyor değilim. Benim anlatmak istediğim, bu olayların reklamını yapacak bir teknolojinin olmaması halinde insanların onları izleyemeyecek, bu olayları gündelik işlerinin arasına katamayacak olmalarıdır. Onları iletecek bir araç yoksa bu tip enformasyonlar kültürün içeriğinin bir parçası olamazlar. Bu düşünce (yani, "günün haberleri" denilen bir içeriğin bulunması) tamamen telgrafla birlikte doğup o zamandan beri daha yeni iletişim araçları sayesinde genişletilmiş; dolayısıyla bağlamından koparılmış enformasyonun inanılmaz bir hızla çok uzak yerlere ulaşabilmesi söz konusu olmuştur. Günün haberleri, teknolojik muhayyilemizin bir icadıdır. Daha net bir ifadeyle bir medya olayıdır. Bugün, biçimleri kesik kesik aktarılan sözlere çok uygun düşen iletişim araçlarına sahip olmamız nedeniyle dünyanın her köşesindeki gelişmeleri parça parça izleriz. Işık hızıyla işleyen bir medyası olmayan kültürlerin (diyelim, bir mekân kaplayan en etkili araçları duman işaretleri olan kültürlerin) günün haberleri yoktur. Kendi biçimini yaratacak bir araç (medium) olmazsa günün haberleri de olmaz.

Olabildiğince açık bir şekilde söylersek, bu kitap yirminci yüzyılın ikinci yarısında Amerikan kültür yaşamının en kayda değer olgusunu (Tipografi Çağı'nın gerileyişi ile Televizyon

Çağı'nın yükselişini) araştıran ve bu gelişmeye hayıflanan bir çalışmadır. Birbirlerinden çok farklı iki iletişim aracı aynı fikirlerde buluşamayacağından, bu gelişme kamusal söylemin içeriği ile anlamında köklü ve geri dönüşü olmayan bir değişim yaratmıştır. Basılı yayınların etkisi azaldıkça, politikanın, dinin ve eğitimin içeriği ile kamusal etkinliklerin diğer bütün alanlarında da değişiklikler yapılması, bunların televizyona en uygun yeni bir şekle sokulması gerekmiştir.

Anlattıklarımız Marshall McLuhan'ın aforizması ("araç, mesajdır") gibi kuşkulu görünüyorsa da çizdiğimiz tablonun çağrıştırdığı durumu (McLuhan için söyleyemezsek bile, bugün sessiz kalmayı tercih eden saygın araştırmacılar arasında moda bir eğilimi yansıtmaktadır bu durum) reddedecek değilim. Ben McLuhan ile otuz yıl önce, kendim bir yüksek lisans öğrencisi, o ise tanınmamış bir İngilizce hocasıyken tanışmıştım. Şimdiki gibi o günlerde de McLuhan'ın Orwell ve Huxley geleneğini takip eden birisi (yani, bir kâhin) olduğuna inanıyordum. McLuhan'ın olaylara bir kültür aracılığıyla bakmanın en açık yolunun o kültürün konuşma araçlarını gözlemek olduğu öğretisine bağlılığımı hep korumuşumdur. Şunu da ekleyebilirim ki, böyle bir bakış açısına ilgi duymamı ilk sağlayan, McLuhan'dan çok daha etkileyici, Platon'dan daha eski bir kâhin olmuştu. Bu noktada, henüz gençken İncil üzerine yaptığım incelemelerde, iletişim araçlarının biçimlerinin belli türde içerikleri kolladığı, dolayısıyla bir kültüre hükmedebileceği fikrinin ilk ipuçlarına rastlamış olduğum On Emir'i kastediyorum. İkinci Emir'de, İsraillilerin herhangi bir şeye ilişkin somut imgeler oluşturmaları yasaklanmaktaydı: "Oyma putlardan uzak duracak, yukarıdaki gökyüzünde, aşağıdaki yeryüzünde ya da toprağın altındaki suda gördüğün hiçbir şeyin benzerini yapmayacaksın." Tabii hemen, bu insanların Tanrılarının, bizzat yaşadıkları deneyimleri nasıl sembolize edecekleri –ya da etmeyecekleri– konusunda niçin bir sürü talimat verme gereğini duyduğunu merak etmiştim. Çünkü, *emri veren*

insanların iletişim biçimleri ile bir kültürün niteliği arasında bir bağlantı olduğunu varsaymadıkça bu emrin etik bir sistemin parçası olarak kabul edilmesi tuhaf kaçacaktır. Ve bu buyruktan, kendilerinden esasen soyut ve evrensel bir ilahi varlığı benimsemeleri istenen bir halkın, resim çizme, heykel yapma ya da fikirlerini somut, ikonografik formlarla betimleme alışkanlığını sürdürürlerse buna layık görülmeyecekleri şeklinde bir sonuç çıkarmaya kalkışabiliriz. Yahudilerin Tanrısı Söz'de ve Söz aracılığıyla varolacaktı. En üst düzeyde soyut düşünme yeteneğini gerektiren, eşine rastlanmadık bir anlayışın yansımasıydı bu. Anlaşılan o ki bir kültüre yeni türde bir Tanrı'nın girmesine olanak yaratmak amacıyla ikonografi günah sayılmaya başlamıştı. Kendi kültürlerinin söz-merkezli içeriğini kaybedip görüntü-merkezli bir içerik kazanması sürecine tanıklık eden bizim gibi insanlar, Musa'nın bu emrine kafa yorarak bazı dersler çıkarabilirler. Böyle tahminlerde bulunmakla yanılgıya düşüyor olsam bile, bir kültürdeki mevcut iletişim araçlarının o kültürün entelektüel ve toplumsal meşguliyetlerinin şekillenmesinde başat bir etki yaptığının mantıklı ve özellikle geçerli bir varsayım olduğuna inanıyorum.

Kuşkusuz söz, asli ve vazgeçilmez olan araçtır (medium). Bizi insan yapan, insan olarak kalmamızı sağlayan, aslında insanın anlamını tanımlayan, sözdür. Tabii bu, başka bir iletişim aracı yoksa, bütün insanların aynı şeylerden aynı şekilde söz etmeyi aynı derecede uygun bulacaklarını söylemek değildir. Dil hakkında, dil yapılarındaki değişikliklerin "dünya görüşü" denebilecek değişikliklerle sonuçlanacağını anlayacak kadar bilgi sahibiyiz. İnsanların zaman ve mekân hakkındaki, şeyler ve süreçler hakkındaki düşüncelerinde, kendi dillerinin gramatik özelliklerinin büyük etkisi olacaktır. Buradan hareketle, dünyanın nasıl birleşik bir kütle halinde durduğunu anlama konusunda bütün insanların aynı düşünceleri taşıdıklarını ileri sürmeye cesaret edemeyiz. Gelgelelim, basit sözle sınırlı kalmayan konuşma araçlarının çokluğu ve

çeşitliliğini hesaba kattığımız zaman, değişik kültürlerdeki dünya görüşlerinin ne kadar farklı olabileceğini zihnimizde canlandırabiliriz. Zira kültür, sözün eseri olmakla birlikte, resimden hiyeroglife, alfabeden televizyona kadar her iletişim aracıyla yeni baştan yaratılmaktadır. Dilin kendisi gibi her araç da (medium) düşünceye, ifadeye ve duyarlılığa yeni bir yönelim kazandırarak benzersiz bir söylem tarzının ortaya çıkmasını sağlar. McLuhan'ın "araç, mesajdır" demekle kastettiği kuşkusuz budur. Gene de McLuhan'ın aforizmasının biraz uyarlanması gerekmektedir, çünkü bu haliyle mesajla metaforun karıştırılmasına neden olabilir. Mesaj, dünyayla ilgili özgül, somut bir açıklamayı yansıtır. Ancak bizim medyamızın biçimleri –konuşmaya zemin hazırlayan semboller dahil olmak üzere– bu tür somut açıklamaları yansıtmaz. Bizim medya biçimlerimiz, daha çok, özel gerçeklik tanımlarını yerleştirmeye yarayan anlaşılması zor, ama güçlü içermeleriyle etkili olan metaforlara benzerler. Dünyadaki yaşamımıza ister söz ister basılı yayınlar ister televizyon kamerası merceğinden bakalım, medya-metaforlarımız dünyayı bizim adımıza sınıflandırır, bir sıraya sokar, bir çerçeve çizer, genişletir, küçültür, renklendirir ve dünyanın görünümüne ilişkin savlar ortaya atarlar. Ernst Cassirer'in belirttiği gibi:

> Fiziksel gerçeklik, insanın sembolik faaliyetlerindeki gelişmelerle orantılı olarak geri çekiliyor gibidir. İnsan, şeylerin kendileriyle ilgilenmenin yerine, bir bakıma durmadan kendi kendisiyle konuşmaktadır. İnsan dilsel biçimler, sanatsal imgeler, mitsel semboller ya da dinsel ayinlerle kendi etrafına öyle bir zar örmüştür ki, yapay (bir) aracın dolayımı olmadan hiçbir şey göremez ya da bilemez.[2]

Medyanın aracı işlevi görmesinin özelliği, çok ender haller dışında medyanın müdahalelerinin görebileceğimiz ya da bilebileceğimiz şeyleri yönlendirmedeki rollerinin farkına

2. Frye, s. 227.

varılmamasıdır. Kitap okuyan, televizyon izleyen ya da saatine bakan birisi, bu olayların kendi zihnini nasıl düzenleyip denetlediğiyle genellikle ilgilenmediği gibi, o kitabın, televizyonun ya da saatin çağrıştırdığı dünya fikriyle hiç ilgilenmez. Gene de bilhassa kendi çağımızda, bu gibi şeylerin farkında olan insanlar var. Örneğin Lewis Mumford, bunların farkında olan önemli eleştirmenlerimizden birisidir. Mumford, saate yalnızca zamanı öğrenmek amacıyla bakan türden bir insan değildir. Mumford, ara sıra herkesin ilgisini çekebilen saatlerin içeriğine karşı ilgisiz birisi değildir gerçi, ama ondan çok daha fazla, bir saatin "andan ana geçiş" fikrini nasıl yarattığıyla ilgilenmektedir. Saatlerin felsefesine, metafor olarak saatlere, eğitim sistemimizin bu konuda söyleyecek çok az şeyi, saat yapımcılarının ise hiçbir şeyleri olmamasına kafa yoran Mumford şöyle bir sonuca ulaşmıştır: "Saat, 'ürün'ü saniye ve dakika olan bir makinenin parçasıdır." Böyle bir ürünün imal edilmesiyle saat, zamanı insani olaylardan ayırmak gibi bir etkide bulunur ve dolayısıyla matematik bakımdan ölçülebilir, art arda gelen anlar dizisinden oluşan bağımsız bir dünyaya duyulan inancı besler. Öyle anlaşılmaktadır ki, andan ana geçiş düşüncesi Tanrı'nın ya da doğanın bize sunduğu bir şey değildir. Andan ana geçiş düşüncesini doğuran, insanın bizzat kendisinin yarattığı bir makine parçası hakkında ve onun aracılığıyla kendi kendisiyle konuşmasıdır.

Mumford, *Technics and Civilization* adlı önemli kitabında, ondördüncü yüzyıldan başlayarak saatin bizi nasıl önce zamanı ölçen, daha sonra zamanı tasarruf eden, şimdi de zamana uyan kişiler durumuna getirdiğini göstermektedir. Bu süreçte biz, saniyeler ve dakikalardan oluşan bir dünyada doğanın otoritesinin sarsılıp geri plana düşmesi nedeniyle güneşe ve mevsimlere saygı göstermemeyi alışkanlık edindik. Aslında, Mumford'un işaret ettiği gibi, saatin icat edilmesiyle Ebediyet de insani olayların ölçüsü ve odak noktası olma konumunu kaybetmiştir. Sonuçta, öyle bir bağ olduğu çok az kişinin aklına gelmişse bile, saatin durmayan tiktaklarının

Tanrı'nın ululuğunun zayıflamasıyla ilgisinin, Aydınlanma filozoflarının yazdıkları bütün bilimsel incelemelerden daha fazla olduğunu söyleyebiliriz herhalde. Demek istediğim şu ki, saat insan ile Tanrı arasında, Tanrı'nın kaybeden taraf olarak göründüğü yeni bir konuşma biçimi doğurmuştur. Herhalde, bugün yaşasa Musa da emirlerine şöyle bir yenisini eklerdi: Zamanı temsil eden hiçbir mekanik araç yapmayacaksın.

Alfabenin insan ile insan arasında yeni bir konuşma biçimi doğurduğu, bilimciler arasında şimdilerde yaygın kabul gören bir düşüncedir. Her ne kadar bizim eğitimimizin bu konuda söyleyecek gene çok az şeyi varsa da bir insanın ağzından çıkan sözleri yalnız işitmekle kalmayıp bir de *görebilmek* önemsiz bir olay değildir. Bununla birlikte, fonetik yazının hem yeni bir bilgi anlayışı hem de zekâyla, dinleyicilerle ve soyun devamıyla ilgili yeni bir duygu yarattığı açıktır. Metinlerin gelişiminin erken bir aşamasında Platon bunların farkına varmıştı: "Hiçbir zeki adam" diye yazıyordu Yedinci Mektubu'nda, "kendi felsefi görüşlerini dille, özellikle değişmez nitelikli dille ifade etme riskine girmez; buna yazılı harflere dökülenler de dahildir." Gene de Platon ciltler dolusu yazan verimli bir insandı ve görüşlerin yazılı harflere çevrilmesinin felsefenin sonu değil, başlangıcı olacağını herkesten iyi biliyordu. Felsefe eleştirisiz var olamaz ve yazı da düşüncenin sürekli ve yoğun biçimde irdelenmesini sağlayıp kolaylaştırır. Yazı, sözü dondurur; böylece de gramer uzmanını, mantıkçıyı, retorikçiyi, tarihçiyi ve bilimciyi; kısacası neyin kastedildiğini, nerede hata yapıldığını ve nereye doğru gidildiğini anlayabilmek için dili önlerinde tutmaları gereken kişileri yaratır.

Platon bütün bunları, demek ki yazının algıda bir devrim yaratacağını biliyordu: Bu algı devrimi, dilden yararlanma organı olarak kulaktan göze doğru bir kaymayı temsil ediyordu. Gerçekten de Platon'un bu yöndeki değişikliği cesaretlendirmek üzere öğrencilerinden kendi Akademi'sine girmeden önce ısrarla geometri öğrenmelerini istediği doğrultusunda

bir efsane vardır. Eğer bu doğruysa, sağlam bir düşünceymiş bence. Nitekim büyük edebiyat eleştirmeni Northrop Frye de şunları yazmaktadır: "Yazılı söz basit bir hatırlatıcı işaretten çok daha etkilidir: Yazılı söz geçmişi şimdide yeniden yaratır ve bize, hatırlanan aşina şeyi değil, yaratılan sanrının göz kamaştırıcı yoğunluğunu iletir."[3]

Platon'un yazının sonuçlarıyla ilgili öngörüleri şimdi antropologlarca, özellikle sözün biricik karmaşık konuşma kaynağı olduğu kültürleri inceleyen kişilerce çok iyi anlaşılmıştır. Antropologlar, yazılı sözün –Northrop Frye'nin dediği gibi– basitçe sesin bir yankısı olmadığını bilirler. Yazılı söz bambaşka türde bir ses, birinci sınıf bir sihirbaz numarasıdır da. Nitekim yazıyı icat edenlerin gözüne de kesinlikle böyle görünmüş olmalıydı. İşte bunun içindir ki, Kral Thamus'a yazıyı getirdiği iddia edilen Mısır Tanrısı Thoth'un aynı zamanda büyü tanrısı olması bizi hayrete düşürmemelidir. Bizler yazıda hayret edilecek bir yan görmeyebiliriz, oysa antropologlarımız yazının ufkunun, sırf konuşmakla (kimseyle yapılmayan, buna rağmen herkesle yapılıyor olan bir konuşma türü) sınırlı kalan insanlara ne kadar acayip ve büyülü göründüğünü çok iyi bilirler. Bir metne bir soru yönelttiğimiz zaman karşılaştığımız suskunluktan daha tuhaf ne olabilir? Her kitap yazarının başına geldiği gibi, metafizik bakımdan, gözle görülmeyen bir dinleyici kitlesine hitap etmekten daha şaşırtıcı ne olabilir? Ve bilinmeyen bir okurun kendisini onaylamayacağını ya da yanlış anlayacağını bilmekten ötürü insanın yazdıklarına çekidüzen vermesinden daha garip ne olabilir?

Bütün bunları sıralamamın nedeni, bu kitabımda, kendi kabilemizin bugün yazının sihrinden elektroniğin sihrine doğru nasıl muazzam ve tüyler ürpertici bir değişim geçirdiğini konu almış olmamdır. Benim burada işaret etmek istediğim nokta, yazı gibi bir teknik ya da bir saat kültürüne

3. Frye, s. 217.

geçişin salt insanın zamanı dondurma gücünün bir uzantısı olması değil, aynı zamanda insanın kendi düşünme biçiminin (ve elbette, kültürün içeriğinin) yapısal bir değişim geçirmesini yansıtmasıdır. Nitekim araca (medium) metafor demekle kastettiğim şey de budur. Bize okulda, oldukça doğru bir biçimde, bir metaforun herhangi bir şeyi başka bir şeyle karşılaştırarak neye benzediğini çağrıştırmaya yaradığı anlatılır. Ve o metafor, düşündürdüğü şeyin etkisiyle, zihnimizde diğeri olmadan o şeyi de tahayyül edemeyeceğimiz bir bakış açısı doğurur: Işık, bir dalga; dil, bir ağaç; Tanrı, akıllı ve muhterem bir insan; zihin, bilgiyle aydınlatılan karanlık bir mağara olur. Ve bu metaforların artık işimize yaramadığı zamanlarda da doğal olarak o işlevi görecek başka metaforlar bulmamız gerekir. Böylece ışığa bir tanecik, dile bir nehir, Tanrı'ya (Bertrand Russell'ın iddia ettiği gibi) bir diferansiyel denklem, zihne işlenmeyi bekleyen bir bahçedir, deriz.

Oysa bizim medya-metaforlarımız bunlar kadar net ya da canlı değil, çok daha karmaşık yapıdadırlar. Onların metaforik işlevlerini anlamamız için ilettikleri enformasyonun sembolik biçimlerini, kaynağını, niceliğini ve hızını, bu enformasyonların hangi bağlamda yaşantılandığını da dikkate almamız gerekmektedir. Demek ki onları kavramak için biraz kazı çalışması yapmak zorundayız. Örneğin, bir saat, zamanı bağımsız, matematiksel bakımdan kesin bir devamlılıkla yeniden yaratır; yazı, zihni deneyimin üzerine kazındığı bir tablet olarak yeniden yaratır; telgraf, haberi bir meta olarak yeniden yaratır. Buna rağmen, yarattığımız her araçta şeyin kendi işlevinin ötesine giden bir fikrin içerili olduğu varsayımından yola çıkarsak, bu kazma işlemimiz daha kolaylaşır. Örneğin, on ikinci yüzyılda gözlüğün bulunmasının, sadece görme kusurlarını gidermekle kalmayıp insanların doğanın lütuflarını ya da zamanın yarattığı tahribatları nihai olarak kabullenmeleri gerekmediği düşüncesini sunduğuna dikkat çekilmiştir. Gözlüğün bulunması, hem bedenlerimizin hem de zihinlerimizin geliştirilebileceği düşüncesini doğurarak

anatominin kader olduğu inancını çürüttü. On ikinci yüzyılda gözlüğün bulunması ile yirminci yüzyılda gen bölünmesi araştırmaları arasında bir bağlantı bulunduğunu söylemenin büyük bir abartı olacağını sanmıyorum.

Gündelik kullanımımızda hemen hiçbir işimize yaramayan mikroskop gibi bir alet bile, kendi bağrında, biyolojiyle değil de daha çok psikolojiyle ilgili hayret edilesi bir fikir taşımaktaydı. O zamana kadar gözle göremediğimiz bir dünyayı herkesin önüne seren mikroskop, zihnin yapısıyla ilgili çeşitli olasılıklar üzerinde kafa yormamızı sağladı.

Eğer şeyler göründükleri gibi değillerse, eğer mikroplar derimizin üstünde ve altında bize görünmeden gizli gizli dolaşıyorlarsa, eğer gözle görünmez olan görünür olanı denetliyorsa, o zaman altbenlerin, egoların ve süper-egoların da görünmeyen bir yerlerde pusuda beklediğinden söz edemez miyiz? Psikanaliz zihne bakan bir mikroskoptan başka nedir ki? Zihinle ilgili nosyonlarımız, kullandığımız aletlerin yarattığı metaforlardan başka nereden gelmektedir? Bir kişinin IQ derecesinin 126 olduğunu söylerken neyi kastederiz? İnsanların başlarında numaralar yoktur. Zekânın, bizim öyle olduğuna inanmamızın dışında, bir miktarı ya da hacmi yoktur. Peki ama, neden öyle olduğuna inanırız? Çünkü, bize zihnin öyle olduğunu düşündüren aletlerimiz vardır. Gerçekten, düşünce aletlerimiz bizde, birisinin "biyolojik saati"nden söz ettiği, hepimizin "genetik kodlar"ımızdan söz ettiğimiz, birinin yüzünü bir kitap gibi okuduğumuz ya da yüz ifadelerimizin niyetlerimizi olduğu gibi yansıttığı anlarda olduğu gibi bedenlerimizin görünümüne ilişkin çağrışımlar uyandırırlar.

Galileo doğanın dilinin matematikle yazıldığını söylediği zaman, bunu yalnızca bir metafor olarak aktarıyordu. Doğanın kendisi konuşmaz. Ayrıca zihinlerimiz, bedenlerimiz ya da –bu kitabın konusuyla daha ilgili olduğundan– bir politik birim oluşturan halklarımız da konuşmaz. Bizim doğayla ve kendimizle ilgili konuşmalarımız, kullanmayı

uygun ve olanaklı gördüğümüz "diller"le yürütülmektedir. Doğayı, zekâyı, insani motivasyonu ya da ideolojiyi "olduğu" gibi değil, yalnızca dillerimizdeki gibi görürüz. Ve dillerimiz bizim medyamız, iletişim araçlarımızdır. Medyamız metaforlarımızdır. Kültürümüzün içeriğini metaforlarımız yaratır.

2
Epistemoloji Olarak Medya

Bu kitaptaki amacım, Amerika'da büyük bir medya-metaforu değişimi yaşandığını, sonuçta kamusal söylemlerimizin önemli bölümünün içeriğinin tehlikeli boyutlarda saçmalaştığını göstermektir. Amacımın bu olduğu akılda tutulunca, ilerideki bölümlerde üzerime düşen görev bütün netliğiyle ortaya çıkar. İlk önce, Amerika'daki söylemin basım makinesinin denetimindeyken şimdikinden ne kadar farklı (genel olarak daha tutarlı, ciddi ve rasyonel) olduğunu, daha sonra, televizyonun denetimine geçince nasıl ufkunun daralıp saçmalaştığını göstermek zorundayım.

Gelgelelim, analizimin klişeleşmiş bir akademik sızlanma, televizyondaki "zırvalıklar"a karşı bir tür elitist yakınma şeklinde yorumlanması ihtimalini ortadan kaldırmak için, öncelikle estetik ya da edebiyat eleştirisinde değil, epistemoloji üzerinde odaklandığımı açıklamam gerekiyor. Aslında nerede bir zırvalama olduğunu yanı başımdaki bir adam kadar açıkça ayırabilirim ve matbaanın da Büyük Kanyon'u taşıracak kadar zırvalık ürettiğini çok iyi biliyorum. Televizyon, matbaanın ürettiği zırvalıklarla boy ölçüşecek kadar eski de değildir henüz.

Dolayısıyla televizyondaki saçma sapan programlara hiçbir itirazım yok. Kaldı ki bence televizyondaki en iyi şeyler bu saçma sapan programlardır. Çünkü hiç kimseyi ya da hiçbir şeyi ciddi olarak tehdit etmezler. Ayrıca, bir kültürü ürettiği apaçık saçmalıklarla değil, kayda değer saydığı şeylere bakarak ölçeriz. Bizim problemimiz burada yatar; zira televizyon, en saçma ve dolayısıyla en tehlikeli haline, büyük emeller peşinde koştuğu zaman, kendisini önemli kültürel konuşmaların taşıyıcısı olarak sunduğu zaman kavuşur. Bundaki ironi, entelektüeller ile eleştirmenlerin televizyonu durmadan bu yola doğru itiyor olmalarıdır. Entelektüellerle eleştirmenlerin kusuru, televizyonu yeterince ciddiye almamalarıdır. Zira matbaa gibi televizyon da her şeyden önce bir retorik felsefesidir. Televizyonu ciddiye aldığımızı ortaya koymak için de epistemolojiden söz etmemiz gerekmektedir. Başka türdeki yorumların hiçbir önemi yoktur.

Epistemoloji, bilginin kökenleri ve niteliğiyle ilgili olan karmaşık ve genellikle anlaşılması güç bir konudur. Epistemolojinin konusunun bizi ilgilendiren yanı, hakikat tanımlarına duyduğu ilgi ile hakikat tanımlarının doğduğu kaynaklardır. Ben bilhassa, hakikat tanımlarının en azından bir ölçüde enformasyonu taşıyan iletişim aracının karakterine bağlı olduğunu, medyanın epistemolojilerimize ne kadar işlemiş olduğunu göstermeyi istiyorum.

Kastettiğim şeyi "Epistemoloji Olarak Medya" adlı bu bölüm başlığıyla basitleştirmeyi umduğumdan, Northrop Frye'nin çıkış noktası olan ve rezonans diye adlandırdığı ilkeyi ödünç almakta yarar görüyorum. "Rezonans sayesinde" diye yazar Frye, "özgül bir bağlamdaki özgül bir açıklama evrensel bir anlam kazanır".[1] Frye, açıklayıcı bir örnek olarak, ilkin Isaiah'ın,* Edomluların** katledilmesini ballandıra ballandıra anlatırken kullandığı "gazap üzümleri" deyişini göstermektedir. Frye sözlerini şöyle sürdürür: "Ancak 'gazap üzümleri' deyişi, çoktandır kendi bağlamından koparılıp yeni yeni bağlamlara; sırf bağnazlıkları yansıtmakla kalmayan, onun yerine insani ortama bir ciddiyet kazandıran bağlamlara taşınmıştır."[2] Frye bunu belirttikten sonra, 'rezonans' fikrini, deyişleri ve cümleleri aşacak şekilde genişletir. Bir oyun ya da öyküdeki bir karakter (diyelim, Hamlet ya da Lewis Carroll'un Alice'i) bir rezonans sağlayabilir. Nesneler ve ülkeler de rezonans sağlayabilir: "İpince bir dilim gibi araya sıkışmış iki ufak ülkenin –Yunanistan ile İsrail– en küçük coğrafik ayrıntıları, bu ülkeleri görmüş olalım olmayalım, kendi hayal dünyamızın haritasının bir parçasını oluşturacak derecede bilincimizde yer etmişlerdir."[3]

Frye, rezonansın kaynağı sorununu ele alırken metaforun üretici bir gücü olduğu, yani bir deyişin, bir kitabın, bir karakterin ya da bir tarihin çeşitli tutum veya deneyimleri birleştirip anlamla donatma gücünü sağladığı sonucuna varır. Böylece Atina, rastladığımız her örnekteki entelektüel başarının; Hamlet, kararsız kalmanın; Alice'in yolculukları, semantik saçmalıklarla dolu bir dünyada düzen arayışının metaforu haline gelirler.

---

1. Frye, s. 217

* M.Ö. Sekizinci yüzyılda Yahudi'da hizmet edip topluluk yaşamındaki bozulmaya karşı çıkan en önemli İbrani peygamberi. (ç.n.)

** Yakup Peygamber'in erkek kardeşi olan Ays'ın (Esav) torunlarına verilen ad. (ç.n.)

2. Frye, s. 218.

3. Frye, s. 218.

Şimdi Frye'den ayrılıyorum (eminim kendisi de buna itiraz etmez), ama sözcüğünü beraberimde götüreceğim. Bence her iletişim aracının (medium) rezonansı vardır, zira rezonans apaçık bir metafordur. Kullanımının asıl ve sınırlı bağlamı ne olursa olsun, bir aracın (medium) bu bağlamı yeni ve beklenmedik bağlamlara taşıma gücü vardır. Araç (medium), bizi zihinlerimizi düzenleyip dünyaya ilişkin deneyimimizi bütünleştirmeye yönelttiğinden, kendini bilincimize ve toplumsal kurumlarımıza melez biçimlerle kabul ettirmeye çalışır. Bazen dindarlık, fazilet ya da güzellik kavramlarımızı etkileyecek kadar gücü bile olur. Araç (medium), hakikate ilişkin fikirlerimizi tanımlama ve düzenleme biçimlerimizde de her zaman kendine bir yer bulur.

Bunun nasıl olduğunu (bir iletişim aracının yöneliminin bir kültürü gözle görünmez, ancak hissedilir biçimde etkisine almasını) izah etmek üzere hakikati açığa çıkarmakla ilgili üç örnek aktaracağım.

İlk örnek, hiç yazı sistemi bulunmayan, sivil hukukla ilgili fikirleri zengin sözel gelenekle şekillenen bir Batı Afrika kabilesinden alınmıştır.[4] Bu kabilede bir anlaşmazlık çıktığı zaman, sorunu olanlar kabile şefinin huzuruna gelip dertlerini anlatırlar. Kabile şefinin görevi, kendisine yol gösterecek yazılı bir hukuk bulunmadığından, belleğindeki çok geniş atasözleri ve deyişler repertuvarından duruma en uygun ve her iki tarafı da tatmin edecek olanını arayıp bulmaktır. Bu başarılınca bütün taraflar adaletin yerine geldiğinde, hakikatin ortaya çıktığında hemfikir olurlar. Kuşkusuz hemen, bunun ağırlıkla İsa'nın ve İncil'de adı geçen diğer kişilerin yöntemi olduğunun farkına varırsınız (bu kutsal kişiler de özünde sözel bir kültürde yaşadıklarından, hakikati keşfedip ortaya çıkarmanın bir aracı olarak her türlü söz kaynaklarından –hafızayı güçlendirici buluşlar, formül biçimindeki ifadeler ve meseller dahil olmak üzere– yararlanıyorlardı).

4. Akt. Ong, "Literacy and the Future of Print", s. 201-202.

Walter Ong'un işaret ettiği gibi, sözel kültürlerde atasözleriyle deyişler rastgele bulunmuş araçlar değillerdir: "Onlar geçmişten geleceğe aktarılırlar. Bizzat düşüncenin özünü oluştururlar. Genişletilmiş biçimdeki düşünce, bunlar olmadan ortaya çıkamaz; çünkü düşünce, atasözleriyle deyişlerden oluşmaktadır."[5]

Bizler atasözleriyle deyişlere, daha çok, çocuklar arasındaki ya da çocuklarla olan anlaşmazlıkları çözmekte başvururuz: "Mülkiyet hukukun onda dokuzudur." "İlk hizmeti ilk gelen görür." "Acele işe şeytan karışır." Bunlar, kendimizden küçüklerle çıkan ufak bunalımlarda işimize yarayan, ancak "ciddi" konuların karara bağlanacağı bir mahkeme salonunda gülünç kalacak olan sözlerdir. Bir mübaşirin jüriye karar verip vermediğini sormasını ve sorusunun karşılığında "Hata yapmak insana, bağışlamak Tanrı'ya özgüdür" yanıtını almasını düşünebilir misiniz? Ya da "Sezar'ın hakkını Sezar'a, Tanrı'nın hakkını Tanrı'ya verelim" diyebilirler mi? Yargıç belki çok kısa bir an etkilenebilir, ama bunun hemen arkasından "ciddi" bir sözlü açıklama gelmezse, jüri en suçlu sanıklardan daha uzun bir cezaya çarptırılabilir.

Yargıçlar, avukatlar ve sanıklar, atasözlerini ya da deyişleri hukuksal anlaşmazlıklarla ilgili bir karşılık saymazlar. Bu bakımdan, bir medya-metaforu tarafından kabile şefinden ayrılırlar. Çünkü, hakikati öğrenme yöntemini hukuk kitaplarının, dava özetlerinin, celp kâğıtlarının ve öteki yazılı malzemelerin belirleyip düzenlediği ve basılı evraklarla çalışan mahkeme salonunda, sözel gelenek rezonansının –hepsini değilse bile– çoğunu kaybetmiştir. Bir tanığın ruh halini daha doğru yansıtanın yazılan değil, ağızdan çıkan söz olduğu varsayımıyla tanıklığın sözlü olarak yapılması beklenir. Gerçekten de pek çok mahkeme salonunda jüri üyelerinin not tutmalarına izin verilmediği gibi, kendilerine yargıcın hukuksal açıklamalarının yazılı kopyaları da teslim edilmez.

5. Ong, *Orality*, s. 35.

Jüri üyelerinden hakikati *dinlemeleri* ya da tersi bir ifadeyle, okumamaları beklenir. Demek ki, hukuksal hakikat anlayışımızda bir rezonanslar çatışması bulunduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca bu saptamaya, bir yandan hakikati aktarmakta sözün ve yalnızca sözün gücüne inancın hâlâ kaybolmadığına dikkat çekerken, öbür yandan yazının ve bilhassa basılı yazının güvenilirliğine çok daha güçlü bir inanç beslendiğini ekleyebiliriz. Yazıya güvenen ikinci inançta şiirlere, atasözlerine, deyişlere, mesellere ya da sözlü bilgeliğin diğer ifade ediliş biçimlerine pek tolerans gösterilmez. Hukuk, yasa koyucularla yargıçların yazmış oldukları şeydir. Bizim kültürümüzde avukatlar bilge olmak zorunda değillerdir, ama davayı iyi özetleyip yürütmek zorundadırlar.

Rezonansların çatıştığı benzer bir paradoksa üniversitelerde de rastlanır. Şöyle ki, geçmişten bugüne, sözün hakikatin asli taşıyıcısı olduğu nosyonuna dayanan çok az gelenek kalmıştır. Üniversitedeki hakikat anlayışları, çoğunlukla basılı sözlerin yapısı ve mantığıyla sıkı sıkıya bağıntılıdır. Bu noktayı örneklemek açısından, "sözlü doktora sınavı" diye bilinen ve hâlâ yaygın olarak uygulanan, ortaçağdan kalma bir tören sırasında yaşanmış kişisel bir deneyimi aktarayım. *Ortaçağ* sözcüğünü asıl anlamıyla kullanıyorum, çünkü ortaçağda öğrenciler, daima sözlü sınavlardan geçirilirdi ve bu gelenek bir adayın yazarak ifade ettiği şeyleri sözle de aktarmayı becermek zorunda olduğu varsayımıyla bugüne kadar sürdürülmüştür. Ama elbette en önemli olan yazılı çalışmalardır.

Aktarmak istediğim örnekte, hakikati öğrenmenin geçerli biçiminin ne olduğu sorunu, çok ender başarılabilecek düzeyde bir bilince ulaşma sorunu olarak konulmuştu. Söz konusu aday, hazırladığı tezine, bir alıntıyı belgelemek amacıyla şöyle bir dipnot düşmüştü: "Araştırmacıya 18 Ocak 1981'de Roosevelt Hotel'de Arthur Lingeman ile Jerrold Gross'un huzurunda şifahen aktarılmıştır." Bu, sözlü sınav yapanlardan beş kişiden dördünün dikkatini çekmiş; onlar da bu aktar-

mayı bir belgeleme örneği olarak uygun bulmamışlar, bir kitap ya da makaleden yapılacak bir alıntıyla değiştirilmesi gerektiğini düşünmüşlerdi. "Siz bir gazeteci değilsiniz" demişti profesörlerden birisi, "sizden bir bilim adamı olmanız bekleniyor." Aday da herhalde Roosevelt Hotel'de dinlediği hikâyenin yayımlanmış bir açıklama olmadığını bildiğinden, dinlediği sözlerle ilgili tanıkları olduğu, onların bu alıntının doğruluğuna şahitlik edebilecekleri, bir fikrin iletiliş biçiminin o fikrin içerdiği hakikatle ilgisinin bulunmadığı gerekçesiyle kendisini savunmakta ısrar etti. Kendini konuşmaya kaptıran aday, tezinde yayımlanmış üç yüzü aşkın referans yer aldığını, sınavı yapanların bu alıntıların bir tanesini dahi kontrol etmeleri ihtimali bulunmadığını ileri sürüp şu soruyu sormuştu: Niçin basılmış bir yayına gönderme yapan bir alıntının doğru olduğunu *varsayıyorsunuz* da bir konuşmaya atfen yapılmış bir alıntının doğru olduğunu varsaymıyorsunuz?

Adayın aldığı yanıt şöyle olmuştu: Bir fikrin iletiliş biçiminin o fikrin içerdiği hakikatle ilgisinin bulunmadığına inanmakla yanılıyorsunuz. Akademik dünyada, yayımlanmış sözler ağızla ifade edilen sözlerden daha prestijli ve sahicidir. İnsanların ağızlarından çıkan sözlerin, kâğıda aktardıkları sözlere göre gelişigüzel konuşmalar olduğu düşünülmektedir. Yazılı sözlerin ise yazarının üzerinde kafa yorup dikkatle gözden geçirdiği, otoritelerle editörlerin değerlendirme süzgecinden geçen sözler olduğu varsayılmaktadır. Yazılı sözü doğrulayıp çürütmek daha kolaydır ve yazılı söz kişisel-olmayan, nesnel bir kılıfla donatılmıştır; bu yüzden tezinizde kendinize isminizle değil "araştırmacı" sıfatıyla gönderme yapıyorsunuz. Yani, yazılı söz doğası gereği bir bireyi değil, bütün dünyayı muhatap almaktadır. Yazılı söz dayanıklı, ağızdan çıkan söz uçucudur; dolayısıyla yazı hakikate konuşmadan daha yakındır. Kaldı ki, sizin de komisyonun yalnızca sınavı geçtiğinizi sözlü olarak bildirip başka hiçbir şey yapmaksızın çekip gitmesinden ziyade bu komisyondan

sınavdan geçtiğinizi (geçmeniz gerekiyorsa) gösteren yazılı bir belge almayı tercih edeceğinizden eminiz. Bizim yazılı açıklamamız "hakikat"i temsil edecek; sözlü mutabakatımız ise ancak bir söylenti olacaktır.

Aday mantıklı biçimde, komisyonun önerdiği değişiklikleri yapacağını, "sözlü" sınavdan geçerse bunu kanıtlayan yazılı bir belge almayı yürekten istediğini belirtmenin dışında hiçbir şey söylemedi. Sonuçta aday sınavdan geçti. Bu sürede gerekli sözleri yazıya aktarmıştı.

Medyanın epistemolojilerimiz üzerindeki etkisinin üçüncü örneği ünlü Sokrates duruşmasından alınabilir. Sokrates savunmasının başında, beş yüz kişilik bir jüriye hitap ederken, iyi hazırlanmış bir konuşması olmadığı için özür dileyerek başlar. Atinalı kardeşlerinden sözünü kesmemelerini diler, kendisini başka şehirden gelmiş bir yabancı saymalarını ister ve onlara allayıp pullamadan yalnızca hakikati aktaracağına dair söz verir. Söze bu şekilde başlamak Sokrates'in kendine özgü bir tutumdu kuşkusuz, ama onun içinde yaşadığı çağ açısından karakteristik bir durum değildi. Zira, Sokrates'in çok iyi bildiği gibi, Atinalı kardeşleri retorik ilkeleri ile hakikatin ifade edilmesini birbirinden bağımsız saymıyorlardı. Sokrates'in savunması bizim gibi insanlara çok cazip gelir, çünkü biz bir retoriği süslü bir konuşma tarzı (genellikle tumturaklı, yapay ve gereksiz sözlerle dolu bir konuşma) olarak düşünmeye alışkın insanlarız. Oysa retoriği bulan insanlar, yani M.Ö. beşinci yüzyılda Yunanistan'da yaşayan Sofistlerle onların mirasçıları açısından, retorik hem dramatik bir temsil fırsatı sağlıyordu hem de tanıklıklarla kanıtları düzenlemenin, dolayısıyla hakikatı iletmenin hemen hemen vazgeçilmez bir aracıydı.[6]

Retorik, Atinalıların eğitimi bakımından (felsefeden çok daha önemli) can alıcı bir yere sahip olduğu gibi, ayrıca büyük değer verilen bir sanat biçimiydi. Yunanlıların gözünde,

6. Ong, *Orality*, s. 109.

retorik söze dökülmüş bir yazı biçimiydi. Retorik, daima sözlü temsili gerektirmekle birlikte, retoriğin hakikati gün ışığına çıkarma gücü yazılı sözcüklerin argümanları belli bir düzenlilikle ortaya koymasında yatıyordu. Platon da işte bu hakikat anlayışına karşı çıkmasına rağmen (bunu Sokrates'in savunmasından da çıkarabiliriz), onun çağdaşları retoriğin "doğru kanaat"ın keşfedilmesi ve ifade edilmesinin asli aracı olduğuna inanmaktaydılar. Retoriğin kurallarını küçümsemek, düşünceleri uygun yerlerde vurgu yapmadan veya hiç coşku katmadan gelişigüzel aktarmak, dinleyicilerin zekâsına hakaret etmek diye algılanıyor ve yalan söylendiğini düşündürüyordu. Demek ki, Sokrates'in mahkûm edilmesi yönünde oy veren 280 jüri üyesinden birçoğunun, Sokrates'in tavrının –kendi anladıkları biçimiyle– gerçekle bağdaşmadığı düşüncesiyle oy kullandıklarını varsayabiliriz.

Gerek bu, gerek daha önceki örneklerle vardığım nokta, hakikat kavramının, ifade biçimlerinin içerdiği yönelimlerle yakından bağlantılı olduğudur. Hakikat kendini süslenmemiş bir biçimde göstermez, asla da göstermemiştir. Hakikat asıl giysisiyle görünmek zorundadır, yoksa geçerliliği kalmaz (ve bu da "hakikat"in bir tür kültürel önyargı olduğunu söylemenin başka bir yoludur). Her kültür "hakikat"in, başka bir kültürün belki de önemsiz ya da gereksiz sayabileceği belli sembolik biçimler içinde gerçekten sahici bir biçimde ifadesini bulabileceğini düşünür. Aslında, Aristoteles'in devrindeki Yunanlılar ile onlardan sonraki iki bin yıl boyunca, bilimsel hakikatin keşfedilip ortaya koyulmasının en iyi yolu, şeylerin doğasının çıplak gözle görülen öncüllerden çıkarsanarak ifade edilmesiydi. Nitekim, Aristoteles'in kadınların dişlerinin erkeklerinkinden daha az olduğuna, ana rahmine düştüklerinde rüzgâr kuzeyden esiyorsa çocukların daha sağlıklı olacağına inanması bu yaklaşıma dayanıyordu. Aristoteles iki kere evlenmişti, ancak bildiğimiz kadarıyla, eşlerinin ikisinin de dişlerini saymak aklına gelmemişti. Aristoteles'in doğum konusundaki fikirlerine gelince, onun

hiç anket düzenlemediğini ve perde arkalarına gizlenerek insanları dikizlemediğini rahatlıkla düşünebiliriz. Bu tür davranışlar ona hem yakışıksız hem de gereksiz görünüyordu, çünkü şeylerin hakiki yüzünü sergilemenin yolu bu değildi. Aristoteles'e göre, tümdengelimci mantığın dili daha emin bir yol sunuyordu.

Aristoteles'in önyargılarıyla hemen alay etmeye kalkmamalıyız. Biz modernlerin hakikat ile sayısal çözümleme arasında kurduğumuz denklemde olduğu gibi, kendimizin de yeterince önyargımız vardır. Örnek verdiğimiz az önceki önyargımızla, bütün yaşamı sayıların egemenliğine tabi kılmaya çalışan Pitagoras ile izleyicilerinin mistik inançlarına hayret uyandıracak derecede yaklaşırız. Psikologlarımız, sosyologlarımız, ekonomistlerimiz ile diğer çağdaş büyücülerin pek çoğu hakikati ya sayılarla anlayabilecek ya da hiç anlayamayacak durumdadırlar. Sözgelimi, yaşam standartlarımızla ilgili gerçekleri bir şiir okuyarak, Doğu St. Louis'teki bir gece yürüyüşünde başına gelenleri anlatarak ya da zengin bir adam, bir deve ve iğne deliği hakkındaki deyişten başlayıp bir dizi atasözü ve mesel sıralayarak ifade eden modern bir ekonomist hayal edebilir misiniz? Eğer söylerse, bunların ilki konuyla ilgisiz bulunarak dikkate bile alınmayacak, ikincisi basit bir anekdottan ibaret görülecek, üçüncüsü de çocukça bir çaba sayılacaktır. Gene de bu dilsel biçimlerle gerek ekonomik ilişkiler gerekse başka ilişkiler hakkındaki gerçeklerin ifade edilebilmesi kesinlikle olanaklıdır; zaten pek çok insan da bu yola başvurmuştur. Ancak, zihinleri değişik medya-metaforlarıyla şekillenen modern kafalarda, ekonomideki hakikatin en iyi biçimde sayılarla keşfedilip ifade edilebileceği inancı hâkimdir. Belki doğrudur bu. Ama benim tartışmak istediğim konu başkadır. Bana göre, hakikati ortaya çıkarmanın çeşitli biçimlerinde keyfiliğin belli ölçülerde ağırlığı vardır. Galileo'nun *doğanın* dilinin matematikle yazıldığını söylediğini aklımızdan çıkarmayalım. Ama doğal ki *her şeyin* matematik diliyle yazıldığını söylüyor değildi. Doğayla ilgili hakikatin de

matematik diliyle ifade edilmesi gerekmez mutlaka. İnsanlık tarihinin büyük bölümü açısından doğanın dili aynı zamanda mitosun ve ayinin dili olmuştur. Bu biçimlerin doğayı tehdit etmeme ve insanoğlunun doğanın bir parçası olduğu inancını besleme gibi erdemleri olduğu da belirtilmeli. Ancak doğa üzerinde konuşmanın doğru yolunu buldukları iddiasıyla böbürlenmek, gezegeni havaya uçurmaya hazır bir topluluğa pek uygun düşmemektedir.

Bu sözlerle epistemolojik göreciliği savunuyor değilim. Hakikati öğrenmenin bazı yolları diğerlerinden daha iyi olduğundan, o biçimleri benimseyen kültürler üzerinde daha sağlıklı etkilerde bulunurlar. Burada sizi, basılı söze dayalı bir epistemolojinin gerileyişinin ve bununla bağlantılı olarak televizyona dayalı bir epistemolojinin yükselişinin kamusal yaşam açısından ciddi sonuçlar doğurduğuna, her geçen dakika bizi gittikçe aptallaştırdığına ikna etmeyi umuyorum aslında. Zaten bu yüzdendir ki, hakikati açığa çıkarmanın herhangi bir biçimine ağırlık vermenin, iletişim araçlarını etkilemenin bir fonksiyonu olduğu saptamasında ısrar etmek zorundayım. "Görmek inanmaktır" sözü epistemolojik bir aksiyom olarak daima önde gelen bir konumda olmuştur; ancak "söylemek inanmaktır", "okumak inanmaktır", "saymak inanmaktır", "çıkarsama yapmak inanmaktır" ve "hissetmek inanmaktır" gibi sözler de kültürlerin medya değişimine uğramasıyla önemleri artan ya da azalan sözlerdir. Bir kültür sözlü iletişimden yazıya, basılı yayınlardan televizyon yayınlarına kaydıkça, hakikatle ilgili fikirleri de değişir. Nietzsche'nin dediği gibi, her felsefe yaşamın bir evresinin felsefesidir. Bizim buna ekleyebileceğimiz bir saptama, her epistemolojinin medyanın gelişmesinin bir evresinin epistemolojisi olduğudur. Hakikat, zamanın kendisi gibi, insanın kendi icat ettiği iletişim teknikleri hakkında ve bu teknikler aracılığıyla kendisiyle yaptığı konuşmanın bir ürünüdür.

Zekâ esasen bir insanın şeylerin hakiki yüzünü kavrama yeteneği olarak tanımlandığından, bir kültürün zekâdan ne

anladığı da o kültürün etkili iletişim biçimlerinin niteliğinden türetilir. Salt sözel bir kültürde zekâ genellikle vecize bulmadaki yaratıcılıkla, yani geniş kapsamda uygulanabilecek sözlü deyişler bulma gücüyle birlikte anılmaktadır. İlk Krallar'da öğrendiğimiz Akıllı Solomon yaklaşık üç bin atasözü biliyordu örneğin. Basılı söze dayalı bir kültürde ise aynı yeteneğe sahip kişilerin en iyi ihtimalle garip insanlar, daha çok da gururlu baş belaları oldukları düşünülür. Salt söze dayalı bir kültürde, ezberleme yetisine her zaman büyük değer verilir, zira yazılı sözlerin bulunmadığı yerlerde insan zihni ayaklı bir kütüphane gibi işlemek zorundadır. Bir şeyin nasıl söyleneceğini ya da nasıl yapılacağını unutmak topluluk açısından bir tehlike, üstelik düpedüz aptallıktır. Basılı söze dayalı bir kültürde ise bir şiirin, bir mönünün, bir yasanın ya da çoğu şeyin ezberlenmesi yalnızca etkileyicidir, o kadar. Bunlar işlevsel bakımdan hemen hiç işe yaramadığı gibi, kesinlikle yüksek zekâ belirtisi de sayılmaz.

Bu kitabı okuyacak olan herkes basılı-zekânın genel karakterini bilmesine rağmen, *bu kitabı okuma ediminizde* sizden ne istendiğini düşünerek de zihninizde ayrıntılı bir tablo çıkarabilirsiniz. Her şey bir yana, okumakta olduğunuz süre içerisinde hayli uzunca bir zaman hareketsiz kalmanız gerekmektedir. Bu kitabı okurken olsun başka kitaplarda olsun bunu beceremezseniz, kültürümüz size, yerinde duramamaktan tutun disiplinsiz demeye kadar her türlü sıfatı yakıştırabilir; en azından, bir tür zekâ yetersizliği çektiğiniz damgasını yersiniz. Basılı söz hem bedenlerimizden hem zihinlerimizden epeyce yoğun taleplerde bulunur. Oysa vücudunuzu denetlemeniz yalnızca asgari bir gerekliliktir. Sayfadaki harflerin şekillerine aldırış etmemeyi de öğrenmiş olmanız gerekir. Onları aklınızda tutmalı, böylece doğrudan onların oluşturdukları sözcüklerin anlamlarına ulaşmalısınız. Kafayı harflerin şekillerine takarsanız, katlanılmaz derecede beceriksiz bir okur olur, herhalde herkes tarafından aptal muamelesi görürsünüz. Estetiğe takılmadan anlamlara

ulaşmayı öğrenmişseniz, belli bir mesafe koymayı ve nesnel olmayı gerektiren bir tavır alabilmişsinizdir. Bu tavır, sözcüklerin duygusal hazzı ya da çekiciliği veya kendini hoş gösteren tonu (böyle özellikleri varsa tabii) ile sözcüklerin ifade ettikleri argümanın mantığını birbirinden ayırabilmeniz anlamında, Bertrand Russell'ın "belagata bağışıklık" dediği özelliği bir görev gibi benimsemenizi de kapsar. Ama aynı zamanda, yazarın konuya ve okura karşı tutumunu, dilinin tonundan çıkarabilmelisiniz. Başka bir deyişle, şaka ile tartışma arasındaki farkı bilmelisiniz. Bir tartışmanın niteliğini değerlendirirken aynı anda birçok şeye birden girişebilmeli; hüküm vermeyi tartışmanın bitmesinden sonraya bırakmalı, metnin neresinde, ne zaman yanıtlandığına ya da yanıtlanıp yanıtlanmadığına karar verene kadar soruları aklınızda tutmalı, karşınızdaki önermeye kendi argümanınızla yanıt verirken yaşadığınız deneyimi metinle ilişkilendirmelisiniz. Kendi bilginiz ve deneyiminizin aslında argümanı pek etkilemeyen yanlarını bir kenara bırakabilmelisiniz. Ve bütün bunları yapmaya hazırlanırken, sözcüklerin sihirli yanları bulunduğu inancını taşımalı, her şeyden önce soyutlamalar dünyasını çözmeyi öğrenmiş olmalısınız, çünkü bu kitapta sizin somut imgeler oluşturmanızı gerektiren deyişlerle cümlelerin sayısı çok azdır. Basılı söze dayalı bir kültürde, zeki olmayan insanların bir tartışmayı anlayabilmeleri için bunun onlara "resimler çizilerek" anlatılması gerektiğinin söylenmesi garip karşılanmaz. Zekâ, kavramlardan ve genellemelerden oluşan bir alanda resme gerek duymadan rahatlıkla anlayabilmeyi içerir.

Tüm bunları ve daha fazlasını yapabilme yeteneği, hakikat anlayışlarının basılı sözcük etrafında düzenlendiği bir kültürde zekânın aslî bir tanımını oluşturur. Kitabımın bundan sonraki iki bölümünde, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda Amerika'nın tam da böyle bir yer olduğunu, herhalde o zamana kadar varolmuş kültürler içinde basılı sözlerle yönlendirilen başlıca kültür olduğunu göstermeyi

istiyorum. Daha sonraki bölümlerde de, yirminci yüzyıldaki hakikat nosyonlarımızın ve zekâyla ilgili düşüncelerimizin, eski medyanın yerini yenisinin almasıyla birlikte değiştiğini göstermeyi istiyorum.

Ne var ki konuyu gerekenden daha fazla basitleştirmek gibi bir niyetim yok. Bu bölümü, dikkatli okurların zaten kafalarında şekillendirmiş olabilecekleri bazı karşı-argümanlar önünde bir savunma işlevi görebilecek üç saptamayla bitirmek istiyorum.

İlk olarak, medyadaki değişikliklerin insanların zihinsel yapılarında veya bilme kapasitelerinde de değişikliklere yol açtığını iddia etmemeye bilhassa özen gösteriyorum. Bu iddiada bulunan ya da iddia etme noktasına varan birçok insan vardır (sözgelimi, Jerome Bruner, Jack Goody, Walter Ong, Marshall McLuhan, Julian Jaynes ve Eric Havelock).[7] Bana kalırsa bu konuda haklıdırlar, ancak benim argümanım bununla ilgili değil. Dolayısıyla, örneğin söz-insanlarının entelektüel bakımdan, Piagetci anlamıyla, yazı-insanların-

7. Jerome Bruner, *Studies in Cognitive Growth* adlı çalışmasında, "gelişmenin içeriden dışarıya olduğu kadar dışarıdan içeriye doğru da olduğunu, bilişsel gelişmenin çoğunlukla, bir insanın oluşumunun kültürel temelde yansıyan kas gücünün, duygusal ve düşünsel yetilerin, 'çoğaltıcıları'na dayandığını" belirtir (s. 1-2).

The Domestication of the Savage Mind'da Goody'ye göre, "/yazı/, dünyanın (bilişsel süreçlerin) temsillerinin niteliğini, okumayı/ beceremeyenlere göre değiştirir". Goody şöyle sürdürür: "Dolayısıyla alfabenin varlığı, bir bireyin uğraştığı verilerin türünü, böylece de verileri incelemek için elinde bulunan programlar repertuvarını değiştirir." (s. 110).

Julian Jaynes, *The Origins of Consciousness in the Breakdown of the Bicameral Mind*'da, "çift-yönetimli (bicameral) seslerin kısılmasında yazının rolünün korkunç önemli olduğu"nu belirtir. Jaynes, yazılı sözün halüsinojenik imgenin yerini aldığını ve beynin sağ yarıküresinin verileri sınıflama ve bir araya getirme işlevini devraldığını iddia eder.

Walter Ong, *The Presence of the Word*'da, Marshall McLuhan ise *Understanding Media*'da, medyanın duyular arasındaki oran ile dengede meydana gelen değişiklikler üzerindeki etkisini vurgular. Buna, Alfred North Whitehead'in henüz 1938 yılında (*Modes of Thought*'da) medyadaki değişikliklerin sinir sisteminin düzenlenişi üzerindeki etkilerinin kapsamlı bir incelemesinin yapılması gerekliliğine dikkat çektiği de eklenebilir.

dan daha az gelişkin olduğu ya da "televizyon"-insanlarının entelektüel bakımdan hem söz-insanları hem yazı-insanlarından daha az gelişkin olduğu düşüncesini ileri sürmeye kalkışmayacağım. Benim argümanım, önemli ölçüde yeni bir aracın (medium) söylem yapısını da değiştirdiğine dikkat çekmekle sınırlıdır. Yeni bir araç (medium), söylem yapısını, aklın kullanılışının bazı yollarını cesaretlendirerek, belli zekâ ve bilgelik tanımlarını öne çıkararak ve belli türde bir içerik talep ederek (özel bir deyişle, hakikati öğrenmenin yeni biçimlerini yaratarak) değiştirir. Ayrıca bir kere daha belirteyim ki, bu konuda göreci biri değilim; televizyonun yarattığı epistemolojinin, basılı söze dayalı bir epistemolojinin gerisinde kaldığına inanmakla yetinmiyor, ayrıca bunun tehlikeli ve anlamsızlığı egemen kılan bir gelişme olduğuna da inanıyorum.

İkinci saptamam şu: Benim gerçekleştiğini ima ettiğim ve ayrıntılı olarak izah edeceğim epistemolojik değişim henüz herkesi ve her şeyi kapsamamıştır (belki de asla kapsamayacaktır). Bazı eski iletişim araçları (örneğin, resimli yazı ve resimlerle süslenmiş elyazmaları), bizzat ayakta tuttukları kurumlar ve bilme alışkanlıklarıyla birlikte yok olurken, daima geçerli kalan başka konuşma biçimlerimiz olacaktır. Örneğin, söz ile yazının durumu böyledir. Demek ki televizyon gibi yeni biçimlerin epistemolojisinin karşı konulamayan bir etkisinin bulunduğundan söz edemeyiz.

Olayı şu şekilde düşünmekte yarar görüyorum: Sembolik ortamdaki değişiklikler doğal ortamdaki değişikliklere benzerler; ilk önce tedrici bir süreci yansıtan ve katkı niteliğinde oluşan değişiklikler, daha sonra topluca, fizikçilerin dediği gibi kritik bir büyüklüğe ulaşır. Yavaş yavaş kirlenen bir nehir ansızın zehirli olur; balıkların çoğu ölür; yüzme sağlık açısından tehlike yaratmaya başlar. Ama o zaman bile nehir aynı görünebilir ve nehirde hâlâ bir kayık yüzebilir. Başka bir deyişle, yaşam yok olduğu zaman bile nehir ortadan kalkmaz; tabii sağladığı yararlar da. Ancak değeri ciddi ölçüde

azalmıştır ve bu berbat durum bütün çevrede zararlı etkiler doğuracaktır. Bizim sembolik ortamımızda da aynı şey olur. Elektronik medya sembolik ortamımızın niteliğini kesinkes ve geri dönüşü olmayan biçimde değiştirdiğine göre eminim biz de kritik bir büyüklüğe ulaşmış durumdayız. Şu anda enformasyonları, fikirleri ve epistemolojisi basılı sözlerle değil, televizyonla şekillenen bir kültürüz. Kuşkusuz hâlâ bir sürü okur var ve bir sürü kitap yayımlanıyor, ancak basılı yayının ve okumanın kullanımları eskiden olduğu gibi değil; basılı sözün arka plana düşmeyeceği düşünülen son kurumlar olan okullarda bile bu durumla karşılaşılmaktadır. Televizyon ile basılı sözün bir arada yaşayabileceği hayali, kendini kandırmak demek olur, çünkü bir arada yaşamak için eşit olmak gerekir. Oysa burada eşitlik söz konusu değildir. Basılı söz şimdi yalnızca kalıntı durumundaki bir epistemolojidir ve bir ölçüde televizyon ekranlarına benzer şekillerde üretilen bilgisayarlar, gazeteler ve dergilerden dolayı hep bu durumda kalacaktır. Zehirli bir nehirde yaşayan bir balık ve bu zehirli nehirde yola çıkan kayıkçı gibi, bizim içimizde de duyguları ağırlıkla daha eski ve daha berrak suların etkisiyle biçimlenen insanlara hâlâ rastlanmaktadır.

Üçüncü nokta ise yukarıda yaptığım benzetmede, nehir büyük ölçüde kamusal söylem dediğimiz şeye –bizim politik, dinsel, enformasyonla ilgili ve ticari konuşma biçimlerimize– gönderme yapmaktadır. Televizyona dayalı bir epistemolojinin, her şeyi kirletmese bile, kamusal iletişimi ve onun çevrelediği alanı kirlettiğini savunuyorum. Bana hep, televizyonun yaşlılar, sakatlar, daha doğrusu otel odalarında yalnız başlarına kalan herkes için bir rahatlık ve haz kaynağı olarak taşıdığı değer hatırlatılıp durulur. Bunun yanında, televizyonun kitlelere bir tiyatro sunma (kanımca yeterince ciddiye alınmamış bir konudur bu) potansiyeli taşıdığının da farkındayım. Ayrıca, televizyonun rasyonel söylemin temellerini yok edici gücünün yanında, Vietnam Savaşı aleyhinde ya da tehlikeli faşizm biçimleri aleyhinde

duyguları ayağa kaldırabilecek kadar büyük bir duygusal güce sahip olduğu yönünde iddialar da vardır. Bu ve buna benzer yararlı olanaklar da hafife alınmamalıdır.

Televizyona karşı her cepheden saldırıya geçtiğimin düşünülmemesini istememin bir nedeni daha vardır. İletişim tarihi üzerine azıcık dahi bilgisi olan her insan, her yeni düşünme teknolojisinin, yenisinden yararlanmak üzere eskisinden vazgeçmeye gerek duyduğunu bilir. Tamamen aynı ölçüde olmasa bile, bir al-ver meselesidir bu. Medya değişimi mutlaka bir dengeyle sonuçlanmaz. Medyadaki değişim bazen yok ettiğinden daha fazla şey yaratırken, bazen tam tersi olur. Geleceğin sürprizlerle dolu olabileceğini unutmayarak, övgüler yağdırırken ya da mahkûm ederken dikkatli olmalıyız. Matbaanın icadı da paradigmatik bir örnektir. Tipografi modern bireysellik fikrini beslemiş, ancak ortaçağa özgü cemaat ve bütünleşme duygusunu silip yok etmişti. Tipografi düz yazıyı yarattı, ama şiiri egzotik ve seçkinci bir ifade biçimine dönüştürdü. Tipografi modern bilime zemin hazırlamış, ancak dinsel duyarlılığı basit batıl itikatlar düzeyine indirmişti. Tipografi ulus devletin gelişmesine yardımcı olmuş, ancak böylece yurtseverliği –öldürücü olmasa bile– alçakça bir duyguya dönüştürmüştü.

Açıkçası, benim bakış açımla tipografinin dört yüzyıllık emperyal egemenliği, zarardan çok daha fazla yarar getirmiştir. Eğitim, bilgi, hakikat ve enformasyonla ilgili fikirlerimiz gibi aklın yararlarıyla ilgili modern fikirlerimizin çoğu da basılı sözle şekillenmişti. Ben burada, tipografinin kültürümüzün çeperine düşmesi ve onun merkezdeki yerini televizyonun alması sürecinde, ciddiliğin, açıklığın ve öncelikle kamusal söylemin değerinin tehlikeli derecede azaldığını göstermeye çalışacağım. Başka yollardan nasıl yarar sağlayacağımız konusunda bir gözümüzü daima açık tutmalıyız.

3
Tipografi Amerika'sı

Autobiography of Benjamin Franklin'de, Dunkerler diye bilinen ve Franklin'in uzun zamandır tanıdığı dinsel bir mezhebin* kurucularından Michael Welfare'e atfen çarpıcı bir alıntı yer alır. Bu açıklamanın kökeninde, Welfare'in Franklin'e ilettiği, diğer dinsel mezheplerin yandaşlarının Dunkerler hakkında bir sürü yalanlar yaydıkları; onları, aslında tamamen yabancısı oldukları iğrenç ilkelerle suçladıkları şikâyeti yatıyordu. Franklin, eğer Dunkerler kendi inançlarını ve disiplin kurallarını madde madde yayımlarlarsa

* Alman-Amerikan Baptistlerinin kolu olan bir mezhep. (ç.n.)

bu tür istismarların azaltılabileceğini söylemiş, Welfare de din kardeşleri arasında bu yaklaşımın tartışıldığı, ancak reddedildiği şeklinde yanıtlamıştı. Welfare bunun peşinden din kardeşlerinin nasıl akıl yürüttüklerini şu sözlerle açıklıyordu:

> İlk defa bir cemaat olarak bir araya geldiğimiz zaman, bu durum Tanrı'ya, eskiden doğru saydığımız bazı doktrinlerin yanlış, yanlış saydığımız başka doktrinlerin ise asıl hakikat olduğunu görmemizi sağlayacak derecede zihinlerimizi aydınlatma zevkini tattırmıştır. Tanrı zaman zaman bize daha fazla ışık ihsan etme zevkini de tattırmıştır. İlkelerimiz gelişmekteyken, yanlışlarımız azalmaktadır. Şu anda bu ilerleme sürecinin sonuna varmış olup olmadığımızdan, tinsel ya da teolojik bilgide mükemmelliğe erişip erişmediğimizden emin değiliz. Ve kendimizi bu noktaya erişmiş olmaktan dolayı elimiz kolumuz bağlı ve kısıtlı hissedersek, büyük ihtimalle başka yeni gelişmeleri benimsemeye yanaşmamaktan, dahası çocuklarımız ve torunlarımızın da bu yolda yürümelerinden, onların, büyükleri ve ataları olan bizlerin yaptıklarını kutsal, bir milim dahi şaşılmayacak şeyler olarak kavramalarından korkuyoruz.[1]

Franklin bu duyguyu, insanlık tarihinde bir mezhepte görülen yegâne tevazu örneği olarak anlatır. Tevazu kesinlikle buna uygun düşen sözcüktür, ama bu açıklama başka nedenlerden dolayı da olağanüstüdür. Burada, yazılı söz epistemolojisinin Platon'a yaraşır derecede parlak bir eleştirisini buluruz. Bu bakış açısı, onaylaması pek söz konusu olmamakla birlikte, Musa'nın da ilgisini çekebilirdi. Dunkerler dinsel söylem konusunda şöyle bir emir formüle etme noktasına gelmişlerdi: Her fırsatta kendi kurduğun tuzağa düşmeyesin diye, ilkelerini yazıya dökmeyecek, hele basılmasına hiç izin vermeyeceksin.

Gene de biz, bu durumu, Dunkerlerin düşüncelerinin yazıya dökülmemesi açısından önemli bir kayıp sayabiliriz. Anlattığımız bu durum elinizdeki kitabın dayandığı öncüle,

1. Franklin, s. 175.

yani fikirlerin ifade ediliş biçiminin bu fikirlerin içeriğini etkilediği düşüncesine kesinlikle açıklık getirecektir. Ancak daha önemlisi, Dunkerlerin düşüncelerinin koloni Amerikası'nda basılı söze duyulan güvensizliğin biricik örneği olmasıydı. Çünkü, Franklin'in de içlerinden biri olduğu Amerikalılar, o ana kadar yaşamış her insan topluluğu kadar basılı söze bağlıydılar. New England'da yerleşmeye başlamış göçmenler için başka ne söylenebilirse söylensin, onların ve mirasçılarının, dinsel duyarlılıkları, politik fikirleri ve toplumsal hayatları tipografi aracılığıyla belleklere kazınmış sadık ve marifetli okurlar olmaları önemli bir olgudur.

Mayflower'da* yük olarak çeşitli kitapların da taşındığını, bunların en önemlileri arasında İncil ile Kaptan John Smith'in *Description of New England*'ının bulunduğunu biliyoruz. (Göçmenlerin henüz haritası büyük oranda çıkarılmamış bir ülkeye doğru yol almaları nedeniyle, Kaptan Smith'in kitabının en az İncil kadar dikkatle okunmuş olduğunu düşünebiliriz.) Ayrıca, kolonileşme sürecinin ilk günlerinde her bakana dinsel bir kütüphane kurması için on pound tahsis edildiğini de biliyoruz. Okuma-yazma oranlarını tahmin etmek ne yazık ki çok güç olmasına rağmen, 1640 ile 1700 yılları arasında Massachussetts ve Connecticut'taki erkeklerin okuma-yazma oranının yüzde 89 ile yüzde 95 arasında dolaştığını, bu oranın herhalde o devirde dünyadaki okuma-yazma bilen erkekler için en yüksek oranı temsil ettiğini doğrulayan yeterli kanıt vardır (çoğunlukla imzalardan çıkarılan bir sonuç).[2] (Bu kolonilerde kadınların okuma-yazma bilme oranının 1681-1697 yıllarında yüzde 62 gibi yüksek bir orana ulaştığı tahmin edilmektedir.)[3]

Bu insanların hepsinin, Luther'in "Matbaanın, Tanrı'nın vahiylerini iletmesini sağlayan en yüce ve en önemli lütfu

* 1620 yılında Southampton'dan Amerika'ya ünlü bir göçmen kafilesini getiren geminin ismi. (ç.n.)

2. Hart, s. 8.

3. Hart, s. 8.

olduğu" şeklindeki inancını paylaşan Protestanlar olmasına bakarak, her evde okunan başucu kitabının İncil olduğunu söyleyebiliriz. Elbette, vahiyler, İncil'den başka kitaplarda, sözgelimi 1640'ta basılan ve genelde Amerika'nın ilk bestselleri sayılan ünlü *Bay Psalm Book*'ta* da indirilmiş olabilirdi. Ancak bu insanların sırf dinsel kitapları okudukları da düşünülmemelidir. Veraset kayıtlarına göre, 1654 ile 1699 yılları arasında Middlesex County'deki malikânelerin yüzde 60'ında kitap vardı, ancak bunların yüzde 8'inin dışında hepsinde İncil'den başka kitap da bulunuyordu.[4] 1682 ile 1685 yılları arasında Boston'un en büyük kitapçısı, bir İngiliz tacirden 3421 kitap getirtmişti ve bunların çoğu dinsel konularla ilgisi olmayan kitaplardı. Bu kitapların o sırada kuzey kolonilerinde yaşayan yaklaşık 75.000 insanın okuması için getirildiği de düşünülünce bu sayının ne kadar büyük bir anlam taşıdığı rahatlıkla kestirilebilir.[5] Bu sayının modern çağdaki karşılığı on milyon kitaba denk düşmektedir.

Calvinci Püritenlerin dininin kendilerinden okur-yazar olmalarını istemesinin dışında, kolonicilerin basılı sözle ilgilenmelerini açıklayan üç faktör daha vardır. On yedinci yüzyıl İngilteresi'nde erkekler arasındaki okuma-yazma bilme oranı yüzde 40'ı geçmediğinden, ilk önce, New England'a ayak basan göçmenlerin ya İngiltere'nin daha okur-yazar bölgelerinden veya nüfusun daha okur-yazar kesimlerinden ya da her ikisini kapsayan bir bileşimle geldiklerini düşünebiliriz.[6] Başka bir deyişle, göçmenler New England'a birer okur olarak ayak basmışlardı ve Yeni Dünya'da okumaya, Eski Dünya'da olduğu kadar önem verildiğine hiç şüphe yoktu. İkincisi, 1650'den itibaren New England kasabalarının hemen hepsinde "okuma-yazma" okulu bulunmasını ve aynı şekilde geniş nüfuslu yerlerde gramer okulu açılmasını zorunlu

* İncil'de. (ç.n.)

4. Hart, s. 8.

5. Hart, s. 15.

6. Lockridge, s. 184.

tutan yasalar çıkarılmıştı.[7] Ve bu yasaların hepsinde, yaptığı kötü planların her koşulda eğitim yoluyla önlenebileceği düşünülen Şeytan'a göndermeler vardı. Aşağıdaki popüler on yedinci yüzyıl şarkısının düşündürdüğü gibi, eğitimin gerekli görülmesinin başka nedenleri de bulunuyordu:

Halk okullarından
genel bilgi fışkıracak,
Çünkü kutsaldır,
insanların bilme hakkı.[8]

Başka bir deyişle, bu insanların ufku, Şeytan'a boyun eğdirmekten daha fazla şeye yer veriyordu. On altıncı yüzyıldan itibaren meydana gelen büyük bir epistemolojik değişimle, her türlü bilgi basılı sayfalara aktarılmış ve basılı sayfalarda netleştirilmişti. Lewis Mumford bu epistemolojik değişimle ilgili olarak şunları yazıyordu: "Basılı kitap, insanları dolayımsız ve yöresel olanın egemenliğinden diğer araçlardan daha fazla kurtarıyordu... Basılı söz, olaylardan daha güçlü bir izlenim bırakıyordu... Var olmak basılı biçimde var olmaktı: Dünyanın diğer yönleri zamanla gölgede kalacaktı. Öğrenmek, kitap eğitimi biçimini almıştı."[9] Bunların ışığında, kolonicilerin gençlerin eğitilmesini yalnızca ahlaki bir görev olarak değil, aynı zamanda entelektüel bir zorunluluk olarak kavradıklarını varsayabiliriz. (Yurtları olan İngiltere bir okullar adasıydı. Örneğin 1660 yılında İngiltere'de 444 okul vardı, ki bu yaklaşık olarak on iki millik mesafeye bir okul düşmesi demekti.[10]) Okuma-yazma oranındaki artışın eğitimle yakından bağlantılı olduğu açıktır. Eğitimin zorunlu tutulmadığı (Rhode Island'daki gibi) ya da etkisiz okul yasalarının egemen olduğu (New Hampshire'daki gibi)

7. Lockridge, s. 184.
8. Hart, s. 47.
9. Mumford, s. 136.
10. Stone, s. 42.

yerlerde, okuma-yazma oranları diğer yerlere kıyasla daha yavaş artıyordu.

Son olarak, yurtlarından ayrılmış bu İngilizlerin kendi kitaplarını yazmalarına, kendi yazarlarını yetiştirmelerine gerek yoktu. Çünkü eksiksiz, gelişkin bir edebi geleneği zaten anayurtlarından ithal ediyorlardı. 1736'da kitapçılar *Spectator*'ın, *Tatler*'ın ve *Steele*'in *Guardian*'ının geldiğini ilan etmişlerdi. 1738'de Locke'un *Essay Concerning Human Understanding*'inin, Pope'un *Homer*'inin, Swift'in *A Tale of a Tub*'ının ve Dryden'in *Fables*'ının ilanları çıkmıştı.[11] Yale sitesi başkanı Timothy Dwight, Amerika'nın durumunu kısaca şöyle betimlemişti:

> Hemen her konuda hemen her tür kitap yazılı halde elimizde bulunuyor. Bu konuda apayrı bir yerimiz var. Büyük Britanya halkıyla aynı dili konuşmamız ve genellikle o ülkeyle barış içinde olmamızdan dolayı, onunla ticaretimiz sayesinde düzenli olarak bol miktarda kitap getirtebiliyor; her sanat ve bilim dalı ile edebiyat türünde eksikliklerimizi büyük ölçüde kapatan kitapları temin ediyoruz.[12]

Bu durumun içerdiği önemli bir sonuç, Koloni Amerikası'nda bir edebiyat aristokrasisinin ortaya çıkmamasıdır. Koloni Amerikası'nda okumak elitist bir etkinlik sayılmıyor, basılı materyaller her tür insan arasında eşit biçimde dağıtılıyordu. Tabii grafiği devamlı yükselen, sınıflar üstü bir okuma kültürü gelişti. Daniel Boorstin'in yazdığı gibi, "Okuma yaygınlaşmıştı. Merkezi hiçbir yerde olmadığından her yerdeydi. /Basılı malzemelerde/ konu edilen şeyler herkese yakındı. Herkes aynı dili konuşabilirdi. Okuma; çalışkan, hareketli, kamusal bir toplumun ürünüydü."[13] 1772'de Jacob Duché şöyle yazabiliyordu: "Delaware kıyısına gelen en yok-

11. Hart, s. 31.
12. Boorstin, s. 315.
13. Boorstin, s. 315.

sul emekçiler, din veya politika konularındaki duygularını, beyefendiler ya da bilim adamları kadar özgürce ifade etmeye yetkili olduklarını düşünüyorlardı... Her tür kitaptan alınacak öyle bir tat vardır ki, hemen herkesi kitap okuru yapar."[14]

Sıradan insanların kitaptan böylesine keyif aldıkları bir yerde, 10 Ocak 1776'da yayımlanan Thomas Paine'in *Common Sense*'inin o yılın Mart ayına kadar 100.000'den fazla satmasına şaşırmamalıyız.[15]1985'te çıkan bir kitabın, Paine'in kitabının topladığı ilgiyi yakalaması için (iki ayda) sekiz milyon satması gerekirdi. 1776 Martı'nın sonrası için Howard Fast daha müthiş rakamlar aktarır: "Gerçekte kaç tane basıldığını tam olarak kimse bilmiyor. En temkinli kaynaklar bile 300.000'in üzerinde bir sayı veriyorlar. Bazıları baskı sayısının yarım milyona yaklaştığını söylüyorlar. 3 milyonluk bir nüfusa 400.000 kitabın düştüğünü aklımızda tutarsak, bugün yayımlanan aynı çapta bir kitabın tam 24 milyon satması gerekir."[16] Günümüz Amerikası'nda bu kadar çok sayıda insanın dikkatini çekebilecek yegâne iletişim olayı futboldur, şampiyonlar ligidir.

Tam bu noktada Thomas Paine hakkında bir şeyler söylemek için biraz konu dışına çıkmaya değer, çünkü Paine önemli bir açıdan kendi devrinde okuryazarlığın yüksek oranlara ulaşıp yaygınlaşmasının bir ölçüsüdür. Burada bilhassa üzerinde durmak istediğim yan, Shakespeare örneğinde olduğu gibi, mütevazı kökenine rağmen kendisine atfedilen kitapların yazarının Paine olup olmadığına ilişkin hiçbir soru işaretinin ortaya atılmamasıdır. Paine'in yaşamı hakkında Shakespeare'in yaşamından daha fazla bilgi sahibi olduğumuz doğrudur (tabii Paine'in ilk dönemleri için söyleyemeyiz bunu), ancak Paine'in Shakespeare'den daha az formel eğitim almış olduğu, Amerika'ya gelmeden önce en alt emekçi sınıfta yer aldığı da doğrudur. Paine, bu de-

14. Hart, s. 39.
15. Hart, s. 45.
16. Fast, s. x (Giriş bölümünde).

zavantajlarına rağmen, Voltaire, Rousseau ve çağdaş İngiliz filozoflarıyla (Edmund Burke dahil olmak üzere) aynı ölçüde berrak ve canlı bir dille politik felsefe ve polemik yazıları yazmıştı. Gene de hiç kimse, İngiltere'nin yoksul sınıfından gelen eğitimsiz bir göçmenin nasıl bu kadar hayranlık uyandırıcı satırlar yazdığı sorusunu sormamıştı. Paine'in eğitimsizliği zaman zaman düşmanları tarafından gündeme getiriliyordu (Paine'in kendisi de bu eksikliğinden dolayı aşağılık duygusuna kapılmıştı), ancak sıradan bir insanın bu kadar etkili bir ifade gücüne nasıl sahip olduğu sorusunu sormak hiç kimsenin aklına gelmiyordu.

Paine'in en yaygın biçimde okunan kitabının tam başlığının *Common Sense, Written by an Englishman* şeklinde olması da anılmaya değer bir noktadır. Bu açıklama önemlidir, çünkü, daha önce belirttiğimiz gibi, Amerikalılar Kolonici dönemde fazla kitap yazmamışlardı. Benjamin Franklin bunu, Amerikalıların başka şeylerle bununla uğraşamayacak kadar meşgul olduklarını iddia ederek açıklamaya çalışmıştı. Belki doğrudur bu. Ancak Amerikalılar, kendi yazdıkları kitaplardan olmasa bile, matbaadan yararlanamayacak kadar meşgul değillerdi. Amerika'daki ilk matbaa 1638 yılında, o sırada henüz iki yıllık bir kurum olan Harvard Üniversitesi bünyesinde kurulmuştu.[17] Boston'da ve Philadelphia'da da kısa süre sonra matbaalar kurulmuş ve buna Saray hiçbir şekilde karşı çıkmamıştı. Gelgelelim, o sıralarda diğer İngiliz şehirlerinin yanı sıra Liverpool ve Birmingham'da da matbaa kurulmasına izin verilmediğine bakarsak tuhaf bir olguyu yansıtıyordu bu durum.[18] Matbaadan ilk kez, çoğunlukla ucuz kâğıda bülten basmakta yararlanılmıştı. Nitekim bir Amerikan edebiyatının gelişmesinin gecikmesi de insanların çalışkan olup olmamasına ya da İngiliz edebiyatının varlığına değil, kaliteli kâğıt kıtlığı çekilmesine bağlanabilir.

17. Bu matbaa Amerika kıtasında kurulan ilk matbaa değildi yalnız. İspanyollar Meksika'da ondan yüz yıl önce bir basım ofisi kurmuşlardı.
18. Mott, s. 7.

Devrim günlerinde bile, George Washington generallerine paçavra kâğıtlarla talimat vermek zorunda kalmış, kâğıt kıtlığı çekilmesi nedeniyle ilettiği mesajlar zarfa koyularak gönderilememişti.[19]

Gene de on yedinci yüzyılın sonlarında, Amerikan kültürünün kitaplara ağırlık veren tipografik eğilimiyle bağlı bir yerli edebiyat şekillenmeye başlamıştı. Burada elbette, Amerikalıların ilk kez Boston'da 25 Eylül 1990'da ellerine aldıkları Benjamin Harris'in *Publick Occurrences Both Foreign and Domestick* adını verdiği üç sayfalık bir gazetenin ilk baskısından söz ediyorum. Harris, Amerika'ya gelmeden önce, Katoliklerin Protestanları kesip Londra'yı yakacağını iddia eden uydurma bir komployu "su yüzüne çıkarmak"ta rol oynamıştı. Harris'in Londra'da yayımladığı *Domestick Intelligence* adlı gazete "Popish Plot"u* açığa çıkarmış, bu da Katoliklere ağır bir baskı uygulanmasına neden olmuştu.[20] Yalan haberlerin yabancısı olmayan Harris, *Publick Occurrence*'in tanıtım yazısında, o sıralarda Boston'da yaygın olan –ki hâlâ yaygındır– yalancılıkla mücadele etmenin bir gazete için zorunlu olduğuna dikkat çekmişti. Harris tanıtım yazısını şu sözlerle bitiriyordu: "Galiba bu öneri kimsenin hoşuna gitmeyecek, ama bu kadar alçakça bir suçun işlenmesi buna bağlanabilir." Harris önerisinin kimsenin hoşuna gitmeyeceğini düşünmekte haklıydı. *Publick Occurrences*'in ikinci sayısı asla çıkmadı. Vali ile Belediye Başkanı, Harris'in "çok yüksek düzeyde suçlamalarda bulunduğu" gerekçesiyle gazeteyi kapattılar.[21] Bu hareketle, tasarladıkları alçaklıkların engellenmesine izin verme niyetlerinin olmadığını ortaya koymuş oluyorlardı. Yani, Eski Dünya'da yüz yıl önce başla-

19. Boorstin, s. 320.

* Katoliklerin Protestanlara yönelik bir katliam düzenleyip Londra'yı yakacakları ve kralı öldürecekleri bir komplo hazırladıkları iddiasına verilen ad. (ç.n.)

20. Mott, s. 9.

21. Lee, s. 10.

mış olan haberleşme özgürlüğü mücadelesi Yeni Dünya'da da başlıyordu.

Harris'in başarısızlıkla sonuçlanan çabaları başka gazete çıkarma denemelerine esin kaynağı olmuştu: Örneğin, 1704'te yayımlanan *Boston News-Letter*, genelde, sürekli yayımlanan ilk Amerikan gazetesi olarak kabul edilir. Bunun ardından, 1719'da *Boston Gazette* ile, 1721'de editörlüğünü Benjamin Franklin'in ağabeyi James Franklin'in yaptığı *New England Courant* çıkarılmıştı. 1730 yılına gelindiğinde dört kolonide düzenli olarak yayımlanan yedi gazete vardı. 1800 yılında ise bu sayı 180'i aşmıştı. 1770'te *New York Gazette* kendisini ve diğer gazeteleri şu dizelerle kutluyordu.

> *Hakikattir bu (sağolasın kolej),*
> *Gazeteler bilginin pınarıdır,*
> *Ülkenin dört bir yanındaki,*
> *Her modern konuşmanın kaynağıdır.*[22]

Onsekizinci yüzyılın sonunda Peder Samuel Miller, Amerika Birleşik Devletleri'nde, nüfusu İngiltere'nin ancak yarısına geldiği halde, İngiltere'de çıkanların üçte ikisinden fazla gazetelerinin olmasıyla övünüyordu.[23]

1786'da Benjamin Franklin, Amerikalıların kafalarını kitap okumaya zaman bulamayacak kadar gazete ve broşürlere gömdüklerini gözlemliyordu. (Anlaşılan her zaman için vakit buldukları bir kitap, 1783 ile 1843 yılları arasında 24 milyon adet satan Noah Webster'ın *American Spelling Book*'uydu.)[24] Franklin'in broşürlerden söz etmesi öylesine geçiştirilmemelidir. Bütün kolonilerde gazetelerin mantar gibi çoğalması, broşürlerin ve el ilanlarının hızla yaygınlaşmasıyla el ele yürümüştü. Alexis de Tocqueville, 1835'te yayımlanan *Democracy in America* adlı çalışmasında bu olguya dikkat

22. Boorstin, s. 326.
23. Boorstin, s. 327.
24. Hart, s. 27.

çekmekteydi: "Amerika'da partiler birbirlerinin düşünceleriyle savaşmak için kitap yazmazlar, ama çıktığı gün inanılmaz bir hızla dağıtılıp hemen tükeniveren broşürlerden bol bol basarlar."[25] Tocqueville şu gözlemde bulunduğu zaman da gazetelerle broşürlere değinmekteydi: "Ateşli silahların icadı, muharebe alanında vassal ile soyluyu eşitlemişti; basımcılık sanatı, aynı kaynakları her sınıftan insanların önüne sundu; posta da bilgiyi hem kır evinin hem de sarayın kapısına kadar getirdi."[26]

Tocqueville'in Amerika'yla ilgili bu gözlemlerde bulunduğu sırada, matbaa ülkenin bütün bölgelerine yayılmıştı bile. Güney, hem okulların kurulmasında (bu okulların hemen hepsi devlet okullarından ziyade özel okullardı) hem de matbaadan yararlanmakta Kuzey'in gerisinde kalmıştı. Örneğin Virginia, düzenli yayımlanan ilk gazetesi olan *Virginia Gazette*'yi 1736'ya kadar çıkaramamıştı. Ancak on sekizinci yüzyılın sonuna doğru, fikirlerin basılı yayın aracılığıyla hareketlenmesinde görece hızlı bir gelişme oldu ve ulusal çaplı ortak konuşma diline benzer bir şey şekillendi. Sözgelimi, Alexander Hamilton, James Madison ve John Jay'in (hepsi de Publius ismi altında) kaleme aldığı seksen beş denemenin toplandığı *Federalist Papers*, ilk başta 1787 ve 1788 yıllarında bir New York gazetesinde çıkmış, ama Güney'de de hemen hemen Kuzey'deki yaygınlıkla okunmuştu.

Amerika on dokuzuncu yüzyıla girerken, bütün bölgelerinde tamamen basılı söze dayalı bir kültür egemendi. 1825 ile 1850 yılları arasında aboneli kütüphanelerin sayısı üç katına çıktı.[27] Okur-yazarlığı olumlu yönde etkileyen yerler olarak "teknik kütüphaneler ve çıraklık kütüphaneleri" –yani, işçi sınıfı için düşünülmüş kütüphaneler– kuruldu. 1829'da New York Çıraklar Kütüphanesi'nde on bin cilt kitap bulunuyordu ve bu kütüphaneden 1.600 çırak kitap almıştı.

25. Tocqueville, s. 58.
26. Tocqueville, s. 5-6.
27. Hart, s. 86.

1857'de aynı kütüphane yaklaşık 750.000 kişiye hizmet veriyordu.[28] Kongre'nin 1851'de posta ücretlerini indirmesi sayesinde her sene satılan gazeteler, periyodik dergiler, Pazar okulu kitapçıkları ve ucuz ciltli kitaplar bol miktarda temin edilebiliyordu. 1836 ile 1890 yılları arasında okullara 107 milyon adet *McGuffey Reader* dağıtılmıştı.[29] Roman okumak zamanı iyi değerlendirmek gibi görülmediği halde, Amerikalılar romanları da bir solukta okuyup bitiriyorlardı. Samuel Goodrich, 1814 ile 1832 yılları arasında yayımlanan Walter Scott'ın romanları hakkında şunları yazmıştı: "Walter Scott'ın kaleminden yeni bir romanın piyasaya çıkması ABD'de Napoléon savaşlarından daha fazla sansasyon doğuruyordu... Bu yapıtları herkes okumaktaydı. Bilgili ya da sıradan, herkes."[30] Yayımcılar best-seller olması muhtemel kitapları ele geçirmeye o kadar istekliydiler ki, "gelen posta gemilerini karşılamaya adam gönderirler, Bulwer'ın ya da Dickens'ın en son romanı bir gün içinde dizilir, baskıya verilir ve kapağı takılıp hazır hale getirilirdi".[31] Uluslararası düzeyde geçerli yayın hakkı yasaları bulunmadığından, halktan ya da çok rağbet gören yazarlardan hiçbir şikâyet gelmeden bir sürü "korsan" baskı yapılıyordu. Charles Dickens 1842'de Amerika'yı ziyaret ettiğinde, bugün televizyon yıldızları, ünlü futbolcular ve Michael Jackson'a gösterilen ilgiye eşdeğerde bir hayranlıkla karşılanmıştı. "Nasıl karşılandığımı anlatacak söz bulamıyorum" diye yazmıştı Dickens bir dostuna, "bu kadar kalabalık bir insan topluluğunca alkışlanıp peşinden yürünmek, muhteşem balolar ve ziyafetlerle ağırlanıp her türlü kuruluşa çağrılmak yeryüzünde hiçbir Kral ya da İmparator'a nasip olmamıştır... Bir arabayla sokağa çıksam hemen etrafımı kalabalık bir topluluk sarıp eve dönene kadar bana eşlik ediyor; tiyatroya gitsem bütün salon hep birlikte ayağa

28. Curti, s. 353-354.
29. Hart, s. 153.
30. Hart, s. 74.
31. Curti, s. 337.

kalkıyor ve bina kirişlerine kadar sallanıyor."[32] Oysa bir yerli kızı olan Harriet Beecher Stowe'a aynı türde bir hayranlık beslenmiyor (ve –kuşkusuz Güney'de– arabasının çevresi insanlarla kuşatılsaydı bile, bunun nedeni kesinlikle ona eve gidene kadar eşlik etmek olmazdı), ama yazdığı *Uncle Tom's Cabin* (Tom Amca'nın Kulübesi) daha piyasaya çıkışının ilk yılında 305.000 adet satıyordu: Bu sayı günümüz Amerikası'nda dört milyonluk bir satışa karşılık gelmektedir.

Alexis de Tocqueville, Amerikalıların basılı yayınlara bu denli yoğun ilgi göstermelerinden derinden etkilenen tek yabancı ziyaretçi değildi. On dokuzuncu yüzyıl boyunca kolonilerde nasıl bir yaşam sürdüğünü kendi gözleriyle görmek için yüzlerce İngiliz Amerika'ya akın etmişti. Ve gelenlerin hepsi de okur-yazar oranının yüksekliğinden, özellikle okur-yazarlığın bütün sınıflara yayılmasından çok etkilenmişlerdi.[33]

Ayrıca, bir üsluba dönüşmüş sözlü geleneğin basılı yayın geleneğini durmadan pekiştirdiği yerler olan konferans salonlarının hemen her tarafta görülmesi onları hayretler içinde bırakmıştı. Bu konferans salonlarının birçoğu, ilkin, yetişkinlerin eğitildiği Lyceum Hareketi'nin* gelişmesi sonucunda hizmete girmişti. Genellikle, New Englandlı bir çiftçi olan Josiah Holbrook'un ismiyle anılan Lyceum Hareketi, bilginin yayılmasını, genel okulların çoğaltılmasını, kütüphaneler kurulmasını ve özellikle konferans salonlarının açılmasını amaç edinmişti. 1835 yılında on beş eyalette üç binin üzerinde Lyceum vardı.[34] Bunların çoğu Allegheny dağlarının doğusuna kurulmuştu, ancak 1840 yılına gelindiğinde Iowa ve Minnesota kadar batıya uzanarak sınır yakınlarında da kurulmaya başlanmıştı. Amerika'da kapsamlı bir geziye çık-

32. Hart, s. 102.
33. Berger, s. 183.
34. Curti, s. 356.
* Halka açık konferanslar ya da tartışmalar düzenleyerek yetişkin insanların eğitilmesini amaçlayan bir hareket. (ç.n.)

mış bir İngiliz olan Alfred Bunn, 1853'te "pratikte her köyün kendi konferans salonu olduğunu" bildirmekteydi.[35] Bunn şunları da eklemişti: "Genç işçilerin, aşırı derecede yorgun zanaatkârların ve saatlerce çalışmaktan bitkin düşmüş fabrika işçisi kızların.. günün yorgunluğunu üzerlerinden atmadan.. kalabalık bir konferans odasının boğucu sıcaklıktaki atmosferine koşturduklarına tanık olmak.. harika bir olay."[36] Bunn'ın hemşerisi J.F.W. Johnson aynı günlerde Smithsonian Enstitüsü'ndeki konferanslara katılmış ve "1200-1500 dinleyici alma kapasitesine sahip konferans salonlarının hıncahınç dolu olduğunu görmüştü."[37] Gelenlerin dinleyebildikleri konferansçılar arasında, zamanın sayılı entelektüel, yazar ve mizahçıları (ki bunlar da yazardı), örneğin Henry Ward Beecher, Horace Greeley, Louis Agassiz ve Ralph Waldo Emerson (onun bir konferans için aldığı ücret elli dolardı) bulunuyordu.[38] Mark Twain otobiyografisinde, Lyceum kampanyasına katılan bir konferansçı olarak yaşadığı deneyimlere tam iki bölüm ayırmaktadır. "1866'da Kaliforniya ve Nevada'da konferans vererek başladım" diye yazıyordu Twain, "New York'ta bir kere, Mississippi Vadisi'nde birkaç kere konferans verdim; 1868'de bütün Batı'da bir çember çizdim; sonraki iki-üç sezonda rotama Doğu çemberini de dahil ettim."[39] Üstelik Twain'in bazı konferansçıların kasabalarda konuştuklarında 250, şehirlerde konuştuklarında 400 dolar aldıklarını (günümüz koşullarında, kıdemli bir televizyon haber programcısının bir konferans için aldığı fiyatla çakışmaktadır bu) söylediğine bakarsak, anlaşılan Emerson'a ödenen fiyat çok azdı.

Bütün bunlardan şöyle bir sonuca ulaşabiliriz: On dokuzuncu yüzyılın başından sonuna kadarki Amerika, bildiğimiz

35. Berger, s. 158.
36. Berger, s. 158.
37. Berger, s. 158.
38. Curti, s. 356.
39. Twain, s. 161.

toplumlar içinde basılı sözün ve basılı söze dayanan söylev tarzının egemenliğini en çok hisseden toplumdu. Kaldı ki bu durum ancak bir ölçüde Protestan geleneğin mirasıydı. Richard Hofstadter'in anımsattığı gibi, Amerika entelektüeller tarafından kurulmuştu. Bu, modern ulusların tarihinde ender bir olaydır. "Kurucu Babalar"ın, der Hofstadter, "içlerinden pek çoğu klasik öğrenim görmüş, zamanlarının yakıcı problemlerini çözmekte tarih, politika ve hukuk kitaplarında okudukları geniş bilgilerden yararlanan bilge kişiler, bilimciler ve aydın insanlardı."[40] Böyle insanların şekil verdiği bir toplum kolay kolay tam tersi yönlere sürüklenmez. Hatta, Amerika'nın, etkilerinden ancak iki yüzyıl ve bir iletişim devriminden sonra kurtulabildiğimiz entelektüeller tarafından kurulduğunu bile söyleyebiliriz. Hofstadter, bundan "kurtulma" çabalarımızı, yani Amerikan kamusal yaşamındaki antientelektüel damarı inandırıcı bir dille aktarmıştır, ama kendisinin bu konuda yoğunlaşmasının, çizdiği genel tabloyu bozduğunu da teslim etmektedir. Onun konumu, Amerikan iş dünyasının tarihini iflaslar tarihinde yoğunlaşarak yazmaya benzemektedir.[41]

Basılı sözün kamusal söylemin her alanındaki etkisinin süreğen ve güçlü olması, yalnızca basılı materyallerin çokluğuna değil, bu konudaki *tekele* de dayanmaktadır. Bilhassa medyanın o zamanki ve şimdiki konumunda ciddi farklılıkların varlığını kabul edemeyenler bu noktayı yeterince kavrayamazlar. Örneğin bazı zamanlar, bugün için eskisinden daha fazla basılı malzeme bulunduğu söylenir (kuşkusuz doğrudur bu). Oysa on yedinci yüzyıldan on dokuzuncu yüzyılın sonuna kadar mevcut olan şeylerin *hepsi* fiilen basılı malzemelerdi. Ne seyredilecek bir film ne dinlenecek radyo ne gezilecek bir fotoğraf sergisi ne de çalınacak plak vardı. Televizyon da yoktu. Bütün işler, her

40. Hofstadter, s. 145.
41. Hofstadter, s. 19.

türlü söylemin modeli, metaforu ve ölçüsü haline gelen basılı söz kanalıyla ifade ediliyordu. Basılı sözün ve özellikle yorumlayıcı düzyazının dolayımsız, analitik yapısının yankıları her yerde hissedilebiliyordu. Örneğin, insanların konuşma biçimine yansıyordu bu. Tocqueville, *Democracy in America*'da bundan söz eder: "Bir Amerikalı" diye yazıyordu Tocqueville, "muhabbet edemez, ama tartışabilir, konuşması nutuk atmaya benzer. Sizinle sanki bir mitingde konuşuyormuş gibi konuşur; tartışmanın sıcak bir havada geçmesine izin verirse konuştuğu kişilere 'Beyler' diye seslenir."[42] Bu tuhaf uygulama bir Amerikalının sabit fikirliliğinden ziyade, konuşma üslubunu basılı sözün yapısı uyarınca şekillendirmesinin bir yansımasıdır. Basılı söz gayri şahsi nitelik taşıdığından ve gözle görülmeyen dinleyicileri muhatap aldığından, Tocqueville'in burada tarif ettiği, sözlü söylemin çeşitli biçimlerinde gözlenebilen bir tür basılı nutuktur. Örneğin, vaizler kürsüye çıktıklarında genellikle düzgün, gayri şahsi bir tonla yazılı konuşmalar yaparlar; bu vaazların içeriği "insanın Doğa'yla ve Doğa Yasaları aracılığıyla algıladığı Tanrı'nın vasıflarının tutkulu biçimde, kuru analizlerle sıralanmasından ibaret olur."[43] Deizmin* tutkusuz, analitik bir şekilde ortaya konulmasına karşı çıkan bir dinsel canlanma hareketi olan Büyük Uyanış dönemi, kolayca basılı sayfa haline getirilebilecek nutuklar atan, oldukça duygusal vaizlerle birlikte yükselmişti. Bu insanlardan en karizmatik olanı, 1739'da Amerika'nın dört bir köşesinde geniş kitlelere vaaz vermeye başlamış olan Peder George Whitefield'dı. Whitefield, Philadelphia'da hitap ettiği on bin kişilik topluluğu, İsa'nın varlığını kabul etmezlerse ebedi cehennem ateşinde yanacaklarını iddia ederek kışkırtıp dehşete sokmuştu. Benjamin Franklin de Whitefield'ın konuşmalarından birisini dinlemiş ve onun

42. Tocqueville, s. 260.
43. Miller, s. 269.
* Vahyi inkâr eden, ama Tanrı'nın varlığını kabul eden bir inanç. (ç.n.)

yayıncılığını üstlenmeyi önermişti. Whitefield'ın günlükleri ile vaazları daha sonra Philadelphialı B. Franklin tarafından yayımlandı.[44]

Ama açıkçası, basılı sözün yalnızca kamusal söylemin biçimini etkilediğini söylüyor değilim. Bunu, o biçimin içeriğin niteliğini de belirleyeceği şeklindeki daha önemli bir fikirle ilişkilendirmedikçe, söylediklerimin fazla bir anlamı yoktur. Bu fikrin kendi eğilimleri için fazla "McLuhancı" kaldığına inanabilecek okurlara Karl Marx'ın *Alman İdeolojisi*'ndeki şu satırları hatırlatırım. Karl Marx retorik bir dille şu soruları soruyordu: "Matbaanın, hatta baskı makinelerinin olduğu bir çağda *İlyada* mümkün müdür? Matbaanın doğuşuyla birlikte şarkı söylemenin, hikâye anlatmanın, hatta derin derin düşünmenin geçerliliğini yitirmesi kaçınılmaz değil midir?"[45] Marx, matbaanın yalnızca bir makine değil, aynı zamanda belli türde içerikleri ve doğal olarak belli türde izleyicileri dışlayan ve bunda ısrar eden bir söylem yapısı olduğunu çok iyi anlamıştı. Ama meselenin özünü kendisi tam olarak keşfedememiş, bu görevi başkaları üstlenmişlerdir. Ben de matbaanın bir metafor işlevi, ciddi ve rasyonel bir kamusal konuşma biçimi yaratacak bir epistemoloji işlevi gördüğünü –şu anda epeyce uzaklaştığımız bir durumdur bu– açığa çıkarmak üzere elimden geleni yapmalıyım.

44. Miller, s. 271.
45. Marx, s. 150.

4
Tipografi Kafası

Abraham Lincoln* ile Stephen A. Douglas** arasındaki yedi ünlü tartışmadan ilki 21 Ağustos 1858'de Illinois, Ottowa'da yapılmıştı. Aralarındaki anlaşmaya göre, ilk olarak bir saat Douglas konuşacak, Lincoln bir buçuk saat ona yanıt verecek ve tekrar Douglas yarım saat Lincoln'ün karşılığını yanıtlayacaktı. Bu tartışmanın süresi ikisinin de alıştıkları

* Abraham Lincoln (1809-1986), 1861-1865 yılları arasında görev yapan ve suikasta kurban giden 16. ABD Başkanı'dır. (ç.n.)

** Stephen A(rnold) Douglas (1813-1861), Illinois senatörlüğü kampanyasında Lincoln'le tartışmalarıyla ün yapan ABD'li politikacı. (ç.n.)

tartışmalardan bir hayli daha kısaydı. Aslında daha önce çeşitli kereler karşı karşıya gelmişler, bu karşılaşmalarının hepsi de çok daha uzun ve yorucu geçmişti. Örneğin 16 Ekim 1854'te Illinois, Peoria'daki bir tartışmalarında önce Douglas üç saatlik bir konuşma yapmıştı. Anlaştıkları üzere Lincoln de kendi yanıt hakkını kullanacaktı. Ama Lincoln, sırası geldiğinde, saatin şimdiden akşam 5'e geldiğini, konuşmasının herhalde Douglas'ınki kadar uzun süreceğini, ardından Douglas'ın da kendi savunmasını yapmasının tasarlandığını hatırlattı dinleyicilere. Bunun için onlara eve gitmelerini, akşam yemeği yemelerini ve yeniden, kalan dört saatlik konuşmayı salim kafayla dinleyebilecekleri kadar zinde bir şekilde geri dönmelerini önerdi.[1] Dinleyiciler bu öneriyi içtenlikle kabul ettiler ve her şey aynen Lincoln'ün planladığı gibi yürüdü.

Bunlar nasıl dinleyicilerdi? Yedi saat süren nutuklara seve seve katlanabilen bu insanlar kimlerdi? Hemen belirtelim ki, Lincoln de Douglas da başkan adayı değillerdi. Peoria'da karşılaştıkları sırada henüz ABD Senatosu'na bile aday olmamışlardı. Ama zaten dinleyicileri de onların resmi statüleriyle özel olarak ilgilenmiyorlardı. Bu dinleyiciler, bu tür tartışmaları politik eğitimleri açısından temel önemde sayan, toplumsal yaşamlarının ayrılmaz bir parçası olarak gören vė uzun söylevlere çoktandır alışmış olan insanlardı. Kaza ya da eyalet fuarlarının tipik bir özelliği olarak bu programlara birden çok konuşmacı davet edilir ve konuşmacıların çoğuna argümanlarını ortaya koymaları için üç saat kadar süre tanınırdı. Tabii konuşmacıların ortaya attıkları savların karşılıksız kalması tercih edilmediğinden rakiplerine de aynı uzunlukta konuşma hakkı verilirdi. (Konuşmacıların hep erkek olmadığı da belirtilebilir burada. Springfield'da günlerce süren bir fuarda, "her akşam bir kadın salonda 'Dönemin

1. Sparks, s. 4.

Büyük İlerici Hareketlerinde Kadın Etkisi' konusunda konferans verirdi."[2])

Dahası, bu insanlar nutuk ihtiyaçlarını karşılamak için yalnızca fuarlara ya da özel toplantılara bel bağlamıyorlardı. Bilhassa batı eyaletlerinde "kök" konuşmacısı geleneği yaygın biçimde uygulanıyordu. Konuşmacı, kesilmiş bir ağacın "kök"ünün çevresinde ya da ona eşdeğerde açık bir mekânda bir dinleyici kitlesi toplar ve onlara "nutuk çeker" dururdu. Dinleyiciler çoklukla saygılı ve dikkatli insanlardı, ama sessiz veya duyarsız kalıyor da değillerdi. Örneğin bütün Lincoln-Douglas tartışmalarının başından sonuna kadar, konuşmacıları ya teşvik etmişler ("Göster ona, Abe!") ya da kısa, kışkırtıcı sözlerle ("Hadi bakalım, kolaysa yanıtla") sıkıştırmışlardı. Sık sık duyulan alkışlar genellikle alaycı ya da harika deyişlere, inandırıcı sözlere ayrılırdı. Douglas, Ottowa'daki ilk tartışmada, uzun süren alkışlara çarpıcı ve açıklayıcı bir karşılık vermişti: "Dostlarım" demişti Douglas, "bu sorunları tartışırken sessizce dinlemenizi alkışlamanıza tercih ederim. Sizin tutkularınızı ya da coşkularınızı ayağa kaldırmayı değil, yargı gücünüze, anlayışınıza ve vicdanınıza hitap ediyor olmayı isterim."[3] Dinleyicilerin vicdanı, hatta yargı gücü konusunda çok fazla şey söyleyebilmek zordur. Ama anlamaları konusunda pek çok varsayımda bulunulabilir.

Bir kere, o dönemin dinleyicilerinin dikkatlerini yoğunlaştırma süreleri belli ki genel standartlara göre olağanüstü fazlaydı. Bugünkü Amerika'da yedi saatlik konuşmaya dayanabilen bir dinleyici topluluğu bulunabilir mi? Bırakalım yedi saati, beş saatlik, üç saatlik konuşmalara bile –hele görüntü de yoksa– katlanabilirler mi? İkincisi, o dönemin dinleyicilerinin uzun ve karmaşık cümleleri dinleyerek kavrama konusunda da gene olağanüstü bir yetenekleri olmalıydı. Douglas, Ot-

2. Sparks, s. 11.
3. Sparks, s. 87.

towa'daki bir şenlik konuşmasına Köleliğin Kaldırılması platformunun uzun, hukuksal içerikli kararlarından üçünü dahil etmiş, Lincoln de yanıtında daha önce yaptığı yayımlanmış bir konuşmasından daha uzun pasajlar aktarmıştı. Lincoln, kendisinin ünlü özlü konuşma üslubuyla karşılaştırıldığında, bu tartışmalarda Douglas'ınki kadar anlaşılması güç ve ustaca kurulmuş cümle yapıları kullanmıştı. Lincoln'ün Illinois, Freeport'da yapılan ikinci tartışmada Douglas'a verdiği yanıtta şöyle bir bölüm vardı:

> Takdir edersiniz ki Yargıç Douglas kadar yetenekli bir adamın bir buçuk saatte söyleyebildiklerini benim yarım saatte anlamam mümkün değildir; bu yüzden onun değindiği ve benden de bir şeyler söylememi beklediğiniz konular var da ben o konularda yorum yapmamışsam, onun girdiği alanların hepsine girmenin benim açımdan mümkün olmadığını tahmin edeceğinizi umarım.[4]

Beyaz Saray'da şimdi oturan kişinin benzer koşullarda bu tür cümleler kurabileceğini düşünmek zordur. Hem kursa bile, kesinlikle onu dinleyenlerin sözlerini kavrayamamaları ya da dikkatlerini yoğunlaştıramamaları riskini göze almak zorundadır. Televizyon kültürüyle yoğrulan insanların hem dinleyerek hem de görerek anlamaları için "açık dil"e ihtiyaçları vardır ve bazı koşullarda bunun yasayla düzenlenmesi bile gerekecektir. 1985 yılındaki bir dinleyici topluluğu Gettysburg Nutku'nu* büyük ölçüde anlayamazdı herhalde.

4. Bu tartışmaların tutanaklarının doğru olup olmadığı konusundaki soru işaretleri hep gündemde kalmıştır. Robert Hitt bu tartışmaların kelimesi kelimesine kaydedilmesinden sorumlu olan kişiydi ve Lincoln'ün "cahillikleri"ni düzeltmekle suçlanmıştı. Suçlamaları yapanlar, elbette, Lincoln'ün başarısının bütün ülkeyi etkilemesinden dehşete kapılan politik düşmanlarıydı. Hitt ise Lincoln'ün konuşmalarının "üzerinde oynadığı" suçlamasını kesin bir dille reddetmişti.

* Lincoln'ün, Temmuz 1863'te İç Savaş'ın kritik bir muhasebesinin yapıldığı Gettysburg'da kurulan Ulusal Şehitlik vesilesiyle yaptığı ünlü konuşması. (ç.n.)

Lincoln-Douglas tartışmasını izleyenler, anlaşılan tarihsel olayları ve karmaşık politik gelişmeleri bildikleri gibi, tartışılan sorunları da büyük ölçüde kavrayabiliyorlardı. Douglas, Ottowa'daki tartışmada Lincoln'e yedi soru yöneltmişti. Eğer dinleyiciler Dred Scott kararını,* Douglas ile Başkan Buchanan arasındaki kavgayı, bazı Demokratların sevilmeyişini, Köleliğin Kaldırılması platformunu ve Lincoln'ün Fıçıcılar Sendikası'ndaki ünlü "Bölünmüş Meclis" konuşmasını bilmeselerdi bu soruların o konuşma açısından hiçbir önemi olmazdı. Lincoln, daha sonraki bir tartışmada Douglas'ın sorularını yanıtlarken de, savunmayı "taahhüt ettiği" şey ile dinleyicilerin kavrayabileceklerinden emin olana kadar ortaya atmayacağı kendi gerçek inançları arasında ince bir ayrım bulunduğunu belirtmişti. Nihayet, her iki konuşmacı da bir yandan münazara dilinin daha basit silahlarından bir kısmını (örneğin, kızdıracak isimler takmak ve abartılı genellemeler yapmak) kullanırken, bir yandan ısrarla daha karmaşık retorik kaynaklarına başvuruyorlardı. Ve dinleyiciler kullanılan araçların ne anlama geldiğini tam olarak bilmeselerdi, onların yararlandıkları alay etme, ironi, paradoks, ayrıntılı metaforlar, ince ayrımlar ile çelişkilerin gözler önüne serilmesi gibi araçların hiçbirisinin etkisi olmazdı.

Bununla birlikte, 1858 yılındaki dinleyiciler topluluğunun bir anlamıyla entelektüel olgunluk modelleri olduklarını düşünmek yanlış olur. Lincoln-Douglas tartışmalarının hepsi karnaval benzeri bir atmosferde yürütülmüştü. Bandolar çalıyor (tabii tartışma sırasında olmamakla beraber), seyyar satıcılar mallarını satıyor, çocuklar oynayıp zıplıyor ve bol bol likör bulunabiliyordu. Bu tartışmalar önemli toplumsal olaylar oldukları kadar retorik gösterileriydi de ama bu onların önemini azaltmıyordu. Önceden belirtmiş olduğum gibi, bu dinleyiciler, entelektüel yaşamları ve kamusal işleri

* Dred Scott (1795-1858) adlı siyah kölenin özgür topraklarda yaşadığı için özgür olduğu iddiasının 1857'de Yüksek Mahkeme'nin aldığı bir kararla reddedilmesi olayı. (ç.n.)

ile toplumsal dünyaları tamamen bütünleşmiş insanlardan oluşuyordu. Winthrop Hudson, Metodist mezhebinin kamp toplantılarında bile pikniklerden nutuk çekmek için yararlanıldığına dikkat çekmiştir.[5] Aslında çoğu dinsel çağrışımları düşünülerek seçilmiş olan (Chautauqua, New York; Ocean Grove, New Jersey; Bayview, Michigan; Junaluska, North Carolina) kamp yerleri, sonradan eğitim ve entelektüel faaliyet işlevli konferans merkezlerine çevrilmişti. Başka bir deyişle, dilin karmaşık bir argüman sunma aracı olarak kullanılması hemen her kamusal düzlemde önemli, hoş ve yaygın bir söylem biçimi oluyordu.

Lincoln ile Douglas'ın ölümsüz sözleriyle seslendikleri dinleyicileri anlamak istiyorsak, bu insanların Aydınlanma çağının (Amerikan versiyonuyla) torunları olduklarını akılda tutmamız gerekiyor. Onlar Franklin'in, Jefferson'ın, Madison'ın ve Tom Paine'in torunları, Henry Steele Commager'ın on sekizinci yüzyıl Amerikası'na ait deyişiyle Akıl İmparatorluğu'nun mirasçılarıydı. Gerçi onlar arasında, içlerinden bir kısmı okuma-yazmayı pek bilmeyen sınır bölgeleri insanlarının ve İngilizceye hâlâ yabancı kalan göçmenlerin bulunduğu doğrudur. 1858'de, Akıl İmparatorluğu'na son verecek yeni bir epistemolojinin öncü müfrezesi olarak fotoğraf ile telgrafın icat edilmiş olduğu da doğrudur; gene de bunun anlamı yirminci yüzyıla kadar açıklığa kavuşmayacaktı. Lincoln-Douglas tartışmalarının yapıldığı sıradaki Amerika, en görkemli okur-yazarlık patlamasının ortalarında yaşıyordu. 1858'de Edwin Markham altı yaşında, Mark Twain yirmi üçünde, Emily Dickinson yirmi sekizinde, Whitman ile James Russel Lowell otuz dokuzunda, Thoreau kırk birinde, Melville kırk beşinde, Whittier ile Longfellow elli birinde, Hawthorne ile Emerson elli dördü ve elli beşindeyken, Allan Poe öleli henüz dokuz yıl olmuştu.

5. Hudson, s. 5.

Bu bölümün çıkış noktası olarak Lincoln-Douglas tartışmalarını seçmemin nedeni, hem bu tartışmaların on dokuzuncu yüzyıl ortasındaki başlıca politik söylem örneğini oluşturması hem de tipografinin söylem niteliğini denetleme gücünü örneklemesidir. Hem konuşmacılar hem de onların dinleyicileri "edebi" denebilecek bir söylev türüne alışmışlardı. O sıradaki tantanalı sosyal ortam açısından konuşmacıların sunacak, dinleyicilerin ise bekleyecek, dilden başka çok az şeyleri vardı. Ve sunulan dil de açıkça yazılı söz tarzına modelleniyordu. Lincoln ile Douglas'ın söylediklerini okumuş olan herkes için bu nokta başından sonuna kadar açıktır. Tartışmalar Douglas'ın aşağıda aktardığımız girişiyle açılıyor ve bu başlangıç daha sonra söylenen bütün sözlerin karakteristik bir örneği oluyordu:

> Bayanlar, Baylar: Bugün, kamuoyunun düşüncesini meşgul eden belli başlı politik konuları değerlendirmek amacıyla huzurunuzda bulunuyorum. Mr. Lincoln'le aramızda yaptığımız bir anlaşma uyarınca, eyaletin ve birliğin iki büyük politik partisinin temsilcileri olarak, bu partiler arasında tartışma konusu olan ilkeler üzerine ortak bir tartışma yürütmek amacıyla buradayız ve karşımızdaki kalabalık insan topluluğu da bizi ayıran sorunlar konusunda kamuoyunun ne kadar derinden etkilendiğini göstermektedir.[6]

Bu dil yalnızca basılı söz olarak uygundur. Tartışmanın yüksek sesle konuşmayı gerektiren bir toplantı olması bu gerçeği gözlerden gizleyemez. Ve dinleyicilerin bu tartışmayı kulaklarıyla takip edebilmeleri de ancak kültürleri salt basılı sözcüklerle dolu olan insanlar açısından bir anlam taşımaktadır. Lincoln ile Douglas bütün konuşmalarını önceden hazırlamakla kalmazlar, bunun yanında verecekleri yanıtları bile önceden yazılı olarak planlarlardı. Konuşmacılar arasındaki kendiliğinden etkileşimler bile bir cümle yapısıyla,

6. Sparks, s. 86.

cümle uzunluğunda ve yazılı konuşma biçimindeki bir retorik düzenlemesiyle ifade ediliyordu. Elbette konuşmaları sırasında yer yer sırf söyleve özgü özellikler öne çıkıyordu. Öncelikle, iki konuşmacı da dinleyicilerin ruh hallerine karşı kayıtsız değildi. Ama tipografinin yankısı her cümlelerinde hissediliyordu. Konuşmaların içeriği argüman ve karşı argümanlarla, iddia ve karşı iddialarla, ilgili metinlerin eleştirisiyle, rakibinin önceden dile getirdiği cümlelerin en dikkatli biçimde irdelenmesiyle doluyordu. Kısacası, Lincoln-Douglas tartışmaları tamamen basılı sayfadan aktarılan bir yorumlayıcı düzyazı olarak nitelenebilir. Douglas'ın dinleyicilere serzenişte bulunmasının anlamı budur. Douglas, sanki dinleyiciler sessiz, düşünceli okurlar olmalıymış gibi onların tutkularına değil, anlama yeteneklerine hitap ettiği, diliyle üzerinde kafa yormaları gereken bir metin oluşturduğu iddiasındaydı. Bu da kuşkusuz şöyle sorular doğurmaktadır: Yazılı, yani tipografik bir metaforun kamusal söylem bakımından içerdiği sonuçlar nelerdir? Onun içeriğinin niteliği nedir? İnsanlardan ne talep etmektedir? Düşüncenin hangi yanlarını kollamaktadır?

Bu konuya sanırım, yazılı sözün ve ona dayanan söylevin *bir içeriğinin bulunduğu* (semantik, yorumlanabilir, önermeci bir içerik) gerçeğine parmak basarak başlamak gerekiyor. Bu ilk başta tuhaf görünebilir, oysa hemen, bugünkü söylemimizin büyük bölümünün ancak sınırlı ölçüde önermeci bir içeriğe sahip olduğunu da ileri süreceğimden, bu noktayı vurgulamadan geçmemem gerektiğini söyleyebilirim. Dilin başlıca iletişim aracı (medium) olduğu (özellikle, dilin basılı sözün katılıklarını denetlediği) zamanlarda, kaçınılmaz olarak sonuçta bir fikir, bir olgu, bir iddia ortaya çıkmaktadır. Ve ortaya çıkan fikir banal, olgu ilgisiz, iddia yanlış olabilir, ancak insanın düşüncelerine yön veren araç dil olduğu zaman anlamdan kaçış yoktur. Her ne kadar zaman zaman başarılabiliyorsa da yazılı bir İngilizce cümle kullanıldığında hiçbir şey kastetmemek çok zordur. Yorum başka ne

işe yarar? Sözcüklerin anlam taşıyıcısı olmalarının dışında çok az yararları vardır. Yazılı sözcüklerin şekilleri, bakılınca hiçbir ilginçlik sunmazlar. Ağızdan çıkan cümlelerin sesleri de olağanüstü şiirsel yeteneğe sahip kişilerin kurdukları cümleler dışında ilginç değildir. Bir cümlede bir olgu, bir istek, bir soru, bir sav ya da bir açıklama ortaya atılmıyorsa o cümle saçmadır, basit bir gramatik kabuktan ibarettir. Sonuç olarak, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıl Amerikası'nın zaten karakteristik bir özelliği olan dil-merkezli söylem, bir de basılı söz biçimini aldığında, daha fazla içeriğe ve ciddi bir niteliğe kavuşmaktadır.

Ciddidir, çünkü anlamı anlaşılmayı talep etmektedir. Yazılı bir cümle yazarından bir şeyler söylemesini, okurundan söylenen şeyin anlamını bilmesini ister. Yazar ile okur, semantik anlamda birbirlerine zıt düştükleri zaman da zekâya karşı en ciddi meydan okuyuşu sergilemiş olurlar. Özellikle okuma ediminde böyle bir durum söz konusudur, zira yazarlar her zaman güvenilir kişiler değillerdir. Yalan söylerler, zihinleri karışır, aşırı genellemelere başvururlar, mantığı ve bazen sağduyuyu istismar ederler. Okur da ciddi bir entelektüel hazırlıkla silahlanmalıdır. Aslında bu kolay bir iş değildir, çünkü okur metnin karşısında tek başınadır. Okurken tepkiler yalnız kalır, zekâ kendi kaynaklarını arka plana atar. Basılı cümlelerin cansız soyutlamalarıyla karşı karşıya gelmek, ya güzel görünüşün ya da topluluğun yardımı olmaksızın çıplak dili aramaktır. Demek ki, okumak doğası gereği ciddi bir iştir. Ayrıca okumak, elbette, temel bir rasyonel etkinliktir.

Onaltıncı yüzyıldaki Erasmus'tan yirminci yüzyıldaki Elizabeth Eisenstein'a kadar, okumanın düşünme alışkanlıklarına katkısı sorunuyla boğuşmuş olan hemen her araştırmacı, sürecin rasyonelliği özendirdiği, yazılı sözün ardışık, önermeci karakterinin Walter Ong'un deyişiyle "bilginin analitik biçimde işlenmesi" olgusunu güçlendirdiği sonucuna varmıştır. Yazılı sözü benimsemek, önemli ölçüde sınıflandırma, sonuç çıkarma ve akıl yürütme yetisini gerektiren bir

düşünce çizgisi takip etmek demektir. Yazılı sözü benimsemek, yalanları, kafa karıştırıcı sözleri ve aşırı genellemeleri açığa çıkarmak, mantık ve sağduyu istismarlarını saptamak, ayrıca fikirlere ağırlık vermek, savları birbirleriyle karşılaştırmak, bir genellemeyi diğeriyle ilişkilendirmek demektir. Bunu başarmak için sözcüklerle araya belli bir mesafe koymak gerekir ve bu da aslında tek başına duran, gayri şahsi nitelikli metnin özendirdiği bir durumdur. Bu yüzden iyi bir okur yerinde bir cümleden sevinç duymaz, hatta esinlendirici bir paragrafı bile alkışlamaya kalkmaz. Analitik düşünce buna izin vermeyecek kadar yoğun ve mesafelidir.

Burada analitik düşüncenin yazılı sözden önce ortaya çıkamayacağını kastediyor değilim. Benim sözünü ettiğim durum, bireysel düşüncenin potansiyel güçleriyle ilgilidir. Basılı sözün egemen olduğu bir kültürde, kamusal söylem daha çok bütünlüklü, düzgün biçimde düzenlenmiş olgular ve fikirlerle karakterize edilir. Bununla muhatap alınan topluluk, genelde bu tür söylemi kavramaya yeteneklidir. Basılı söze dayalı bir kültürde yazarlar yalan söyledikleri, kendileriyle çelişkiye düştükleri, ortaya attıkları genellemeleri kanıtlayamadıkları ve mantık dışı bağlantılar kurmaya çalıştıkları zaman hata yaparlar. Basılı söze dayalı bir kültürde okurlar da fark etmedikleri, daha kötüsü özenli okumadıkları zaman hata yaparlar.

Onsekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda, basılı söz, zihnin nesnel, rasyonel kullanımına öncelik tanıyan ve aynı zamanda ciddi, mantıksal tutarlılığa sahip içerikli kamusal söylem biçimlerini cesaretlendiren bir zekâ tanımını öne çıkarır. Akıl Çağı'nın ilkin Avrupa'da, daha sonra Amerika'da basılı kültürün gelişmesiyle aynı zamana rastlaması kesinlikle tesadüfi değildir. Tipografinin yayılması, dünyanın ve onun çeşitli sırlarının hiç olmazsa kavranabileceği, öngörülebileceği ve denetlenebileceği umudunu canlandırmıştı. Bilimin (bilginin analitik biçimde işlenmesinin başlıca örneği), dünyaya yeni bir şekil vermeye başlaması on sekizinci yüzyıla denk

düşer. Aynı şekilde kapitalizmin rasyonel ve liberal bir ekonomik yaşam sistemi olarak gösterilmesi, dinsel batıl inançların yoğun saldırı altında kalması, kralların ilahi hakkının basit bir önyargıdan ibaret olduğunun kanıtlanması, sürekli ilerleme fikrinin güç kazanması ve eğitim sayesinde genel okuryazarlığın bir zorunluluk halini alması da on sekizinci yüzyıla denk düşer.

Tipografinin içerdiği şeylerin herhalde en iyimser ifadesini John Stuart Mill'in otobiyografisinden alınan şu paragrafta bulabiliriz:

> Babam, okuryazarlığın yayıldığı yerlerde insanlığın etkisine o kadar eksiksiz bir güven besliyordu ki, bütün insanlara okuma-yazma öğretilirse, her türlü düşüncenin sözle ve yazıyla kendini ifade etmesine olanak tanınırsa ve insanlar genel oy hakkı sayesinde benimsedikleri düşüncenin etkili olmasını sağlayacak bir meclis oluşturabilirlerse, sanki her şeyin çözülmüş olacağı gibi bir eğilimi vardı.[7]

Kuşkusuz asla tam olarak gerçekleşmemiş bir umuttu bu. Aklın egemenliği, İngiltere ya da Amerika (veya başka bir ülke) tarihinin hiçbir evresinde, ihtiyar Mill'in tipografinin olanak yaratacağını hayal ettiği kadar eksiksiz olmamıştır. Bununla birlikte, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda, basılı sözün içerdiği yönelimlerle kök salmış olan Amerikan kamusal söyleminin, rasyonel argümana ve sunuma yönelik eğilimiyle, dolayısıyla anlamlı bir içeriğe sahip oluşuyla ciddi niteliğe kavuştuğunu kanıtlamak güç değildir.

Bu noktayı örneklemek için dinsel söylemi ele alalım. On sekizinci yüzyılda dine inananlar, kendileri dışındaki herkes kadar rasyonalist geleneğin etkisindeydiler. Yeni Dünya herkese din özgürlüğü sunuyordu; bu demekti ki, inanmayanları aydınlatmak için akıldan başka bir güçten yararlanılamazdı. Ezra Stiles 1783'teki ünlü vaazlarından birinde, "Burada De-

7. Mill, s. 64.

izme gün doğacak" diyordu, "din konusunda serbest düşünen insanların, argümanın ve hakikatin nazik, etkili silahlarından başka bir silahla alt edildikleri şikâyetinde bulunmalarının hiçbir temeli yoktur."[8]

Din konusunda serbest düşünceli insanları bir kenara bırakırsak, Deistlerin şanslarının kesinlikle açıldığını iyi biliyoruz. Aslında Amerika Birleşik Devletleri'nin ilk dört başkanı büyük ihtimalle Deistti. Jefferson, başkan olduğu zaman Hazreti İsa'nın ilahi gücüne kesinlikle inanmıyordu ve kendisi sırf İsa'nın öğretisinin etik içeriğini muhafaza ederek, "fantastik" olaylara bütün değinmeleri kaldırdığı bir Dört Havari versiyonu yazmıştı. Jefferson başkan seçildiği zaman yaşlı kadınların İncil'lerini saklayıp gözyaşlarına boğuldukları yaygın bir söylentidir. Bir de Tom Paine başkan seçilmiş ya da ona hükümette yüksek bir mevki verilmiş olsaydı neler yapabileceklerini tahmin etmek bir hayli güçtür. Çünkü Paine, *The Age of Reason*'da İncil'e ve ondan sonraki bütün Hıristiyan teolojiye saldırıyordu. Paine, Hazreti İsa'yla ilgili olarak onun erdemli ve dost canlısı bir insan olduğunu kabul ediyor, ama ilahi bir varlık olduğu öykülerinin saçma ve çirkin bir iddia olduğunu savunmaktan geri kalmıyor ve bunu rasyonalist bir yaklaşımla İncil'in sıkı bir metinsel analiziyle kanıtlamaya çalışıyordu. Paine şöyle yazıyordu: "İster Yahudi ister Hıristiyan ister Türk olsun bütün ulusal kilise kurumları, bana insanlığı korkutup köleleştirmek, gücü ve kârları tekelleştirmek amacıyla kurulmuş insani icatlar olarak görünmektedir."[9] Tom Paine *The Age of Reason*'ı yazmış olmasından dolayı büyük önderler panteonundaki yerini kaybetmiştir (ve bugüne kadar Amerikan tarih kitaplarında hep belirsiz bir yere konmuştur). Oysa Ezra Stiles, serbest düşünceliler ile Deistlerin *sevileceğini* söylemiş değildi: Açık bir mahkemede ifade verirken jüri olarak yalnızca akla baş-

8. Hudson, s. 110.
9. Paine, s. 6.

vuracaklardı. Gerçekten de öyle yaptılar. Deistlerin ilerlemenin düşmanları oldukları gerekçesiyle kiliselere, rasyonalite düşmanları oldukları gerekçesiyle itikatlara yönelttikleri saldırılar, Fransız Devrimi'nin uyandırdığı ilk coşkular sayesinde popüler bir harekete dönüşmüştü.[10] Elbette kiliseler de saldırıya karşı koydular ve Deizm ilgi odağı olmaktan çıkınca bu sefer birbirlerini yemeye başladılar. On sekizinci yüzyılın ortalarına doğru Presbiteryenler arasında Theodore Frelinghuysen ile William Tennent'ın önderliğinde bir dinsel canlanma hareketi ortaya çıktı. Onları, isimleri Amerika'daki dinsel "uyanışlar"la birlikte anılan üç büyük sima (Jonathan Edwards, George Whitefield ve on dokuzuncu yüzyılda Charles Finney) daha izledi.

Bu insanlar, sesleri aklın egemen olduğu yerlerden ötelere ulaşan, olağanüstü başarılı vaizlerdi. Whitefield hakkında, sırf "Mezopotamya" sözcüğünü telaffuz ettiğinde bile dinleyicilerini ağlattığı söylenmekteydi. Henry Coswell 1839'da, herhalde bu yüzden, "ABD'de en çok rastlanan delilik biçiminin dinsel manyaklık olduğu"nu söylüyordu.[11] Gene de on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyılların dinsel canlanma hareketleri ile onlara karşı derin bir düşmanlık besleyen yerleşik kiliseler arasındaki doktrin kavgaları, ağırlıkla rasyonel, mantıklı bir dille kaleme alınmış broşürler ve kitaplarla sürdürülüyordu. Billy Graham'ı veya diğer televizyon revivalistlerini, modern sağın Jonathan Edwards'ı ya da Charles Finney'i olarak düşünmek ciddi bir yanılgı olur. Jonathan Edwards, Amerika'nın o zamana kadar çıkardığı en parlak ve yaratıcı beyinlerden biriydi. Edwards'ın estetik kuramına yaptığı katkı hemen hemen teolojiye katkısı kadar önemliydi. Edwards'ın ilgileri çoğunlukla akademikti; her gün saatlerce çalışma odasına kapanıyordu. Dinleyicilerine karşı doğaçlama konuşmalar yapmayı tercih etmiyordu. Teolojik doktrinle

10. Hudson, s. 132.
11. Perry Miller, s. 15.

sıkı sıkıya bağıntılı olup serbest bir akıl yürütmeyle tasarladığı yorumlardan meydana gelen vaazlarını okuyarak aktarıyordu.[12] Dinleyiciler Edwards'ın diliyle duygusal heyecanlara kapılabilirlerdi, ama öncelikle neler söylediğini anlamaları gerekiyordu. Aslında Edwards'ın ünü, ağırlıkla, 1737'de yayımlanan *Faithful Narrative of the Surprising Work of God in the Conversion of Many Hundred Souls in Northampton* adlı bir kitaba dayanıyordu. 1746'da yayımlanan *A Treatise Concerning Religious Affections* ise Amerika'da o zamana kadar yazılan en çarpıcı psikolojik incelemeler arasında sayılmaktadır.

Amerika'da günümüzün "büyük uyanış"ının belli başlı simalarına (Oral Roberts, Jerry Falwell, Jimmy Swaggart vd.) benzemeyen dünün dinsel canlanma hareketlerinin liderleri bilgili, akla inanan, geniş yorumlama yetenekleri olan insanlardı. Onların dinsel kurumlarla tartışmaları, dinsel esinlenme hakkında olduğu kadar teoloji ve bilincin doğası hakkındaydı. Örneğin Finney, bazen kendisininkine karşıt doktrini savunanların nitelendirdiği gibi "köylü kökenli" değildi.[13] Finney hukuk öğrenimi görmüş, sistematik teoloji üzerine önemli bir kitap yazmış ve meslek yaşamını Oberlin College'da önce profesörlük, daha sonra müdürlük yaparak noktalamıştı.

Dindar çevreler arasındaki doktrin tartışmaları on sekizinci yüzyılda kılı kırk yararcasına hazırlanmış yorumlarla yürütüldüğü gibi, on dokuzuncu yüzyılda da olağandışı bir yolla, yüksekokul kurarak çözümlenmeye çalışılıyordu. Zaman zaman, yükseköğretim sistemimizin temelini Amerika'daki kiliselerin attığı bile unutulmaktadır. Harvard ilk başlarda, 1636'da Cemaat Kilisesi'ne bilgili rahipler yetiştirmek amacıyla kurulmuştu. Ondan altmış beş yıl sonra, Cemaatçiler doktrin konusunda kendi aralarında kavgaya

12. Hudson, s. 65.
13. Hudson, s. 143.

tutuştukları zaman da, Harvard'ın gevşek etkilerini (aynı eksikliği bugün de taşıdığı söylenmektedir) gidermek üzere Yale College kurulmuştu. Cemaatçilerin güçlü entelektüel damarına, yüksekokul kurma tutkularıyla diğer mezhepler de sahipti. Başka okulların yanı sıra 1784'te Tennessee Üniversitesi'ni, 1802'de Washington ve Jefferson, 1826'da Lafayette üniversitelerini Presbiteryenler kurmuşlardı. Baptistlerin kurdukları okullar arasında Colgate (1817), George Washington (1821), Furman (1826), Denison (1832) ve Wake Forest (1834) vardı. Episkopalistler Hobart (1822), Trinity (1823) ve Kenyon'ı (1824) kurmuşlardı. Metodistlerin 1830 ile 1851 yılları arasında kurdukları seksen yüksekokul içinde Wesleyan, Emory ve Depauw da bulunuyordu. Cemaatçiler, Harvard ile Yale'in yanı sıra Williams (1793), Middlebury (1800), Amherst (1821) ve Oberlin'i (1833) kurmuşlardı.

Coswell'ın Amerika'daki dinsel yaşamı anlatırken söylediği gibi, okuryazarlığa ve öğrenime duyulan bu saplantı derecesindeki ilgi bir "delilik biçimi" sayılacaksa, bırakın daha fazla delirelim. On sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda Amerika'daki dinsel düşünce ile kurumlara, günümüzün dinsel yaşamında büyük eksikliğini çektiğimiz sade, bilgili ve entelektüel bir söylem biçimi egemendi. Kamusal söylemin daha eski biçimleri ile modern biçimleri arasındaki farklılığın, Jonathan Edwards'ın teolojik argümanları ile, diyelim, Jerry Falwell, Billy Graham ya da Oral Roberts'ın argümanları arasındaki zıtlıktan daha açık bir örneği olamaz. Edwards'ın teolojisinin muazzam içeriği kaçınılmaz olarak zekâya bağlanmalıdır; televizyon evangelistlerinin teolojisinde de böyle bir içerik varsa bile, henüz kendini ifade edememiş olduğu açıktır.

Basılı söze dayalı bir kültürdeki söylemin niteliği ile televizyona dayalı bir kültürdeki söylemin niteliği arasındaki farklılıklar hukuk sistemine bakılınca da çıplak gözle görülebilir.

Basılı söze dayalı bir kültürde hukukçular genellikle iyi eğitim almış, aklın gücüne sadık, etkileyici yorumlarda bulunabilen kişiler olurlar. On sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda hukuk mesleğinin, Tocqueville'in belirttiği gibi, "zekâ skalasında ayrıcalıklı bir yeri" temsil ettiği, Amerika'yla ilgili tarih çalışmalarında sık sık gözden kaçırılan bir noktadır. Halk kahramanlarının bazıları, Alabamalı Sergeant Prentiss ya da Illinoisli "Dürüst" Abe Lincoln gibi hukukçulardı; bunların jürileri etkilemedeki ustalıkları, televizyon çağındaki bir duruşma avukatınınkine benzeyen, oldukça teatral konuşma yetilerine dayanıyordu. Bununla birlikte Amerika'nın büyük hukuk uzmanları (John Marshall, Joseph Story, James Kent, David Hoffman, William Wirt ve Daniel Webster), entelektüel üstünlüğün, rasyonaliteye ve araştırmacılığa bağlılığın modelleriydi. Demokrasinin, apaçık erdemlerine rağmen, disiplinsiz bir bireyselciliğin önünü açma tehlikesi doğurduğuna inanıyorlardı. Onların özlemleri Amerika'daki uygarlığı "bir hukuk rasyonalitesi yaratarak" kurtarmaktı.[14] Bu abartılı görüşe bağlı olarak, hukukun yalnızca bilgi isteyen bir meslek değil, ayrıca liberal bir meslek olduğuna inanıyorlardı. Ünlü hukuk profesörü Job Tyson, bir hukukçunun Seneca, Cicero ve Platon'un yapıtlarını çok iyi bilmesi gerektiğini ileri sürmüştü.[15] Yirminci yüzyılda hukuk eğitiminin gözden düşeceğini belki de önceden görmüş olan George Sharswood ise daha 1854'te, hukuk öğrenimi görmenin zihne zarar vermekten başka işe yaramayacağını, "insanların düşüncelerini bir pranga gibi hep haşır neşir oldukları teknik ayrıntılara bağlayacağını, kendi ilgi alanları içinde kalan konularda bile geniş kapsamlı görüşler oluşturmasını engelleyeceğini" söylüyordu.[16]

Amerika'nın –ve onu oluşturan eyaletlerin hepsinin– yazılı bir anayasasının bulunması, hukukun rastlantılara bağlı olarak

14. Perry Miller, s. 119.
15. Perry Miller, s. 140.
16. Perry Miller, s. 140-141.

gelişmeyip kesin çizgilerle formüle edilmiş bir içeriğe sahip olması, liberal, rasyonel ve düzenli bir hukuk anlayışında ısrar etmeyi pekiştiren bir etkendi. Bir avukatın çok iyi yazan ve okuyan bir insan olması gerekiyordu, zira hukuksal sorunların karara bağlanmasında başlıca otorite akıldı. John Marshall "Amerikan hayal gücünün Natty Bumppo kadar canlı bir örneği olmasının yanı sıra büyük bir akıl örneğiydi".[17] Marshall, Tipografik İnsan'ın (mesafeli, analitik düşünen, mantığa bağlı, çelişkiden nefret eden insan tipi) başlıca örneğiydi. Marshall'ın kendi argümanlarını temellendirirken analojiye asla başvurmadığı söylenmekteydi. Tam tersine, kararların çoğuna "Kabul edilmektedir ki..." deyişini sokuşturuyordu. İnsanlar onun öncüllerini bir kere kabul edince, genellikle sonuçlarını da kabullenmek zorunda kalıyorlardı.

Bugün için hayal etmek bile bir ölçüde zor olsa da eski Amerikalılar hem devirlerinin önemli yasal sorunlarını hem de ünlü avukatların davalarını savunurken kullandıkları dili yakından takip eden insanlardı. Bu tablo, Daniel Webster'ın durumuna özellikle uyuyordu. Stephen Vincent Benét'in ünlü kısa öyküsünde Şeytan'la başa çıkmak için Daniel Webster'ı seçmesi çok doğaldı. Şeytan, dili –Yüksek Mahkeme Yargıcı Joseph Story'nin betimlediği gibi– aşağıdaki özellikleri taşıyan bir insanın hakkından nasıl gelebilirdi:

> ... açıklamalarındaki berraklığı ve tamamıyla sade dili, konulara hâkim olmadaki üstün başarısı, pratik kaynaklardan örnek çıkarmadaki verimliliği; zorluklara ilişkin keskin analiz gücü ile varsayımda bulunma becerisi; karmaşık bir önermeyi çözüp en sıradan insanların dahi anlayacağı biçimde öğelerine ayırma yetisi; argümanlarını bütün rakiplerinin sözleriyle destekleyerek genellemelerde bulunma cesareti; kendini savunulmaz konumlara sokarak ya da kuvvetini işe yaramaz alanlara yayarak açık vermemedeki uyanıklık ile temkinliliği.[18]

17. Perry Miller, s. 120.
18. Perry Miller, s. 153.

Bunu tam olarak aktarmamın nedeni, zihni basılı sözle şekillenmiş olan birinden beklenen söylemin niteliğiyle ilgili olarak bildiğim en iyi on dokuzuncu yüzyıl betimlemesi oluşudur. James Mill'in tipografinin mucizeleri hakkında kehanette bulunurken aklında tuttuğu ideal ve model tam olarak budur. Ve bu model bir ölçüde ulaşılamaz bir düzeyi gerektirmekle birlikte, her hukukçunun özlemini çektiği bir ideal olma özelliğini hiçbir zaman kaybetmemiştir.

Böyle bir ideal, sahip olduğu etki gücü bakımından hukuk mesleğinin ya da vaizliğin sınırlarını fazlasıyla aşmaktadır. Gündelik ticari yaşamda bile rasyonel, tipografik söylemin yankılarıyla karşılaşılıyordu. Reklamı ticaretin sesi olarak kabul edebilirsek, reklamın tarihi on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda ellerinde satacak ürünleri olanların müşterilerine tıpkı Daniel Webster gibi davrandıklarını çok açık biçimde anlatmaktadır. Bu insanlar, potansiyel alıcılarının okuryazar, rasyonel, analitik düşünceli kişiler olduklarını varsayıyorlardı. Gerçekten de Amerika'da gazete reklamlarının tarihi, tamamen kendi başına, tipografik kafanın akılla başlayıp eğlenceyle noktalanan çöküşünü anlatan bir metafor olarak düşünülebilir. Frank Presbrey klasik incelemesi olan *The History and Development of Advertising*'de tipografinin gerileyişini tartışmakta, tipografinin ölüm tarihi olarak 1860'ların sonu ile 1870'lerin başını göstermektedir. Presbrey, o zamandan önceki dönemi tipografik sunuşun "karanlık çağları" olarak adlandırmaktadır.[19] Presbrey'in sözünü ettiği karanlık çağlar 1704'te, *The Boston News-Letter* adlı bir Amerikan gazetesinde ilk paralı ilanların çıkmasıyla başlamıştı. Bunlar, tek sütunda toplam on santim kadar yer kaplayan üç ilandan oluşuyordu. İlanların ilki bir hırsızın yakalanması için vaat edilen ödülü bildiriyor, bir başkası bilinmeyen birilerinin "el koyduğu" bir örsü geri getirene verilecek ödülü açıklıyor, üçüncüsü de bir emlak satışını

19. Presbrey, s. 244.

duyuruyordu (aslına bakarsanız, bugünkü *New York Times*'ta görülebilecek emlak ilanlarına benzemiyor da değildi):

> N. York vilayetinde *Long Island*'da Oysterbay'de. Kiralık ya da satılık çok iyi bir Çırpıcı Dibeği, ayrıca geniş ve yeni Tuğla evi olan bir Plantasyon ve Mutfağı ve işliğiyle, Avlusu, Ahırı, Meyve Bahçesi ve sekiz dönümlük boş arsasıyla başka bir ev. Çırpıcı Dibeği, Plantasyonla beraber ya da ayrı olarak kiralanacaktır; daha fazla bilgi için N. York'ta Matbaacı Mr. William *Bradford*'u Arayın.[20]

Aradan bir buçuk yüzyılı aşkın bir süre geçtiği halde ilanlar ufak tefek değişikliklerle gene aynı biçimdeydi. Örneğin, Mr. Bradford'un Oyster Bay'de bir mülk ilanı vermesinden kırk dört yıl sonra, efsanevi Paul Revere *Boston Gazette*'ye şu ilanı vermişti:

> Birçok insan Kaza'yla ya da başka şekillerde Ön dişlerini kaybedecek, hem Görünüşleri hem de Umuma Açık ve Özel mekânlardaki Konuşmaları çirkinleşecek kadar talihsiz duruma düşmüşken, onların yapma olanlarıyla değiştirilebileceğini, böylece hem Doğal görünebileceğinizi hem de Her Amaçlı Konuşmanın Sonunu Getirebileceğinizi bildiririz, PAUL REVERE, Kuyumcu, Dr. Clarke İskelesi'nin baş sırası, Boston.[21]

Revere başka bir paragrafta, takma dişleri John Baker tarafından yapılanlarla dişleri sallananların Revere'a gelip dişlerini sağlamlaştırabileceklerini anlatıyordu. Bunun nasıl yapılacağını John Baker'ın kendisinden öğrendiğini de bildirmekteydi.

Revere'ın açıklamasının üzerinden neredeyse yüz yıl geçtikten sonraya kadar, reklamcılardan, yayıncıların talep ettiği çizgisel, tipografik biçimi aşmaya yönelik ciddi çabalar

20. Presbrey, s. 126.
21. Presbrey, s. 157.

gelmemişti.[22] Ve on dokuzuncu yüzyılın sonuna kadar da reklamcılık modern söylem tarzına tam olarak yönelmemişti. Daha 1890'da bile, hâlâ sözcüklerin yan yana sıralanmasından ibaret olduğu düşünülen reklamcılık, özünde ciddi ve rasyonel bir girişim sayılıyor, amacının enformasyonu iletmek ve önerme biçiminde iddialarda bulunmak olduğu kabul ediliyordu. Stephen Douglas'ın başka bir bağlamda söylediği gibi, reklamcılıkla tutkulara değil, anlama yetisine hitap edilmesi tasarlanıyordu. Tabii bununla, tipografik sunuş döneminde ortaya atılan iddiaların doğru olduğunu söylüyor değiliz. Sözcükler, kendi içerdikleri hakikate ilişkin olarak bir güvence sunamazlar. Tam tersine, sözcükler "Bu doğru mu, yanlış mı" sorusunu sormanın gerekli olduğu bir bağlamı oluştururlar. 1890'larda ilkin ilüstrasyonlarla fotoğrafların çoğalması, daha sonra dilin önermeci olmayan bir biçimde kullanılmasıyla bu bağlam yerle bir olmuştu. Örneğin 1890'larda reklamcılar slogan kullanma tekniğini benimsemişlerdi. Presbrey, modern reklamcılığın şu iki sloganla başladığının söylenebileceğini iddia etmektedir: "Düğmeye basın, gerisini biz hallederiz" ve "Bu kambura baktınız mı?" Yaklaşık aynı dönemde tekerlemeler de kullanılmaya başlanmış; 1892'de Procter and Gamble, halkı Fildişi Sabunu reklamında kullanılmak üzere kafiyeli şiir önerilerinde bulunmaya çağırmıştı. 1896'da H-O ilk defa olarak, önünde kahvaltı kâsesi, elinde kaşığı ve yüzündeki kendinden geçmiş ifadeyle yüksek bir sandalyede oturan bir bebek resmini kullanmıştı. Yüzyıl dönümüyle birlikte reklamcılar potansiyel müşterilerde rasyonel düşünme alışkanlığını artık, aramaz olmuşlardı. Reklamcılık kısmen derinlik psikolojisi, kısmen de estetik kuramı biçimini almıştı. Akıl başka alanlara yönelmek zorundaydı.

Basılı sözün eski Amerika'da zekâ, hakikat ve söylemin niteliğiyle ilgili varsayımları oluşturmakta oynadığı rolü

22. Presbrey, s. 235.

anlamak istiyorsak, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllardaki okuma ediminin bugünkünden bambaşka bir karakter taşıdığını akılda tutmak zorundayız. Her şeyden önce, başta söylediğim gibi, o zaman hem dikkati yoğunlaştırma hem de zekâ konusunda basılı sözün tekeli vardı; genel bilgilere ulaşmanın sözel gelenek dışında başka bir yolu yoktu. Kamusal simalar, örneğin görünüşleri, hatta nutuklarıyla değil, büyük oranda yazılı sözleriyle tanınıyorlardı. Amerika Birleşik Devletleri'nin ilk on beş başkanı, sokağa çıksalar büyük ihtimalle kimse tarafından tanınmayacak kişilerdi. O çağın büyük hukukçuları, vaizleri ve bilimcilerini de kimse tanımazdı. Bu insanları düşünmek, onların yazmış oldukları şeyleri akla getirmek, onları kamusal konumları, argümanları, basılı sözle kodlanmış bilgileriyle değerlendirmek demekti. Son dönem başkanlarımızı, hatta kamuoyunun tanıdığı vaizleri, hukukçuları ve bilimcileri aklımıza getirdiğimizde, bu tür bir bilinçten ne kadar uzaklaştığımızı zihnimizde canlandırabiliriz. Diyelim Richard Nixon'ı, Jimmy Carter'ı, Billy Graham'ı, hatta Albert Einstein'ı düşünün; aklınıza gelecek olan, bir görüntü, bir yüz resmi, çok büyük ihtimalle televizyon ekranındaki bir yüz, Einstein örneğinde ise bir yüz fotoğrafıdır. Onların söylemiş oldukları sözlerin hemen hiçbiri akla gelmeyecektir. Söz merkezli bir kültürdeki düşünme ile görüntü merkezli bir kültürdeki düşünme arasındaki farklılık burada yatar.

Boş zamana çok az fırsat bırakan bir kültürde yaşamak ile fazla fırsat bırakan bir kültürde yaşamak arasındaki farklılık da budur. Elinde kitabıyla sabanının peşinden giden çiftlik oğlanı, bir Pazar öğleden sonra ailesine yüksek sesle kitap okuyan anne, en yeni makaslarla ilgili ilanları okuyan tüccar –bunlar günümüzün okurlarından farklı türde okurlardı. Rastgele okumaya çok az rastlanıyordu, zira buna ayrılacak fazla zaman yoktu. Okumakta bir kutsallık bulunurdu; öyle olmasa bile, en azından özel anlamla donatılmış günlük ya

da haftalık bir ayine benzerdi. Bunun elektriksiz bir kültür olduğunu da aklımızda tutmak zorundayız. Mum ışığında ya da daha sonra gaz lambasıyla okumak kolay değildi. Kuşkusuz, okuma çoğunlukla şafak vakti ile günlük işlere başlama arasındaki zaman diliminde yapılıyordu. Ve ciddi, yoğun, sabırlı bir okuma söz konusuydu. Bir okurun "kavrama yetisi"ni sınamayı öngören modern düşünce, 1790'da, 1830'da ya da 1860'da saçmalık olarak görünürdü. Kavramak okumaktan başka neydi? Bildiğimiz kadarıyla, elbette okula gidemeyenler dışında, "okuma problemi" diye bir şey yoktu. Okula gitmek, okumayı öğrenmek demekti, çünkü bu yetenek olmadan kültürel konuşmalara katılmak olanaksızdı. Ama insanların çoğu okuyabiliyor ve kültürel konuşmalara katılabiliyordu. Bu insanların gözünde okumak hem dış dünyayla bağlantılarını sağlıyordu hem de örnek alacakları dünya modellerini. Basılı sayfalar, dünyayı, akılla yönetilmeye, mantıklı ve geçerli eleştirilerle düzeltilmeye uygun olan ciddi, bütünlüklü bir yer olarak satır satır, sayfa sayfa gözler önüne seriyordu.

Demek ki on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllara bakan hemen herkes, basılı sözün yankılarına, özellikle de basılı sözün her tür kamusal ifade biçimiyle kopmaz ilişkisine rastlayabilir. Charles Beard'ın yazdığı gibi, Amerika Birleşik Devletleri Anayasası'nı kaleme alanların asıl kaygılarının ekonomik çıkarlarının korunması olduğunu düşünmek herhalde doğrudur. Ama onların, kamusal yaşama katılmanın basılı sözü iletme yeteneğini gerektirdiğini düşündükleri de doğrudur. Onlara göre olgunlaşmış bir yurttaşlık gelişmiş düzeyde bir okuryazarlık olmadan düşünülemezdi. Bu yüzden çoğu eyalette oy kullanma yaşı yirmi bir olarak saptanmış, Jefferson Amerika'nın bütün umutlarını genel eğitime bağlamıştı. Gene bu yüzden, Allan Nevins ile Henry Steele Commager'ın da işaret ettikleri üzere, mülksüz insanların oy hakkına sahip olmaması genellikle önemsenmez, ama okumayı beceremeyenlerin oy kullanmaları engellenirdi.

Frederick Jackson Turner'ın yazdığı gibi, Amerikan kafasını ateşleyen düşüncenin, devamlı genişleyen bir sınır olgusu olduğunu söyleyebiliriz. Ancak, Paul Anderson'ın deyişiyle, "çiftlik oğlanlarının, ister Shakespeare'in, ister Emerson'ın, isterse Thoreau'nun olsun, elde kitaplarıyla sabanın peşinden gittiklerini söylemek sadece bir mecaz değildir".[23] Bunun için Kansas'ı okul seçimlerinde kadınların oy kullanmalarına izin veren ilk eyalet, Wyoming'i de genel oy hakkında tam eşitliği kabul eden ilk eyalet olmaya götüren yalnızca bu sınır zihniyeti değildi. Kadınlar herhalde erkeklerden daha maharetli okurlardı ve sınır eyaletlerinde bile başlıca kamusal söylem aracı basılı söze dayanıyordu. Okuyabilen insanlar, kaçınılmaz olarak konuşmaların bir parçası haline gelmek durumundaydılar.

Perry Miller'ın önermesi doğrultusunda, Amerikalıların enerjilerinin çoğunu dinsel coşkularından aldıklarını ya da daha eski tarihçilerin anlatımıyla, Amerika'nın vakti gelmiş bir fikirle kurulduğunu da söyleyebiliriz. Bu açıklamaların hiçbirine itirazım yok. Yalnızca şunu eklemek isterim ki, onların açıklamaya çalıştıkları Amerika, biçimini matbaanın ürünlerinden alan bir kamusal söylemin egemenliğindeydi. İki yüzyıldan beri Amerika niyetlerini deklare ediyor, edebiyatını yaratıyor ve ilahlarına beyaz kâğıt üzerindeki kargacık burgacık çizgileriyle sesleniyordu. Amerika tipografiyle konuşuyordu ve sembolik ortamının temel özelliği olarak tipografi sayesinde dünya uygarlığında başa geçmişti.

Amerikan kafasının matbaanın egemenliğine boyun eğdiği zaman dilimine verdiğim isim Yorum Çağı'dır. Yorumlama

23. Anderson, s. 17. Bu bağlamda Thomas Jefferson'ın Monsieur de Crève-coeur'e yazmış olduğu 15 Ocak 1787 tarihli bir mektup anılmaya değerdir. Jefferson bu mektubunda, İngilizlerin bir Amerikan icadını (tek parça odun olan yuvarlak bir tekerlek yapmak) sahiplenmeye çalışmalarından yakınmaktaydı. Jefferson, Jerseyli çiftçilerin, bu süreci açık biçimde anlatan Homeros'u okuyarak öğrendikleri görüşündeydi. "İngilizler Amerikalılardan kopya etmiş olmalıydılar," diye yazıyordu Jefferson, "çünkü Homeros'u okuyabilen çiftçiler yalnız bizde vardır."

bir düşünce tarzı, bir öğrenme yöntemi ve bir ifade aracıdır. Olgunlaşmış söylemle birlikte andığımız karakteristik özelliklerin hemen hepsi tipografiyle daha da güçlenmişti. Tipografide yorumlamaya doğru çok güçlü bir eğilim vardır: Buna, gelişmiş bir kavramsal, tümdengelimci ve ardışık düşünme yeteneği, akla ve düzene büyük değer verme eğilimi, çelişkiden nefret etme, mesafeli ve nesnel yaklaşma becerisi ile gecikmiş tepkiye hoşgörüyle bakma tavrı da dahildir. On dokuzuncu yüzyılın sonuna doğru, açıklamak için neredeyse sabırsızlandığım nedenlerden dolayı Yorumlama Çağı'nın devri geçmeye başlamıştı ve onun yerinin doldurulduğunun ilk işaretleri sezilebiliyordu. Yorumlama Çağı'nın yerini Gösteri (Show Business) Çağı alacaktı.

5
"CE-EE" Dünyası

On dokuzuncu yüzyılın ortasına doğru iki fikir bir araya geldi ve birbirleriyle yakınlaşarak yirminci yüzyıl Amerikası'na yeni bir kamusal söylem metaforu sağladılar. Onların birleşmesi Yorumlama Çağı'nın temelini yıkmış ve Gösteri Çağı'nın temelini atmıştı. Bu fikirlerden biri tamamen yeniyken, diğeri Altamira'nın* mağara resimleri kadar eskiydi. Eski fikri birazdan ele alacağız. Yeni fikir ise ulaşımın ve iletişimin birbirinden ayrılabileceği, enformasyon

* Kuzey İspanya'da, Santander yakınlarında bulunan, paleolitik çağ resimlerini barındıran mağaralara verilen ad. (ç.n.)

akışında mekânın kaçınılmaz bir kısıtlayıcı etken olmadığı düşüncesiydi.

1800'lerin Amerikalıları mekân "fethetme" sorunuyla çok fazla ilgiliydiler. On dokuzuncu yüzyılın ortasında sınırları Pasifik Okyanusu'na kadar genişlemiş, ilk adımları 1830'larda atılan gelişmemiş demiryolu sistemi insanlarla birlikte bütün kıtayı katetmeye başlamıştı. Gene de 1840'lara kadar enformasyon akışı, ancak insanların beraberlerinde götürebileceği hızlılıktaydı; tam bir anlatımla, bir trenin götürebileceği kadar hızlı, daha somut bir ifadeyle, saatte yaklaşık otuz beş mildi. Bu sınırlılık nedeniyle ulusal bir topluluk olarak Amerika'nın gelişmesi bir ölçüde gecikti. 1840'larda Amerika hâlâ her biri kendi ağzıyla konuşan ve kendi çıkarlarının peşinde koşturan bölgelerden oluşuyordu. Kıta çapında bir konuşma modeli henüz mümkün değildi.

Okula giden her öğrencinin bildiği gibi; bu sorunların çözümü elektrikti. Elektriği iletişimin hizmetine sokmanın pratik bir yolunu bulan ve böylece mekân sorununu ebediyen çözen kişinin bir Amerikalı olması kimseyi şaşırtmamıştır. Burada sözünü ettiğim kişi, Amerika'nın ilk gerçek "uzay adamı" Samuel Finley Breese Morse'dur. Morse'un bulduğu telgraf eyalet sınırlarını silmiş, bölgelerin önemini azaltmış ve kıtayı bir enformasyon şebekesiyle sararak birleşik bir Amerikan söyleminin zeminini yaratmıştı.

Ama büyük bedel ödeyerek. Zira telgraf, Morse'un "Telgraf bütün ülkeyi bir mahalle haline getirecektir" kehanetinde bulunduğu zaman öngöremediği bir etkide bulunmuştu. Telgraf, o zamana kadar geçerli olan enformasyon tanımına son vermiş ve bunun sonucunda kamusal söyleme yeni bir anlam kazandırmıştı. Bu sonucu kavramış az sayıda insandan birisi olan Henry David Thoreau *Walden*'da şöyle yazıyordu: "Maine'den Texas'a telgraf hattı kurmakta çok acele ettik; oysa Maine ile Texas'ın iletişim açısından hiçbir önemi yok... Atlantik'in altından tünel kazıp eski dünyayı birkaç hafta daha yakınlaştırmaya da can atıyoruz; ama muhtemelen, pür

dikkat kesilmiş Amerikalıların kulağına gelecek ilk haber, Prenses Adelaide'nin boğmacaya yakalanmış gibi öksürdüğü olacaktır."[1]

Sonradan anlaşıldığı üzere Thoreau kesinlikle haklıydı. Thoreau telgrafın kendi söylem tanımını kendisinin yaratacağını, fazla işe yaramayacağı halde Maine ile Texas arasında konuşmayı olanaklı kılmakla kalmayıp ayrıca bunda ısrar da edeceğini, bu konuşma tarzının içeriğinin kaçınılmaz olarak Tipografik İnsan'ın alışkın olduğu konuşma modelinden farklı olacağını kavramıştı.

Telgraf; ilgisizlik, etkisizlik ve tutarsızlığı geniş ölçüde yayarak tipografinin söylem tanımına üç koldan saldırmıştı. Telgrafın, bağlamsız enformasyon fikrine bir tür meşruiyet kazandırması, bu söylem iblislerini canlandıran bir etkendi; bağlamsız enformasyon fikri de enformasyonun değerinin onun toplumsal ve politik kararlarla eylemlerde görebileceği işlevle bağlı olmasının gerekmediği, ama değerinin onun yeniliği, ilginçliği ve özgüllüğüne bağlanabileceği düşüncesini içeriyordu. Telgraf, enformasyonu bir meta; yararı ya da anlamına bakılmaksızın alınıp satılabilecek bir "şey" haline getirmekteydi.

Gelgelelim telgrafın tek etkisi bu değildi. Telgraf ile matbaa arasındaki ortaklık olmasaydı, telgrafın enformasyonu bir metaya dönüştürme potansiyeli hiçbir zaman gerçeklik kazanmayabilirdi. 1830'larda telgraftan az bir süre önce ortaya çıkan ucuz gazeteler, ilgisiz konuları bir haber katına çıkarmaya başlamıştı bile. Benjamin Day'in *New York Sun*'ı ve James Bennett'in *New York Herald*'ı gibi gazeteler, akla dayalı (önyargılı olsa bile) politik düşüncelerden ve günlük ticari enformasyondan meydana gelen haber geleneğinden uzaklaşıp sayfalarını çoğunlukla suçla ve seksle ilgili sansasyonel olaylarla dolduruyorlardı. Bu tür "ilginç insani haberler" okurların günlük kararları ve hareketlerini şekillendirmekte

1. Thoreau, s. 36.

çok az rol oynasa bile, en azından yerel nitelikliydi (yerler ve insanlar kendi deneyimleri çerçevesinde işleniyordu) ve her zaman yaşanan anla bağlantılı değildi. Ucuz gazetelerin ilginç insani öykülerinin zamandışı bir niteliği vardı; bunların etkisi güncelliklerinden çok, zamana aşkın olma niteliklerinde yatıyordu. Tabii bütün gazetelerin sayfalarını böyle haberlerle doldurduklarından söz edilemezdi. Gazetelerin aktardıkları enformasyon, çoğunlukla, hem yerel nitelikliydi hem de büyük ölçüde fonksiyoneldi: Okurların kendileriyle ve içinde bulundukları toplulukla ilgili günlük işlerinde çözmek durumunda oldukları problemler ve kararlarla ilintiliydi.

Telgraf bütün bunları, üstelik baş döndürücü bir hızla değiştirmişti. Morse'un buluşunu pratiğe uyguladığı ilk aylarda, yerel olan ile zamandışı olan, gazetelerdeki merkezi konumunu kaybetmiş, mesafenin ve hızın göz kamaştırıcılığı karşısında yıldızları sönmüştü. Aslında, telgrafın bir gazete tarafından kullanılmasının bilinen ilk örneği, Morse'un telgrafın işler durumda olmasıyla ilgili tarihsel gösterisini yapmasından *bir gün* sonra görüldü. *Baltimore-Patriot* gazetesi, Morse'un kurmuş olduğu aynı Washington-Baltimore hattını kullanarak, okurlarına Temsilciler Meclisi'nin Oregon sorunundaki tavrıyla ilgili enformasyonu iletmişti. Gazete haberini şu açıklamayla bitiriyordu: "... bundan böyle Washington haberlerini okurlarımıza iki saat içinde iletecek durumdayız. Bu gerçekten de mekân sorununun ortadan kalkmasıdır."[2]

Çoğu telgraf hatlarının yetersizliğinden kaynaklanan pratik sorunlar kısa bir süre için "fonksiyonel enformasyon"a dayalı eski haber tanımını yürürlükte tutmuştu. Ancak yayıncılar arasındaki öngörülü insanlar geleceğin nerede yattığını çok çabuk kavrayıp bütün kaynaklarını kıtanın telgraf hattıyla donatılmasına yatırdılar. *Philadelphia Public Ledger*'ın sahibi William Swain, ilk ticari telgraf şirketi olan

2. Harlow, s. 100.

Magnetic Telegraph Company'ye büyük miktarda para bağlamakla kalmamış, 1850 yılında bu şirketin başkanlığına da getirilmişti.

Çok geçmeden gazetelerin talihleri, ilettikleri haberlerin kalitesi ya da yararlılığından çok, hangi uzaklıklardan ve hangi hızla ne kadar çok haber verdiklerine bağlı olmaya başladı. *New York Herald*'dan James Bennett, 1848'in ilk haftasında, gazetesinde telgrafla sağlanan 79.000 sözcük bulunmasıyla övünüyor,[3] ama bunun okurları için ne anlam taşıyabileceğinden söz etmiyordu. Morse'un 27 Mayıs 1844'te ülkedeki ilk telgraf hattını çalıştırmasından yalnızca dört yıl sonra Associated Press kuruldu ve bütün ülkede hiçbir yerden gelmeyen, özel olarak hiç kimseye hitap etmeyen haberler ağır basmaya başladı. Halkın "günün haberleri" dediği gündemde, savaşlarla, işlenen suçlarla, kazalarla, yangınlarla ve sellerle ilgili haberler (bunların çoğu, Prenses Adelaide'ın boğmacaya tutulmuş gibi öksürmesinin toplumsal ve politik düzlemdeki karşılıklarıydı) vardı artık.

Thoreau'nun belirttiği gibi, telgraf ilgililiği, ilgisizliğe çevirmişti. Enformasyon akışındaki bolluğun, hitap edilen insanlar açısından, yani bu insanların içinde yaşadıkları toplumsal ve entelektüel ortam açısından ya çok az önemi vardı ya da hiç yoktu. Coleridge'in içecek bir damla olmadığı halde her yerin suyla kaplı olduğunu anlatan ünlü dizesi, bağlamından koparılmış enformasyon ortamını anlatan bir metafor işlevi görebilir: Bir enformasyon denizinde işe yarayan çok az enformasyon vardı. Maine'deki ve Texas'taki birer adam birbirleriyle konuşabilir, ancak aralarındaki konuşma kesinlikle çok iyi bildikleri ya da çok fazla ilgilendikleri bir konu hakkında olmazdı. Telgraf ülkeyi "bir mahalle" haline getirmiş olabilirdi, ancak bu, özgül türde bir mahalle, birbirleri hakkında sadece en yüzeysel bilgileri bilen yabancıların oturduğu bir mahalleydi.

3. Czitrom, s. 15-16.

Bugün tam da böyle bir mahallede (şimdilerde zaman zaman "global bir köy" tanımları duyulmaktadır) yaşadığımız için, kendinize şu soruyu sorarak, bir bağlamı olmayan enformasyonla ne demek istendiğini çıkarabilirsiniz: Sabah radyo ya da televizyonda veya sabah gazetesinde öğrendiğiniz enformasyonlarla günlük planlarınızı değiştirmeniz, aslında tersini yapmayı istediğiniz bir davranışta bulunmanız ya da çözmeniz gereken bir problem üzerinde daha uzun kafa yormanız durumuyla ne kadar sık karşılaşmaktasınız? Çoğumuz için hava durumuyla ilgili haberler, yatırımcılar için borsa haberleri bu tür sonuçlar doğurabilir. Tesadüfen yaşadığınız yerin yakınında işlenmiş ya da tanıdığınız birinin karıştığı bir suçla ilgili haberler de bu tür sonuçlar doğurur. Oysa günlük haberlerimizin çoğunun yaşamımız üzerinde hiçbir etkisi olmaz; bunlar, hakkında konuşulacak bir konu yaratan, ama sizi anlamlı bir eyleme yöneltmek gibi bir etkisi olamayacak haberlerdir. Telgrafın asıl mirası bu olgudur: Telgraf bol miktarda ilgisiz enformasyon yaratarak, "enformasyon-eylem oranı" diye adlandırılabilecek tabloyu baştan aşağı değiştirmiştir.

Hem sözel hem tipografik kültürlerde enformasyonun önemi, kendisinin yarattığı eylem olanaklarına dayanır. Kuşkusuz, herhangi bir iletişim ortamında, girdi (hakkında bilgi aktarılan şey), çıktıyı (enformasyona dayalı eylem olanaklarını) daima aşar. Ne var ki önce telgrafın yarattığı, ardından yeni teknolojilerin pekiştirdiği ortam, enformasyon-eylem ilişkisini hem daha soyut hale getirmiş hem de aralarındaki mesafeyi alabildiğine açmıştır. İnsanlar, insanlık tarihinde ilk defa enformasyona doyma problemiyle karşılaşmışlar ve bununla eşzamanlı olarak, toplumsal ve politik etki alanlarının daralması sorunuyla yüz yüze gelmişlerdi.

Bunu kendinize başka sorular sorarak kavrayabilirsiniz: Ortadoğu'daki çatışmayı azaltmak için hangi adımları atmayı planlıyorsunuz? Enflasyon, suç ve işsizlik oranlarını azaltmak için ne yapabilirsiniz? Çevreyi koruma ya da nükleer savaş

riskini azaltma planlarınız nelerdir? NATO, OPEC, CIA, olumlayıcı eylem ve İran'da Bahailere yönelik gaddarca uygulamalar konusunda neler yapmayı tasarlıyorsunuz? Burada sizin adınıza yanıt verme özgürlüğümü kullanacağım: Bu konularda yapmayı planladığınız hiçbir şey yoktur. Elbette bu konuda birtakım planları ve harekete geçme gücü olduğunu iddia eden birisi için oy kullanabilirsiniz. Ne var ki yalnızca iki veya dört yılda bir saatlik zaman harcayarak yapabileceğiniz bu eylem, sahip olduğunuz çok çeşitli fikirleri ifade etmek için yeterli bir araç olarak görülemez. Hatta şunu da söyleyebiliriz ki, oy kullanma politik açıdan aciz durumda olmanın sondan bir önceki sığınağıdır. Son sığınak da elbette düşüncelerinizi size soru soran bir anketöre aktarmak olur. Anketör alacağı yanıtlarla olmuş bitmiş bir soruna ilişkin bir yorum çıkararak daha sonra onu benzer düşünceler çağlayanına karıştırıp hepsinden yeni bir haber elde edecektir. Demek ki burada kocaman bir acizlik ilmeğiyle baş başa kalırız: Haberler, zaten onlarla ilgili daha fazla haber aktarmaktan başka hiçbir şey yapamayacağınız çeşitli düşünceleri sizden alır ve siz de buna karşı hiçbir şey yapamazsınız.

Telgraf çağından önce enformasyon-eylem oranı, çoğu insanın yaşamlarındaki olasılıkları denetleyebilme duygusunu hissedebileceği ölçüde birbirine yakındı. İnsanlar, hakkında bilgi sahibi oldukları şeylerin eylem değerlerini biliyorlardı. Telgrafın yarattığı enformasyon dünyasında ise bütün dünyanın haber alanına dönüşmesi nedeniyle bu etkili olabilme duygusu kayboldu. Her şey herkesin ilgisi haline gelmişti. İlk defa olarak sormuş olduğumuz hiçbir soruyu yanıtlamayan ve üstelik bize yanıt hakkı da tanımayan enformasyon yağmuruna tutuluyorduk.

Bu durumda, telgrafın kamusal söyleme katkısının, ilgisizliği yüceltip acizliği katmerleştirmek olduğunu söyleyebiliriz. Ancak her şey bundan ibaret değildi: Telgraf kamusal söylemi özünde tutarsız bir hale de getirmişti. Lewis Mumford'un deyişini kullanırsak, telgraf zamanın ve dikkatin bölündüğü bir

dünya yaratmıştı. Telgrafın asıl kuvveti onun enformasyonu taşıma yeteneğinde yatıyordu, toplama, açıklama ya da analiz etme değil. Bu bakımdan telgraf tipografinin tam zıddıydı. Örneğin kitaplar, mükemmel bir birikim taşıyıcısı, ağırbaşlı inceleme yeri, enformasyonla fikirleri düzenleyen bir analiz zeminidir. Bir kitabı yazmak ve okumak, içindekileri tartışmak, sunuluş biçimi dahil olmak üzere değerli özellikleri hakkında yargıda bulunmak, hep zaman isteyen şeylerdir. Bir kitap, düşünceyi sürekli kılıp geçmişin yazarlarının büyük konuşmalarına katkıda bulunmayı amaçlayan bir girişimdir. Dolayısıyla, dünyanın her yerindeki uygar insanlar bir kitabın yakılışını anti-entelektüelizmin alçakça bir biçimi sayarlar. *Oysa telgraf bizden kitabın içindekileri yakmamızı talep eder.* Süreklilik, kalıcılık ya da tutarlılık testinden geçirdiğimizde telgrafın hiçbir değeri kalmaz. Telgraf yalnızca mesaj çakmaya, her biri daha yeni mesajlarla hemen eskiyecek mesajları iletmeye uygundur. Olgular başka olguları, değerlendirme yapmaya ne olanak tanıyan ne de bunu gerekli gören bir hızlılıkla bilincin önce gerisine, daha sonra dışına atar.

Telgraf, çarpıcı özelliklere sahip biçimi olan bir kamusal konuşma tarzını gündeme sokmuştur: Telgrafın dili başlık diliydi. Sansasyonal, parça parça, gayri şahsi başlıklar. Haberler, ya heyecanla dikkat çekilen ya da süratle unutulacak sloganlar biçimine bürünmüştü. Haberlerin dilinde hiçbir süreklilik izi görülemezdi. Mesajların kendisinden önceki ya da sonraki mesajlarla hiçbir bağı yoktu. Her "başlık" kendi bağlamında tek başına duruyordu. Haberlere bir anlam yüklemek zorunda olan, eğer bunu becerebilirse, alıcının kendisiydi. Göndericinin böyle bir yükümlülüğü yoktu. Ve bütün bunlara bağlı olarak, telgrafın betimlediği dünya yönlendirilemez, hatta kodları bile çözülemez görünmeye başlamıştı. Olguları "bilmek" yeni bir anlama bürünüyor, zira uzantıların, arka planın ya da bağlantıların kavranmış olmasını gerektirmiyordu. Telgraf söylemi, tarihsel perspektifler ortaya koymaya zaman bırakmadığı gibi, nitel öğelere

de öncelik tanımıyordu. Telgraf açısından zekânın anlamı, şeyler *hakkında* enine boyuna bilgi sahibi olmak değil, şeyleri duymuş olmak demekti.

Diyeceğim o ki, Morse'un ortaya attığı dikkate değer soru (Tanrı neyi yarattı?) rahatsız edici bir biçimde yanıtlanıyordu: Tanrı, yabancılardan ve işe yaramaz niceliklerden oluşan bir mahalle; parçalar ve süreksizliklerden oluşan bir dünya yaratmıştı. Elbette Tanrı'nın bununla hiçbir ilgisi yoktu. Gene de telgrafın gücünün tek başına yeni bir söylem metaforu olmasına dayandığını göz önünde bulundurursak, matbaa kültürünün telgrafın saldırısına karşı dayanması, hiç değilse kendi mevzisini koruması mümkündür. Görüldüğü üzere, Morse'un enformasyonun anlamını yeniden tasarlamasıyla yaklaşık aynı sıralarda, Louis Daguerre de doğanın, hatta denebilirse gerçekliğin kendisinin anlamını yeniden tasarlıyordu. Daguerre'in 1838'de yatırımcıların dikkatini çekmek amacıyla hazırlanmış bir ilanda belirttiği gibi, "Gümüşlü levhaya çekilmiş fotoğraf (daguerreotype) yalnız doğayı resimlemeye yarayan bir araç değildir... Aynı zamanda doğaya kendini yeniden üretme olanağını da tanır."[4]

Kuşku yok ki gerek doğayı resimleme gerekliliği gerekse doğayı resimleme gücü, onu kavranır ve yönlendirilebilir şekilde yeni bir kalıba sokarsak doğanın yeniden üretilmesini de içeriyordu. En eski mağara resimleri muhtemelen henüz gerçekleşmemiş bir avın, doğaya boyun eğdirme dileklerinin görsel yansımalarıydı. Başka bir deyişle, doğanın yeniden üretilmesi çok eski bir fikirdir. Ancak Daguerre "yeniden üretme"den bunu anlamıyordu. Daguerre'in aklındaki, fotoğrafın isteyen herkese istediği yer ve sıklıkta doğayı kopya etme gücünü sağlayacak olmasıydı. Yani Daguerre, dünyanın ilk "bölünmeli üreme" aracını icat ettiğini, matbaa yazılı söz açısından ne anlam taşıyorsa fotoğrafın da görsel deneyim açısından o anlamı taşıdığını söylüyordu.

4. Sontag, s. 165.

Doğrusunu isterseniz, gümüşlü levhaya çekilmiş fotoğraf böyle bir denklemi tam anlamıyla gerçekliğe dönüştürebilmekten uzaktı. Fotoğrafların toplu halde basılıp tab edilmesi, pozitif örneklerin alınabileceği bir negatif baskı hazırlama sürecini keşfeden İngiliz matematikçisi ve linguisti William Henry Fox Talbot'a kadar mümkün olamamıştı.[5] "Fotografi" ismi işte bu sürece, ünlü astronom Sir John F.W. Herschel tarafından verilmişti. Açık anlamının "ışıkla yazmak" olduğunu düşünürsek oldukça tuhaf bir isimdir bu. Herschel belki isme ironik bir anlam yüklemeyi düşünmüştü, zira fotografi ile yazının (aslında, her biçimiyle dilin) aynı söylem evreninde yer almadıkları en başından beri açık olsa gerekti.

Bununla beraber, sözünü ettiğimiz süreç bu biçimde isimlendirildiğinden beri, fotografiden bir "dil" olarak bahsetmek alışkanlık olmuştur. Oysa, iki konuşma tarzı arasındaki temel farklılıkları gizlediğini düşünürsek bu metafor risklidir. İlkin, fotografi yalnızca tekil durumlardan bahseden bir dildir. Fotografinin görüntüler sözlüğü somut temsille sınırlıdır. Fotoğraf, sözcükler ve cümlelerden farklı olarak, dili, görüntüyü fikre çevirecek şekilde kullanmamız dışında, dünya hakkında bir fikir ya da kavram sunmaz bize. Bir fotoğraf tek başına, görünmeyen, uzakta, içsel ve soyut olanın üstesinden gelemez. Genel olarak "insan"dan değil, yalnızca *bir* insandan, genel olarak "ağaç"tan değil, yalnızca *bir* ağaçtan bahseder. Nasıl "deniz"in fotoğrafını çekemezseniz "doğa"nın da fotoğrafını çekemezsiniz. Yalnızca burada ve şimdi gördüğünüz belli bir kesiti (belli ışık koşullarında belli bir yerdeki bir uçurumu; belirli bir bakış açısıyla zamanın belli bir anındaki bir dalgayı) fotoğraflayabilirsiniz. Ve nasıl "doğa"yı ve "deniz"i fotoğraflayamazsanız, hakikat, onur, aşk, yalan gibi daha geniş soyutlamalar hakkında da görüntü sözlüğüyle konuşamazsınız. Çünkü "bir şeyi göstermek" ile "bir şey hakkında konuşmak" bambaşka iki süreci anlatır.

5. Newhall, s. 33.

Gavriel Salomon, "resimlerin tanınması, sözcüklerin ise anlaşılması gerekir" diye yazmıştır.[6] Salomon'un söylemek istediği, fotoğrafın dünyayı nesne olarak, dilin ise fikir olarak sunduğudur. Zira bir şeyi isimlendirmeye yönelik en basit bir hareket bile bir düşünme (bir şeyi başka şeylerle karşılaştırma, bazı ortak özellikler saptama, farklı olan şeyi görmezlikten gelme ve imgesel bir kategori yaratma) edimini yansıtır. Tabii doğada "insan" ya da "ağaç" diye bir şey yoktur. Evrende böyle kategorilere ya da basitleştirmelere yer olmaz, yalnızca akışkanlık ve sonsuz çeşitlilik vardır. Fotoğraf bu sonsuz çeşitliliğin özgül yanlarını belgeleyip öne çıkarır. Dil ise onları kavranır hale getirir.

Fotoğrafta bir sentaks da yoktur. Bu, fotoğrafı dünyayla tartışma yeteneğinden yoksun bırakır. Fotoğraf, mekân-zamanın "nesnel" bir kesiti olarak, birisinin orada olmasına ya da bir şeyin gerçekleşmesine tanıklık eder. Fotoğrafın tanıklığı etkilidir, ama hiçbir düşünce (ne "olması gereken"le, ne de "olmuş olabilecek"le ilgili) iletmez. Fotografi öncelikle bir olgular dünyasıdır; olgular hakkında tartışma ya da onlardan sonuçlar çıkarma dünyası değildir. Ne var ki bununla fotografinin epistemolojik bir yönelimden yoksun olduğunu söylemiş olmayız. Susan Sontag'ın gözlemlediği gibi, bir fotoğraf "onu kameranın saptadığı gibi kabul edersek dünya hakkında bilgi sahibi olduğumuzu" ima eder.[7] Ancak, gene Sontag'ın başka bir gözlemiyle, anlama edimi tamamen bizim dünyayı göründüğü gibi kabul *etmememizle* başlar. Dil, elbette, gözle görülen, yüzeyde olan şeylere meydan okumamızı, karşı çıkmamızı, onları irdelememizi sağlayan araçtır (medium). "Gerçek" ve "sahte" sözcüklerinin kaynağı dil evrenidir, başka bir şey değil. "Bu gerçek midir" sorusu fotoğrafa uygulandığında yalnızca şu anlama gelir: Bu gerçek bir mekân-zaman kesitinin yeniden üretimi midir? Eğer yanı-

6. Salomon, s. 36.
7. Sontag, s. 20.

tımız "Evet" ise tartışmanın zemini de ortadan kalkar, çünkü sahte olmayan bir fotoğrafa karşı çıkmamızın hiçbir anlamı yoktur. Fotoğrafın kendisi tartışılabilir önermeler ortaya atmadığı gibi, kapsamlı ve kesin yorumlarda da bulunmaz. Çürütecek bir iddiası olmadığından kendisi de çürütülemez.

Fotoğrafın deneyimi kaydetme tarzı da dilin tarzından farklıdır. Dil yalnızca bir önermeler dizisi olarak sunulduğu zaman anlam kazanır. Bir sözcük veya cümle söylediğimiz şekliyle bağlamından koptuğu, bir okur ya da dinleyici daha önce ya da sonra söylenen şeyleri bilmediği zaman anlam çarpıtılmış olur. Oysa fotoğraf bir bağlam gerektirmediği için, bağlamından koparılmış bir fotoğraftan söz edilemez. Aslında, fotografinin amacı, onları farklı bir şekilde görünür hale getirmek amacıyla görüntüleri bağlamdan ayırmaktır. Susan Sontag'ın yazdığı gibi, fotografik görüntüler dünyasında "bütün sınırlar.. yapay görünmektedir. Her şey birbirinden ayrılabilir ve süreksiz hale getirilebilir: Bütün gerekli olan, konuyu farklı bir çerçeveye oturtmaktır".[8] Sontag burada, fotoğrafların gerçekliği kendine özgü biçimde parçalama, anları bağlamlarından koparma, olayları ve şeyleri birbirleriyle mantıksal ya da tarihsel bir bağ kurulamayacak şekilde yan yana koyma yeteneğinden söz etmektedir. Telgraf gibi fotografi de dünyayı bir özel olaylar dizisi olarak yeniden yaratır. Telgrafta olduğu gibi fotoğraflar dünyasında da başlangıç, orta ya da son yoktur. Dünya atomlaşmıştır. Bir tek şimdiki zaman vardır ve onun da anlatılabilecek herhangi bir öykünün parçası olması gerekmez.

Görüntü ve sözcüğün farklı işlevleri olduğu, farklı soyutlama düzeylerinde işledikleri ve farklı tepki tarzlarını gerektirdikleri gibi noktalar kimseye yeni bir düşünce gibi gelmeyecektir. Resmin tarihi yazıdan en az üç kat daha eskiye dayanır ve iletişim araçlarının repertuvarında imgelemin yeri on dokuzuncu yüzyılda çok iyi anlaşılmış durumdaydı. On

8. Sontag, s. 20.

dokuzuncu yüzyılın ortasında yeni olan sembolik ortama fotoğraf ile diğer ikonografların ansızın ve topluca girişiydi. Daniel Boorstin *The Image* adlı öncü nitelikli kitabında bu gelişmeye "grafik devrimi" adını vermektedir. Boorstin'in bu deyişle, Amerikan kültürünün her köşesine kontrolsüz biçimde yayılan, mekanik biçimde yeniden üretilmiş imgelem biçimlerinin (fotoğraflar, gazeteler, posterler, resimler, reklamlar) dile yönelttikleri yoğun saldırıya dikkat çekmek ister. Burada "saldırı" sözcüğünü bilerek, Boorstin'in "grafik *devrimi*"nde anlatılan noktayı pekiştirmek amacıyla seçiyorum. Ön cephede fotografinin durduğu yeni imgelem dünyası basitçe dili tamamlayıcı bir işlev görmüyor, aynı zamanda gerçekliği yorumlama, anlama ve sınama çabalarımızın başlıca aracı olmayı da amaçlıyordu. Boorstin'in grafik devrimiyle anlatmaya çalıştığı şeyi burada biraz daha belirginleştirmek istiyorum. Görüntüde odaklanan yeni yönelimle, geleneksel enformasyon, haber ve gerçeklik tanımları tarihe karışmıştı. Resim, ilk başta billboardlar, afişler ve reklam ilanları, daha sonra *Life, Look, New York Daily Mirror* ve *Daily News* gibi "haber" dergileri ve gazeteleriyle yorumu arka plana itmiş, bazı durumlarda ise büsbütün ortadan kaldırmıştı. On dokuzuncu yüzyılın sonuna gelindiğinde reklamcılar ile gazeteciler resmin yalnızca sözcüklerden yüz kat daha değerli olduğunu değil, satışlar söz konusu olduğunda onlardan daha çok işe yaradığını da keşfetmiş durumdaydılar. Çoğu Amerikalı açısından inanmanın temeli okumak değil, görmek olmuştu artık.

Fotoğraf, özgül bir biçimde, okurları bilinmeyen yerlerdeki, yüzlerini ilk defa gördükleri yabancılar hakkındaki olgular denizinde boğmakla tehdit eden, kaynağı belirsiz telgrafik haberler selinin kusursuz bir tamamlayıcısıydı. Zira fotoğraf, tuhaf görünen tarih işaretlerine somut bir gerçeklik kazandırmış ve bilinmeyen isimlere yüzler eklemiştir. Böylece, en azından, "haberler"in insanın duyusal deneyimi içindeki şeylerle bir bağı olduğu yanılsamasını yaratmış oluyordu.

Fotoğraf "günün haberleri"ne gözle görülür bir ortam yaratıyor, "günün haberleri" de fotoğrafa bir ortam sunuyordu.

Ne var ki fotoğraf-başlık ortaklığının yarattığı bağlam duygusu kesinlikle yanılsamaya dayalıydı. Burada ne demek istediğimi, bir yabancının size, İllyxin'in, Aldononjes Adası'nda yetişen, damarlı yaprakları olup yılda iki defa çiçek açan solucan şeklindeki bir bitkinin bir alt türü olduğunu anlattığını zihninizde canlandırarak daha iyi çıkarabilirsiniz. Merak edip, "Evet, ama o ne biçim bir şey?" derseniz, bu bilgiyi aktaran kişinin "Buyrun, size fotoğrafını göstereyim" dediğini, hemen ardından elinize, altında *Illyx on Aldononjes* yazan bir resim tutuşturduğunu düşünün. Bunun üzerine, "Ah, evet" diye mırıldanabilirsiniz, "şimdi anlıyorum." Fotoğrafın size anlatılanlar için bir bağlam sunduğu, cümlenin de fotoğraf için bir bağlam hazırladığı doğrudur. Hatta günün birinde ondan bir şeyler öğrendiğinizi de düşünebilirsiniz. Ancak olay bütünüyle kendine kapalıysa, geçmiş bilgileriniz ya da gelecekteki planlarınızla herhangi bir ilişkisi yoksa, o yabancıyla karşılaşmanız ve ayrılmanız bu olaydan ibaretse, o zaman cümle ile görüntünün bir arada bulunmasıyla bağlamın ortaya çıkışı, buna bağlı olarak ona atfedilen anlamın izlenimi de yanılsamalı olacaktır. Kaldı ki böylece (belki fotoğraflı yabancılardan uzak durmanın dışında) bir şey öğrenmiş de olmayacaksınız ve illyx otu sanki hiç öyle bir şeyle karşılaşmamışsınız gibi aklınızdan çıkıp gidecektir. En iyi ihtimalle bir kokteylde gevezelik ederken ya da bir çapraz bilmeceyi çözerken işinize yarayan hoş ama saçma bir bilgi öğreneceksiniz, ama ondan daha fazla bir kazancınız olmayacaktır.

Bu bağlamda, çapraz bulmacanın Amerika'da, tam da telgraf ile fotoğrafın, haberleri fonksiyonel enformasyon bağlamından kopmuş olguya dönüştürmeyi başardığı bir noktada popüler bir vakit geçirme aracı haline gelmiş olduğuna dikkat çekmek ilginç olabilir. Bu çakışma şunu akla

getirmektedir: Yeni teknolojiler, eskiden beri süregelen enformasyon sorununu tepetaklak etmiştir: İnsanlar bir zamanlar enformasyona gerçek hayat ortamlarını kendileri yönlendirebilmek amacıyla ihtiyaç duyarlarken, şimdilerde, aslında hiçbir işe yaramayan enformasyonların görünüşte yararlı olabileceği bağlamları yaratmak zorunda kalmaktadırlar. Çapraz bilmece bu tür sahte bağlamlardan birisidir; kokteyl başka bir örnektir; 1930'ların ve 1940'ların radyo bilgi yarışmaları ile modern televizyondaki oyunlar başka örneklerdir; son olarak çılgınca bir rağbet gören "*Trivial Pursuit*" buna örnek gösterilebilir. Bunlar "Birbiriyle bağı olmayan bu olgularla ne yapacağım" sorusuna şu veya bu biçimde bir yanıt verirler ve yanıt da şu veya bu biçimde hep aynıdır: Niçin onlardan vakit geçirmek için, eğlenmek için ya da oyun olsun diye yararlanmayalım? Boorstin *The Image*'de, grafik devriminin başlıca eserinin, özellikle haber olsun diye düzenlenmiş bir olay (diyelim, basın toplantısı) anlamını yüklediği "sahte olay" olduğunu belirtir. Burada anlatmak istediğim şey, telgraf ile fotoğrafın daha önemli bir mirasının sahte *bağlam* olabileceğidir. Sahte bağlam, parçalı ve havada kalmış enformasyonlara görünüşte işe yaramalarını sağlamak amacıyla tasarlanmış bir yapıdır. Ancak sahte bağlamın sağladığı yarar ne eylem ne bir problemin çözülmesi ne de değişimdir. Yaşamlarımızla hiçbir hakiki bağı olmayan enformasyona kalan tek yarar da bu, yani eğlendirmektir. Sahte bağlam, ilgisizlik, tutarsızlık ve acizliğin sultasında bulunan bir kültürden bize kalan son sığınaktır.

Kuşkusuz, fotografi ile telgraf, tipografik kültürün oluşturduğu muazzam yapıyı bir hamlede yıkabilmiş değillerdir. Önceden göstermeye çalıştığım gibi, uzun bir tarihe dayanan yorumlama alışkanlıkları yirminci yüzyıla girilene kadar Amerikalıların zihinlerinde başta gelen bir yere sahip olmuştur. İşin doğrusu, yirminci yüzyılın ilk on yıllarına damgasına vuran da dilin ve edebiyatın parlak ürünlerinin

her tarafa yayılmasıydı. Düzyazı; *American Mercury* ve *The New Yorker* gibi dergilerin sayfalarında, Faulkner, Fitzgerald, Steinbeck ve Hemingway'in romanlarıyla öykülerinde, hatta gazete devlerinin (*Herald Tribune, Times*) sütunlarında, kulağa ve göze hoş gelen bir coşkululuk ve yoğunlukla etkili oluyordu. Ne var ki bu, yorumun son ötüşü, şarkıcının ölüme yaklaşırken en parlak ve en tatlı sesiyle söylediği son şarkısıdır. Yorumlama Çağı adına yeni başlangıçların değil, bitişin şarkısıydı bu. Onun ölüm melodisinde yeni bir notanın sesi duyulmuş, bunun anahtarını da fotografi ile telgraf sağlamıştı. Onların kullandığı dil, birbirine bağımlılığı yadsıyan, bağlamsız hareket eden, tarihin geçersizliğini ileri süren, hiçbir şey açıklamayan ve karmaşıklıkla bütünlük yerine çekiciliği sunan bir "dil"di. Fotografi ile telgrafın dili görüntü ile çılgınlıktan oluşan bir düetti ve böylece Amerika'da yeni türde bir kamusal söylemin tonunu belirliyorlardı.

Ondokuzuncu yüzyıl sonu ile yirminci yüzyılın başlarında elektronik konuşmaya giren her türlü iletişim aracı, telgraf ile fotoğrafın öncülüğünü takip ediyor, onların yönelimlerini pekiştiriyordu. Sinema gibi bazı araçlar doğaları gereği bu yönde etkili olurken, eğilimleri rasyonel konuşma tarzının pekişmesinden yana olan radyo gibi başka araçlar yeni epistemolojinin etki alanına giriyor ve sonunda bu yeni epistemolojiyi desteklemeye başlıyordu. Bütün bunlar bir arada düşünüldüğünde, elektronik tekniklerle yeni bir dünya (kâh şu olayın, kâh bu olayın bir anlık görüş alanına girdiği ve sonra hemen kaybolduğu bir ce-ee dünyası) yaratılıyordu. Bu, fazla bütünlüğü ya da anlamı olmayan, bizden bir şey istemeyen, aslında bizim herhangi bir şey yapmamıza olanak tanımayan, çocukların "ce-ee" oyunlarında olduğu gibi tamamen kendi içine kapalı bir dünyadır. Ancak "ce-ee" oyunu gibi müthiş de eğlencelidir.

Elbette "ce-ee" oyunu oynamanın yanlış bir yanı yoktur. Eğlenmenin de yanlış bir yanı yoktur. Bir psikiyatristin

söylediği gibi, hepimiz kumdan şatolar yaparız. Sorun bu şatoların içinde *yaşamaya* kalktığımız zaman ortaya çıkar. Merkezinde telgraf ile fotografinin bulunduğu on dokuzuncu yüzyıl sonu ve yirminci yüzyıl başının iletişim medyası bir "ce-ee" dünyası yarattı, ama televizyon çıkana kadar bu dünyada yaşamaya başlamış sayılmayız. Televizyon, görüntü ile çılgınlığın etkileşimini mükemmel ve tehlikeli bir kusursuzluk katına çıkararak, telgraf ile fotoğrafın epistemolojik yönelimlerini en güçlü biçimde dışa vurmayı sağlamıştır. Üstelik onları evlerin içine kadar getirmiştir. Şimdi biz, ilk ve en yakın öğretmeni, ayrıca çoğumuz için en güvenilir yoldaşı ve dostu televizyon olan ikinci kuşak çocuklarla bir arada yaşıyoruz. Daha açık bir dille ifade edersek, televizyon yeni epistemolojinin kumanda merkezidir. En ufak çocuklar dahi televizyon izlemekten men edilmezler. En berbat yoksulluk bile televizyondan vazgeçmeyi gerektirmez. En yüce eğitim sistemi bile televizyonun belirleyiciliğinden kurtulamaz. Ve en önemlisi, kamuoyunu ilgilendiren hiçbir konu (politika, haber, eğitim, din, bilim, spor) televizyonun ilgi alanının dışında kalmaz. Yani, halkın bu konuları kavrayış biçimi tamamen televizyonun yönelimleriyle şekillenmektedir.

Televizyon daha ince yollarla da kumanda merkezidir. Örneğin, diğer medya araçlarından yararlanışımız ağırlıkla televizyonun yönlendiriciliğiyle olmaktadır. Telefon sisteminin nasıl kullanılacağını, hangi filmlerin görüleceğini, hangi kitap, kaset ve dergilerin alınacağını, hangi radyo programlarının dinleneceğini televizyondan öğreniriz. Televizyon iletişim ortamımızı, başka hiçbir iletişim aracının gücünün yetmeyeceği tarzlarda bizim adımıza düzenler.

Bu noktaya küçük, ironik bir örnek olması bakımından şöyle bir şey aklınıza getirin: Geçtiğimiz birkaç yıl içinde bilgisayarın geleceğin teknolojisi olduğunu öğreniyorduk. Şimdiyse çocuklarımızın "bilgisayar dili"ni bilmezlerse okulda başarısız kalacakları, yaşamda öne fırlayamayacakları söylen-

mektedir. Kendimizin bir bilgisayarı olmazsa işlerimizi yürütemeyeceğimiz, alışveriş listemizi çıkaramayacağımız ya da çek hesaplarımızı düzgün tutamayacağımız iddia edilmektedir. Bunların bir bölümü doğrudur belki. Ancak bilgisayarlarla ve onların yaşamlarımızdaki yerleriyle ilgili en önemli nokta, bütün bunları televizyondan öğrenmemizdir. Televizyon, "üst-araç" (meta-medium) statüsüne; yalnızca dünyaya ilişkin bilgimizi değil, aynı zamanda *bilme yollarına* ilişkin bilgimizi de yönlendiren bir araç statüsüne yükselmiştir.

Aynı zamanda televizyon, Roland Barthes'ın yorumuyla "mit" statüsüne yükselmiştir. Barthes'ın "mit" derken kastettiği, dünyayı anlamanın problematik olmayan bir biçimi, özetle doğal görünenin tamamen bilincinde olmayışımızdır. Mit, bilincimizin gözle görünmez olan derinliklerine gömülmüş bir düşünme biçimidir. Şimdi televizyonun izlediği yol böyledir. Televizyon cihazı artık, bizi büyülemez ya da zihnimizi allak bullak etmez. Televizyonun ilginç yönlerine ilişkin hikâyeler anlatmayız. Televizyon cihazlarını artık, özel odalarla sınırlamayız. Televizyonda izlediklerimizin gerçekliğinden kuşkuya düşmeyiz ve televizyonun sunduğu bakış açısının özelliğini pek fark etmeyiz. Televizyonun bizi nasıl etkilediği sorusu bile arka plana atılmıştır. Bu soru, sanki kulağımız ve gözümüz olmasının bizi nasıl etkilediğini soruyormuş gibi bazılarımıza acayip görünebilir. Yirmi yıl önce "Televizyon kültürü şekillendirir mi yoksa yalnızca yansıtır mı" sorusu pek çok araştırmacı ve toplumsal eleştirmen tarafından ilginç bulunmuştu. Ancak, televizyon zamanla bizim kültürümüz *haline gelmeye* başladıkça, bu soru da geçerliliğini büyük oranda yitirmiştir. Demek ki bizim konuşmalarımızın konusunu, televizyonun kendisinden çok, televizyonda *görülenler*, yani onun içeriği oluşturur. Televizyonun ekolojisi (buna hem onun fiziksel özellikleri ve sembolik kodu hem de olağan biçimde ona atfettiğimiz koşullar dahildir) tartışılmaz bir veri sayılmakta, doğal olarak kabul edilmektedir.

Televizyon, deyiş yerindeyse, toplumsal ve entelektüel evrenin arka planındaki radyasyon, yüz yıl önceki elektronik big-bang'in neredeyse gözle görülmez kalıntısıdır; bu bizim o kadar yakından bildiğimiz ve Amerikan kültürüyle o kadar iç içe geçmiş bir durum yansıtır ki, fondaki cılız tıslamasını artık duymayız ya da parlayıp sönen gri ışığını artık görmeyiz. Demek ki televizyonun epistemolojisi büyük oranda dikkat çekmemekte, onun kurduğu "ce-ee" dünyası bize artık, tuhaf bile gelmemektedir.

Elektronik ve grafik devriminin bundan daha rahatsız edici bir sonucu yoktur: Bize televizyon aracılığıyla sunulan dünyanın garip değil, doğal görünmesi. Zira yabancılık duygusunun kaybolması, bir uyum sağlama göstergesidir ve bizim uyum sağlamamızın derecesi ne kadar değiştiğimizin ölçüsünü verir. Kültürümüzün televizyonun epistemolojisine uyum sağlaması şu ana kadar hemen hemen tamamlanmış durumdadır; televizyonun hakikat, bilgi ve gerçeklik tanımlarını o kadar gözü kapalı kabul etmekteyiz ki ilgisizlik bize anlamlı görünmekte, tutarsızlık ise özellikle akıllıca davranmak gibi gelmektedir. Üstelik kurumlarımızın bir bölümü de çağın şablonlarına uymuyorsa, gözümüze düzensiz ve yabancı görünen şablonlar değil, bu kurumlar olmaktadır.

Bu kitabın geri kalan bölümünde amaçladığım şey televizyonun epistemolojisini yeniden gözler önüne sermektir. Televizyonun bilme yolunun, tipografinin bilme yoluyla uzlaşmaz derecede zıt olduğunu, televizyon konuşmalarının içeriğinin tutarsızlığı ve saçmalığı özendirdiğini, "ciddi televizyon" deyişinde bir terim çelişkisi olduğunu, televizyonun tek bir kalıcı sesle (eğlencenin sesi) konuştuğunu somut örneklerle kanıtlamaya çalışacağım. Bundan başka, Amerikan kültür kurumlarının televizyon konuşmalarına katılmak amacıyla birbiri peşi sıra televizyonun terimleriyle konuşmayı öğrendiklerini göstermeye çalışacağım. Başka bir deyişle, televizyon, kültürümüzü yapısal bir değişime uğra

tarak muazzam bir gösteri sahnesi yaratmıştır. Kuşku yok ki sonunda bu durumu seve seve benimsemeye ve hoş olarak niteleme noktasına gelebiliriz. Aldous Huxley'in elli yıl önce gerçekleşmesinden korktuğu şey de tam olarak budur zaten.

İkinci Bölüm

6
Gösteri Çağı

Tanıdığım çalışkan bir lisans öğrencisi önemli bir sınavdan önceki gece küçük dairesine geri döndüğünde, varolan tek lambasının da kırılarak kullanılamaz hale geldiğini görmüş. Hafif bir panik yaşadıktan sonra televizyonu açıp sesini kısmayı ve sırtını cihaza vererek oturmayı akıl etmiş. Böylece televizyonun ışığından yararlanarak gireceği sınavın kitabının önemli pasajlarını okuma fırsatı bulunca hem sakinleşmiş hem de geçer not alma şansını kaçırmamış. İşte televizyonun bir yararı da budur: Basılı sayfaları aydınlatma kaynağı olması.

Ancak televizyon ekranı ışık kaynağından öte bir şeydir. Ayrıca basılı sözcüklerin görünebileceği düzgün, neredeyse pürüzsüz bir yüzeydir. Ekranda durmadan birbirini izleyen harflerle günün olaylarını aktaran özel bir kanalın bulunduğu televizyon cihazları olan otellerde hepimiz kalmışızdır. Bu da televizyonun başka bir yararıdır: Elektronik bir pano olması.

Birçok televizyon cihazı küçük bir kütüphaneyi üstünde taşıyacak kadar büyük ve sağlam yapılmıştır. Eski moda bir RCA konsolunun üstüne otuz kitap konabilir. Ben, bütün Dickens, Flaubert ve Turgenyev koleksiyonunu kendinden emin biçimde elli santim boyunda bir Westinghouse'un üstüne yerleştiren bir kadın tanıyorum. Gene bu da televizyonun yararlarından biridir: Kitap rafı olması.

Televizyonun bu gülünç yararlarını öne çıkarmamın nedeni, bazı insanların ortaya attığı, televizyonun edebi geleneği desteklemek amacıyla kullanılabileceği umuduyla alay etmektir. Böyle bir umut tam da Marshall McLuhan'ın "dikiz aynası" düşüncesi dediği yaklaşımı temsil eder: Bu, yeni bir aracın (medium) basitçe daha eski bir aracın (medium) uzantısı ya da gelişmiş hali olduğu, örneğin bir otomobilin yalnızca hızlı bir at, elektrik ışığının yalnızca güçlü bir mum olduğu varsayımıdır. Bizim ele aldığımız konuda böyle bir yanılgıya düşmek, televizyonun kamusal söylemin anlamını yeniden tanımlayışını yanlış yorumlamaktır. Televizyon okuma-yazma kültürünü genişletmez ve pekiştirmez. Tersine, okuma-yazma kültürüne saldırır. Televizyon herhangi bir şeyin devamıysa eğer, on beşinci yüzyıldaki matbaanın değil, on dokuzuncu yüzyıl ortasında telgraf ile fotoğrafın başlattığı geleneğin devamıdır.

Televizyon nedir? Ne tür konuşmalara olanak tanır? Hangi entelektüel eğilimleri cesaretlendirir? Ne tür bir kültür üretir?

Kitabın bundan sonraki bölümünde ele alınacak sorunlar bunlardır. Tabii fazla karışıklığa yol açmamak açısından, teknoloji ile araç (medium) arasında bir ayrım yaparak işe

başlamam gerekiyor. Beyin zihin için ne anlam taşıyorsa, teknolojinin de araç (medium) için o anlamı taşıdığını söyleyebiliriz. Beyin gibi teknoloji de maddi bir aygıttır. Zihin gibi araç da (medium) fiziksel bir aygıtın gördüğü yararı anlatır. Teknoloji, özgül bir sembolik kod kullandıkça, özgül bir toplumsal ortamda yerini buldukça, ekonomik ve politik bağlamlara adımını attıkça bir araç (medium) haline gelir. Başka bir deyişle, teknoloji basitçe bir makinedir. Araç (medium) ise bir makinenin yarattığı toplumsal ve entelektüel ortamdır.

Kuşkusuz beyin gibi her teknolojinin de kendi doğasından gelen bir yönelimi vardır. Kendi fiziksel formu içinde belirli biçimlerde kullanılmaya yatkın bir eğilime sahiptir. Teknolojinin bütünüyle tarafsız olduğuna, ancak onun tarihinden habersiz olanlar inanabilirler. Bu çocuksu inançla alay eden eski bir espri biliyoruz: Thomas Edison, lambayı yaktığı her seferinde onu ağzına yaklaştırıp "Alo? Alo?" demeseydi, elektrik ışığını keşfettiğinin farkına çok daha erken varabilirdi.

Bunun gerçek olması pek mümkün değildir. Her teknolojinin kendi gündemi vardır. Bu, daha önce ileri sürdüğüm gibi, açımlanmayı bekleyen bir metafordur. Örneğin matbaanın, bir dilsel araç (medium) olarak kullanılması yönünde apaçık bir yönelimi vardı. Matbaanın yalnızca resimlerin yeniden basımında kullanılması *akla uygun* bir durumdu. Roma Katolik Kilisesi'nin on altıncı yüzyılda matbaanın bu şekilde kullanılmasına karşı çıkmamış olduğunu düşünün. Durum hakikaten böyle olsaydı Protestan Reformasyonu gerçekleşmeyebilirdi; Luther'in iddia ettiği gibi, Tanrı'nın sözleri her ailenin masasında bulununca Hıristiyanlar Papalığın kendine göre bir yorum getirmesine gerek duymazlardı. Oysa matbaanın ikonların kopyasının çıkarılması amacıyla kullanılmasına hemen hiç rastlanmamıştır. Matbaa, on beşinci yüzyılın başından itibaren, yazılı dilin sergilenmesi ve toplu biçimde dağıtılması bakımından olağanüstü bir fırsat olarak algılanmaktaydı. Matbaanın teknik olanakları tama-

men bu yöne götürüyordu. Dahası, matbaanın bu amaç için icat edilmiş olduğu bile söylenebilir.

Televizyon teknolojisinin de kendine göre bir yönelimi vardır. Televizyonun bir lamba olarak, metin yazılacak bir yüzey olarak, bir kitap rafı olarak, hatta radyo olarak kullanılması düşünülebilir. Oysa bu şekilde kullanılmamıştır ve en azından Amerika'da böyle kullanılmayacaktır. Demek ki "Televizyon nedir" sorusunu yanıtlarken çıkış noktamızı, bir teknoloji olarak televizyondan değil, araç (medium) olarak televizyondan söz ettiğimizi kavramak şeklinde saptamalıyız. Dünyada, televizyonun, Amerika'dakiyle aynı teknoloji olsa bile, bildiğimiz halinden tamamen farklı bir araç (medium) olduğu pek çok yerin bulunduğunu söyleyebiliriz. Burada, halkın çoğunluğunun televizyon aygıtına sahip olmadığı ve olanlarınsa yalnızca bir aygıta sahip olduğu, yalnızca tek bir kanalın izlenebildiği, televizyonun program saatine uygun işlemediği, çoğu programın amacının hükümet ideolojisi ve politikasının desteklenmesi olarak saptandığı, reklamların henüz bilinmediği, esas görüntünün "konuşan kafalar" olduğu, televizyonun çoğunlukla sanki radyoymuş gibi kullanıldığı yerleri kastediyorum. Saydığım bu nedenlerden dolayı, bu tür yerlerdeki televizyonun anlamı ya da gücü Amerika'dakiyle aynı olmayacaktır; bu yüzden oralarda televizyonun, potansiyelinin gelişmesi engellenen ve toplumsal sonuçları asgari düzeyde tutulan bir teknoloji olarak kullanılmasından söz edebiliriz.

Oysa Amerika'daki gelişme bu doğrultuda olmamıştır. Televizyon, liberal demokraside ve görece serbest bir piyasa ekonomisinde, bir görüntüler tekniği olma potansiyelinden sonuna kadar yararlanmayı besleyen bir iklim bulmuştur. Amerikan televizyon programlarının dünyanın her tarafında yoğun taleple karşılaşması bunun bir sonucudur. ABD'nin ihraç ettiği televizyon programlarının toplam miktarı yaklaşık olarak 100.000-200.000 saat arasında değişmekte ve bu programlar Latin Amerika, Asya ve Avrupa arasında eşit

derecede paylaşılmaktadır.[1] "Gunsmoke", "Bonanza", "Görevimiz Tehlike", "Uzay Yolu", "Kojak" ve daha yakın zamanlarda "Dallas" ile "Hanedan" gibi programlar İngiltere, Japonya, İsrail ve Norveç'te yıllardan beri en az Nebraska, Omaha'daki kadar çok tutulmaktadır. Birkaç yıl önce, (bu bilgiyi doğrulatmamış olsam bile) Japonların J.R.'ı kimin vurduğunu öğrenebilmek için her yıl düzenledikleri göç yolculuklarını günlerce erteledeklerini duymuştum. Bütün bu gelişmeler, Amerika'nın dünya çapındaki ahlaki ve politik prestijinin zayıflamasıyla aynı zamana denk düşer. Amerikan televizyon programları gene talep görmektedir, ama Amerika sevildiği için değil, Amerikan televizyonu sevildiği için.

Bunun nedenini araştırmak için fazla oyalanmamıza gerek yoktur. Amerikan televizyonunu izlerken, George Bernard Shaw'un Broadway ve 42. Cadde'deki geceleri ışıl ışıl parlayan neonları gördüğü zaman söylediği söz hatırlanır. Bernard Shaw, okuyamasanız bile güzel olmalı, demiştir. Amerikan televizyonu da hakikaten, bir günde binlerce görüntü aktaran güzel bir görüntü, görsel bir haz kaynağıdır. Televizyon kanallarındaki bir çekimin ortalama uzunluğu 3.5 saniyeyi geçmez, bunun için daima görecek yeni bir görüntüyle karşı karşıya kalan gözün dinlenmesi mümkün değildir. Dahası, televizyon izleyicilere çok çeşitli temalar sunar, bunları kavramak için asgari bir yetenek gereklidir ve büyük oranda, insanları duygusal bakımdan hoşnut etmek amaçlanmıştır. Bazı insanları canından bezdiren reklamlar bile daima göze hoş gelecek şekilde ve insanın damarını tutuşturan müzik eşliğinde ustaca hazırlanır. Bu, dünyadaki en iyi fotografinin şu anda televizyon reklamlarında görülmesinin dışında bir

1. *The New York Times* 20 Temmuz 1984'te, Çin ulusal televizyonunun, programlarını haftada 64 saat yayımlamak amacıyla CBS'yle özel bir sözleşme yaptığını bildirmişti. Kuşku yok ki bunu NBC ve ABC'yle yapılacak sözleşmeler de izleyecektir. Çinlilerin, bu tür anlaşmaların ciddi politik sonuçlar doğuracağını anladıkları umulmaktadır. Dörtlü Çete, Üçlü Çete'nin yanında bir hiçtir.

sorun yaratmaz. Başka bir deyişle, Amerikan televizyonu bütünüyle izleyicilerine eğlence malzemesi sunmayı amaç edinmiştir.

Elbette, televizyonun eğlendirici olduğunu söylemek sıradan bir ifadedir. Böyle bir olgunun bir kültürü tehdit edeceğinden söz edilemeyeceği gibi, hakkında kitap yazmaya değecek bir saptama da değildir. Hatta buna memnun bile olunabilir. Yinelemeyi sevdiğimiz bir deyişle, yaşam çiçeklerle kaplı bir yol değildir. Şuraya buraya atılmış birkaç çiçeğin görüntüsü yolculuğumuzu bir parça daha fazla çekilir hale getirebilir. Laponlar kuşkusuz böyle düşünüyorlardı. Her gece televizyon izleyen doksan milyon Amerikalının da böyle düşündüğü varsayımında bulunabiliriz. Ancak benim burada ileri süreceğim nokta, televizyonun eğlendirici olmasından öte, eğlenmeyi, her türlü deneyimlerimizin temsilinin doğal çerçevesi haline getirmesidir. Televizyon aygıtımız bizi dünyayla hep yakın ilişkide tutar, ama bunu bize gülümseyen çehremizin hiç değişmediği bir yüzle yaptırır. Sorun, televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır ve bu da bambaşka bir sorun oluşturur.

Başka bir şekilde ifade edersek: Eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst-ideolojisidir. Neyin gösterildiğinin ya da hangi bakış açısının yansıtıldığının hiçbir önemi yoktur; her şeyin üstünde tutulan varsayım, hepsinin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır. Bu nedenle, bize her gün trajedi ve barbarlık örnekleri sunan haber programlarında bile televizyon muhabirlerinin bu haberleri "yarınla ilişkilendirme" teranelerini dinleriz. Peki ne adına? Birkaç dakikalık cinayet ve sakatlama görüntülerinin bir ay boyunca uykusuz geceler yaşanmasına neden olacak malzemeyi meydana getireceği düşünülür. Televizyon muhabirlerinin, "haberler"in ciddiye alınmayacağını bildiğimiz için, deyiş yerindeyse her şeyin eğlenceye çevrilmesi önerilerini kabul ederiz. Bir haber programındaki her şey (iyi görüntüler

ve program ekibinin sevimliliği, hoş esprileri, programın açılıp kapanışındaki etkileyici müzik, canlı yayınlar, dikkat çekici reklamlar) bunu gösterir; izlediğimiz görüntüler bize ağlanacak bir şey olmadığını düşündürür. Açık bir dille ortaya koyarsak, haber programı bir eğitim, düşünme ya da katarsis değil, bir eğlenme çerçevesi sunar. Ve programları böyle bir çerçeveye oturtanları da ağır bir dille yargılamamalıyız. Onlar ne okunacak haber toplar ne de dinlenecek yayın yaparlar. Onlar bakılacak haberleri ekrana getirmektedirler. Kullandıkları aracın (medium) onları götürdüğü yolda yürümek zorundadırlar. Bu yaklaşımda herhangi bir komplo olmadığı gibi, akılsızlıktan kaynaklanan bir kısırlık da yoktur; etkili olan düşünce, "iyi televizyon"un yorumlama ya da sözlü iletişimin diğer biçimleri bakımından "yararlı" olan şeylerle çok az bağının olması, resim görüntülerinin çağrıştırdığı şeylerle ise yakından bir bağının bulunmasıdır.

ABC kanalının 20 Kasım 1983'te, tartışmalı bir film olan *The Day After*'ın ardından düzenlediği seksen dakikalık bir açıkoturumu örnek göstererek bu noktaya biraz daha netlik kazandırmak isterim. Çoğumuz unutmuş bile olsak bilhassa bu örneği seçtim, çünkü açıkçası televizyonun en "ciddi" ve "sorumlu" tavrını takındığı program buydu. Bu yayındaki her şey, televizyonun bir eğlence tarzından yola çıkıp kamusal eğitim düzeyine yükselme kapasitesinin eleştirel bir sınavdan geçirilişinin çerçevesini sunuyordu. İlk olarak, konu nükleer bir felaket olasılığıyla ilgiliydi. İkincisi, film, Peder Jerry Falwell'in *Moral Majority*'si dahil olmak üzere zaten etkili çevrelerin saldırılarına hedef olmuştu. Bu yüzden, bu kanalın, televizyonun bir enformasyon ve tutarlı söylem aracı (medium) olarak değeri ile ciddi niyetlerini sergilemesi önem taşıyordu. Üçüncüsü, programın fonunda hiçbir müzikal temaya yer verilmemesi, kayda değer bir noktaydı, zira hemen hemen bütün televizyon programları, izleyicilerin hangi duygulara kapılacaklarını bildirecek şekilde müzik eşliğinde hazırlanmaktaydı. Fonda duyulan müzik standart

bir teatral araçtır ve onun olmaması her zaman kötüye işarettir. Dördüncüsü, açıkoturum boyunca programa hiç reklam alınmamış, dolayısıyla programın havası, genelde suikasta uğramış başkanların cenaze törenlerinde rastlanan bir saygı atmosferine büründürülmüştü. Ve nihayet, açıkoturuma her biri ayrı ayrı ciddi birer söylem sembolü olan Henry Kissinger, Robert McNamara ve Elie Wiesel de katılmıştı. Gerçi Kissinger bir süre sonra halkın çok tuttuğu "Hanedan" programında da görünecekti, ama o sırada hâlâ bir entelektüel ağırbaşlılık paradigmasıydı; Elie Wiesel de fiilen toplumsal vicdanın ayaklı metaforuydu. İşin doğrusu, diğer katılımcılar da (Carl Sagan, William Buckley ve General Brent Scowcroft) önemsiz tartışmalarda yer almaları beklenemeyecek çapta entelektüel düzeyi olan kişilerdi.

Program, bu tür oturumların ustası olan Ted Koppel'la başladı; böylece programın bir tartışma değil, bir *açıkoturum* olmasının istendiği anlaşılıyordu. Bu şekilde, söylem felsefeleriyle ilgilenenler de ciddi televizyonun "açıkoturum" sözcüğünden ne anladığını gözlemlemek için mükemmel bir fırsata kavuşmuş olacaklardı. İşte ciddi televizyonun anlamı: Altı konuşmacının her birine konuyla ilgili bir şeyler söylemeleri için yaklaşık beşer dakika süre tanınmıştı. Ancak konunun ne olduğu üzerinde kesin bir anlaşmaları yoktu; hiç kimse kendisini başkasının söylediği şeylere yanıt vermekle yükümlü hissetmiyordu. Aslında tartışmacılara, sanki bir güzellik yarışmasının finalistleriymiş de kameranın önünden geçerken kendilerine tanınan süreyi aşmamaları gerekiyormuş gibi sırayla söz veriliyordu. Öyle ki, en son söz verilen Elie Wiesel'in ilk konuşan William Buckley'e bir yanıt vereceğini düşünürsek, ikisinin konuşması arasında toplam yirmi dakikalık dört yorum daha yapılmış oluyordu ve bu sürede dinleyicilerin (Elie Wiesel'in kendisi olmasa bile) verilen yanıta neden olan ilk argümanı hatırlamaları çok zordu. Doğrusu katılımcılar (çoğu televizyon karşısında hiçbir yabancılık çekmeyen insanlardı), birbirlerinin değin-

dikleri konulara girmekten büyük ölçüde kaçınıyorlardı. Hem ilk konuşmalarını hem de daha sonraki sıralarını kendi konumlarını açıkça ifade etmek ya da bir etki bırakmak amacıyla dolduruyorlardı. Örneğin Dr. Kissinger, eskiden yazmış olduğu kitapları, yapmış olduğu önerileri ve katılmış olduğu görüşmeleri hatırlatarak izleyicilerin kendisinin artık Dışişleri Bakanı olmamasına üzülmelerini sağlamaya niyetli görünüyordu. McNamara aynı günün öğleden sonrasında Almanya'da öğlen yemeği yediğini aktarmış, nükleer silahların azaltılması konusunda en azından on beş önerisi bulunduğunu söyleyerek devam etmişti. Konuşmaların bu doğrultuda gideceği düşünülürken, diğerleri de buna sanki Almanya'daki öğlen yemeğine kendileri de katılmışlarcasına ilgi göstermişlerdi. (Daha sonra McNamara inisiyatifi ele geçirip üç öneride bulundu, ama bunların hiçbiri tartışılmadı.) Elie Wiesel bir dizi uydurma meselin ve paradoksun yardımıyla insanlık durumunun trajik niteliğini vurgulamış, ne var ki sözlerini oturttuğu bir bağlam ortaya koyacak kadar zaman bulamadığından şaşkın bir halde cafcaflı laflar edip putperestler arasında dolaşan gezgin bir haham izlenimi bırakmıştı.

Başka bir deyişle, sözcüğün olağan anlamında bir tartışma yapılmıyordu. "Tartışma" bölümü başladığında bile hiçbir argüman ya da karşı-argüman ortaya atılmıyor, varsayımlarla ilgili hiçbir eleştiri yapılmıyor, hiçbir açıklama, ayrıntılara inme ya da tanımlama girişimine rastlanmıyordu. Kanımca en tutarlı açıklamayı (nükleer silahların dondurulmasından yana dört dakikalık bir çerçeve sunarak) Carl Sagan yapmıştı, ama onun sözlerinde de tartışılır nitelikte en azından iki varsayım vardı ve dikkatle incelenmemişti. Açıkçası, hiçbiri kendi kısıtlı dakikalarını başkasının savlarına dikkat çekmek için harcamaya niyetli değildi. Ted Koppel kendisini "program"ın canlılığını korumak zorunda hissediyorsa da yer yer kendine göre bir düşünce silsilesi ortaya koymakla birlikte, her konuşmacının kendilerine ayrılan süreleri kullanmalarına daha fazla ilgi gösteriyordu.

Gelgelelim, parça parça ve süreksiz bir dili yaratan, tek başına zamanın kısıtlı olması değildir. Bir televizyon programı yayımlanırken, "Bunu düşüneyim", "Bilmiyorum", "Neyi kastediyorsunuz?" ya da "Enformasyon kaynağınız nedir?" gibi sorulara hemen hiç izin verilmez. Bu söylem tipi programın temposunu yavaşlatmakla kalmaz, aynı zamanda ya belirsiz bir hava ya da programın hiç bitmeyeceği izlenimini yaratır. Televizyondaki, *düşünme edimine* girmiş olan insanlar, bir Las Vegas sahnesinde olduğu kadar uyumsuz ve can sıkıcı bulunurlar. Düşünmek televizyonda etkili olmaz (televizyon yönetmenlerinin çok zaman önce keşfettikleri bir olgudur bu). Düşünmenin görülecek yanı pek yoktur. Düşünmek, bir bakıma, bir temsil sanatı değildir. Oysa televizyon bir temsil sanatı ister. Bu anlamıyla ABC kanalının programında sunulan tablo, kendilerini fikirlerini ortaya koymaktan ziyade rollerini yerine getirmeye zorlayan bir aracın (medium) egemenliğine boyun eğmiş, üstün konuşma becerileri ve politik kavrayışları olan bir grup insandı. Bu seksen dakikanın eğlenceli olmasını sağlayan şey de bir Samuel Beckett oyununu andırmasıydı: Ciddiyet pozu kesmeler, kimsenin idrak edemediği bir anlam. Sagan, "Cosmos"u hazırladığı zaman giydiği, yıldızlarla süslediği balıkçı yaka kazağını çıkarmıştı. Hatta saçını bile kestirmişti. Onun rolü, gezegen adına konuşan mantıklı bilimcinin rolüydü. Leonard Nimoy'a verilmiş olmasına rağmen, bu rolü Paul Newman'ın daha iyi oynayabileceği düşünülebilirdi. Scowcroft asker gibi davranıyordu: Özlü ve mesafeli konuşmalar, ulusal güvenliğin yılmaz savunucusu. Kissinger her zamanki gibi, dünyanın bilgili devlet adamlarından biri olarak mükemmel, felaketi önleme sorumluluğunu taşımaktan bezmiş bir durumdaydı. Koppel arabulucu rolünü kusursuz biçimde oynuyor, bir yandan temsili yönetirken öbür yandan fikirleri sınıflandırıyormuş gibi yapıyordu. Sonunda bu temsiller yalnızca alkış alabilirdi ve iyi bir televizyon programının daimi amacı da buydu: Yani, düşünmeyi sağlamak değil, alkış almak.

Kesinlikle televizyonun bütünlüklü bir dil ya da düşünme süreci ileticisi olarak hiçbir işe yarayamayacağını söylüyor değilim. William Buckley'in kendi programı "Firing Line"da insanlar zaman zaman düşünürken gösterilir, ama mutlaka onlara yöneltilmiş televizyon kameraları da olur. Belli ki bir entelektüel terbiye ve tipografik gelenek duygusu uyandırmaya çalışan "Meet the Press" veya "The Open Mind" gibi programlar da vardır, ama bunlar öyle hazırlanmışlardır ki, görsel açıdan büyük beğeni toplayan programlarla asla başa çıkamazlar ve zaten başka türlü de izlenemezler. Her şey bir yana, bir çerçevenin zaman zaman kendi aracının (medium) yöneliminin tersine işlemesi duyulmuş şey değildir. Örneğin, 1940'ların başının en popüler radyo programı başrolü bir vantriloğa vermişti ve gene o günlerde "Major Bowes' Amateur Hour"unda fonda ayaklarını vurarak dans eden birisinin ayak seslerini duyuyordum. (Aslında, eğer yanılmıyorsam, bir keresinde bir pandomimciye bile rol verilmişti.) Ancak nasıl uzun, karmaşık konuşmalar televizyonda etkili olamıyorsa, radyoda da vantrilogluk, dans ve taklitçilik etkili olamaz. Başkan'ın konuşmalarındaki gibi, bunlar ancak bir kamera kullanılır ve görsel imaj sürekli olursa hoş görülecek ölçüde etkili olabilir. Ne var ki bu, televizyonun en iyi biçimi olmadığı gibi, çoğu insanın izlemeyi tercih edeceği televizyon da değildir. Televizyonla ilgili en önemli saptama, insanların onu *izlemeleridir*; adına "tele*vizyon*" denmesinin nedeni de budur. Ve insanların izledikleri, izlemekten hoşlandıkları şey hareketli resimlerdir –kısa süreli ve durmadan değişen milyonlarca resim. Görsel ilginin gerekliliklerini karşılamak, yani gösterinin değerlerini karşılamak amacıyla fikirlerin içeriğinin geri plana atılması zorunluluğu bu aracın (medium) doğasından gelmektedir.

Film, kaset ve radyo (müzik sanayiinin uzantısı olmaları nedeniyle) kültürü eğlenceli hale getirmeyi elbette aynı ölçüde amaç edinmişlerdir ve bu araçların Amerikan söyleminin

üslubunun değişmesindeki etkileri hiç de önemsiz değildir. Ancak televizyon, her türlü söylemi kapsaması nedeniyle onlardan farklıdır. Hiç kimse hükümetin politikasının ne olduğunu öğrenmek ya da en son bilimsel gelişmeleri izlemek amacıyla bir sinemaya gitmez. Hiç kimse beysbol maçlarının sonuçlarını, hava durumunu ya da en son cinayetleri öğrenmek amacıyla bir kaset satın almaz. Hiç kimse pembe diziler için ya da Başkan'ın bir konuşmasını dinlemek üzere (elinin altında bir televizyon aygıtı varsa) radyoyu açmaz. Ama herkes bütün bunlar için televizyonun başına geçer; zaten televizyonun kültürün her alanında çok güçlü bir rezonans bulmasının kaynağı da budur. Televizyon bizim kültürümüzde kendisiyle ilgili bilgi edinmenin esas aracıdır. Bu yüzden (önemli olan da budur) televizyonun dünyayı nasıl sunduğu, dünyanın doğru biçimde nasıl sunulacağının da modelini oluşturur. Üstelik, eğlencenin her türlü söylemin metaforu biçimini alması yalnızca televizyon ekranıyla sınırlı değildir. Aynı metafor ekranın dışında da egemendir. Bir zamanlar politika, din, iş, eğitim, hukuk ve diğer önemli toplumsal alanlardaki üslubu tipografinin belirlemesi gibi, şimdi de ipleri eline geçiren televizyondur. Amerikalılar mahkeme salonlarında, okul sınıflarında, çalışma odalarında, yönetim kurulu odalarında, kiliselerde, hatta uçaklarda artık birbirleriyle konuşmamakta, tersine birbirleriyle eğlenmektedirler. Karşılıklı olarak alıp verdikleri artık, fikirler değil, imajlardır. Bundan böyle önermelerle değil, iyi görüntüler, şöhretler ve reklamlarla tartışmaktadırlar. Çünkü, televizyonun metafor olarak ilettiği mesaj, yalnızca bütün dünyanın bir sahne olduğu değil, aynı zamanda sahnenin Nevada, Las Vegas'da kurulmuş olduğudur.

Örneğin Chicago'da, Roma Katoliği olan Peder Greg Sakowicz dinsel vaazını rock'n roll müziği eşliğinde verir. Associated Press Ajansı'na göre, Peder Sakowicz hem Schaumberg'deki (Chicago'nun dış semtlerinden biri) Holy Spirit

Kilisesi'nde rahip yardımcısı hem de WKQX'de diskjokeydir. Sakowicz "Journey Inward" adlı programında aile ilişkileri ya da bağlılık gibi konularda yumuşak bir tonla sohbet etmekte, vaazlarına ise *Billboard*'un Top 10'undan parçalar karıştırmaktadır. Sakowicz, vaazlarını "kilise usulü"yle vermediğini söyler ve şu sözü ekler: "Kutsal olmak için sıkıcı olmak zorunda değilsiniz."

New York City'deki St. Patrick's Katedrali'nde görevli Rahip John J. O'Connor da New York Başdiyakozluğu Başpiskoposu olarak atanmasıyla ilgili espri yaparken New York Yankee beysbol takımının kepini giymişti. Yaptığı enfes şakalardan birisi, özellikle dinleyiciler arasında yer alan (yani o da cemaatin mensubuymuş) Belediye Başkanı Edward Koch'a yöneltilmişti. Yeni Başpiskopos, daha sonra halk önüne ilk çıkışında New York Metz beysbol takımının şapkasını giymişti. Bu olaylar tabii televizyonla aktarılmış ve daha çok Başpiskopos (şimdi Kardinal'dir) O'Connor'ın Rahip Sakowicz'den bir adım daha ileri gitmesinden dolayı herkes müthiş eğlenmişti: Sakowicz kutsal olmak için sıkıcı olmak gerekmediğine inanırken, O'Connor anlaşılan kutsal olmak da gerekmediğine inanmaktadır.

Arizona, Phoenix'de Dr. Edward Dietrich, Bernard Schuler adlı hastasına üçlü by-pass ameliyatı uygulamıştı. Ameliyat başarılı geçti. Mr. Schuler için çok güzel bir gelişmeydi bu. Ameliyat televizyonda gösterildi ve bu da Amerika adına güzel bir gelişme oldu. Ameliyatı Amerika Birleşik Devletleri'nde en az elli televizyon kanalıyla birlikte British Broadcasting Corporation de (BBC) yayımlamıştı. İki kişilik anlatıcı ekibi, izleyicileri gördükleri şeyler konusunda bilgilendiriyordu. Bu olayın televizyonda gösterilmesinin nedeni açık değildi, ne var ki sonuçta hem Dr. Dietrich hem de Mr. Schuler'in göğsü ün kazandı. Mr. Schuler, herhalde televizyonda çok fazla doktorlar programı seyretmiş olmasından olacak, ameliyatın başarıyla sonuçlanacağına çok ender görülen bir güven bes-

liyordu. "Eğer naklen yayında öleceksem cehenneme gitsem bile fark etmez" demişti Schuler.[2]

1984'te hem WCBS-TV hem WNBC-TV tarafından büyük bir coşkuyla bildirildiği üzere, Philadelphia'daki devlet okulları, ders konularının çocuklara şarkılarla öğretilmesini öngören bir deneye girişmişlerdi. Kulaklarına walkman cihazlarını geçirmiş olan öğrenciler, teması sözün sekiz bölüğü olan lirik bir rock parçayı dinlerken gösterilmişlerdi. Bu fikri geliştiren Mr. Jocke Henderson, hem matematik ve tarihi hem de İngilizceyi rock müzik eşliğinde öğreterek öğrencilere dersleri daha fazla sevdirmeyi planlamaktadır. Aslında, bu bütünüyle Mr. Henderson'ın fikri değildir. Bu fikrin ilk öncüsü Children's Television Workshop'tu. Onların hazırladığı "Susam Sokağı" programı, eğitimin eğlenceden ayrılamayacağı fikrinin pahalı bir örneğini temsil eder. Ancak Mr. Henderson'ın da bir üstünlüğü vardır. "Susam Sokağı" yalnızca okumayı hafif bir eğlence dozuyla öğretmeyi amaçladığı halde, Philadelphia'daki deneyle amaçlanan, sınıfı bir rock konseri yerine çevirmektir.

Massachusetts, New Bedford'da televizyonda, duruşma ile kendilerinin çok sevdikleri günlük pembe diziler arasındaki farklılığı ayırt edemeyen izleyicilerin zevkle izledikleri bir ırza geçme davası gösterildi. Florida'da, cinayet dahil olmak üzere ciddi nitelikli bazı davalar düzenli olarak televizyonda gösterilmekte ve en kurgusal mahkeme dramalarından bile daha eğlenceli bulunmaktadır. Tabii bütün bunlar "halkın eğitimi" adına yapılır. Aynı yüce amaç uğruna, televizyonda günah çıkarılması için hazırlıklar yapıldığı da söylenmektedir. "Secrets of the Confessional Box" adını taşıyacak olan bu program içinde elbette, programın içereceği malzemenin bir bölümünün çocuklara zararlı olabileceği, bu yüzden anne-babaların denetimi elden bırakmamaları uyarısı da yer alacaktır.

2. Bu öykü çeşitli gazetelerin yanı sıra *Wisconsin State Journal*, 24 Şubat 1983, Bölüm 4, s. 2'de de yayımlanmıştı.

Chicago'dan Vancouver'a giden bir United Airlines uçağında, erkek kabin görevlilerinden birisi yolcularla bir oyun oynanacağını bildirir. Cebinde en fazla kredi kartı bulunan yolcuya bir şişe şampanya armağan edilecektir. Oyunu, cebinde on iki kredi kartı bulunan Bostonlu bir adam kazanır. İkinci bir oyunda ise yolculardan uçuş ekibinin toplam yaşını tahmin etmeleri istenir. Bu oyunda da 128 sayısını Chicagolu bir adam tahmin eder ve bir şişe şarap kazanır. İkinci oyun sırasında hava bozar ve ekranda Emniyet Kemerlerinizi Bağlayın uyarısı görünür. Ve bunu, dahili telefon sistemiyle devamlı birbirleriyle şakalaşan uçuş ekibi dahil olmak üzere çok az kimse fark eder. Uçak gideceği yere vardığında, herkes Chicago'dan Vancouver'a uçmanın eğlenceli olduğunda hemfikir kalmış görünmektedir.

The New York Times 7 Şubat 1985'te, Rutgers Üniversitesi'nden (Newark Kampusu) Profesör Charles Pine'e Eğitimi Destekleme ve Geliştirme Kurulu tarafından Yılın Profesörü unvanı verildiğini bildirdi. Profesör Pine, öğrencileri üzerinde büyük bir etki bırakmasını şöyle açıklıyordu: "Her zaman kullandığım küçük numaralarım vardır. Yazarken tahtanın sonuna gelecek olursam yazıya duvarda devam ederim. Herkes güler bana. Bir cam molekülünün hareketini göstermek için bir duvara doğru koşturup üzerine sıçrar, daha sonra öteki duvara koştururum." Onun öğrencileri, herhalde James Cagney'in bu "molekül hareketi"ni *Yankee Doddle Dandy*'de hayli etkili biçimde kullandığını hatırlayamayacak kadar küçüklerdir. Yanılmıyorsam aynı tekniği Donald O'Connor da *Singin'in the Rain*'de kopya etmişti. Bu yöntem bildiğim kadarıyla bir sınıfta yalnızca bir defa kullanılmıştır: Hegel diyalektik yöntemin nasıl işlediğini gösterirken çeşitli defalar bu yola başvurmuştur.

Pennsylvania Amishleri,* egemen Amerikan kültüründen kendilerini yalıtarak yaşamaya çalışırlar. Onların dininin

* Amishler, onyedinci yüzyılda Mennonitlerden ayrılan bir Hıristiyan mezhebidir. (ç.n.)

özellikleri arasında, oyma putlara saygı gösterilmesine karşı çıkmak da vardır. Yani Amish mezhebi, film izlemeyi ya da fotoğraf çekilmeyi yasaklar. Ama onların dini, anlaşılan, kendileri göründüğü *zaman* film izlemeyi engellememiştir. Örneğin 1984 yazında Paramount Pictures şirketinden bir film ekibi, başrolü Harrison Ford'un oynadığı, bir Amish kadına âşık olan bir dedektifle ilgili *Witness* filminin çekimini yapmak üzere Lancaster County'ye gelir. Amishlere kendi kiliseleri tarafından film ekibine karışmamaları uyarısı yapıldığı halde, bazı Amish kaynakçılar işleri biter bitmez olan biteni izlemek üzere film setine koşturmuşlardır. Diğer dindar kimseler ise daha uzakta çimenlere oturup seti dürbünle dikizlemeyi tercih etmişlerdir. "Gazetede film hakkında haberler okuyoruz" demişti bir Amish kadın, "çocuklar, Harrison Ford'un resmini bile kesip sakladılar." Kadın şunları da eklemişti: "Oysa bu onlar için fazla önem taşımıyor. Adamın biri de *Yıldız Savaşları*'nda oynadığını söylüyor, ama bundan bize ne?"[3] En son, Amerikan Nalbantlar Birliği Genel Müdürü otomobil hakkında bazı haberler okuduğunu, ama kendi örgütünün geleceği açısından bu gelişmenin hiçbir etki yaratmayacağına inandığını söylediği zaman buna benzer bir sonuç çıkarılmıştır.

Official Video Journal'ın Kış 1984 sayısında "The Genesis Project" başlıklı tam sayfa bir ilan vardır. Bu projeyle İncil'in bir sinema dizisi haline getirilmesi hedeflenmektedir. "The New Media Bible" adını taşıyacak olan film 225 saat uzunluğunda olacak ve çeyrek milyar dolara patlayacaktır. Çalışmaları arasında *Cumartesi Gecesi Ateşi* ile *Grease* de bulunan yapımcı John Heyman, bu projeye en çok bağlanan film yapımcılarından birisidir. Heyman'ın, "İncil'e kancayı taktım" dediği aktarılır. En çok *Damdaki Kemancı*'daki Tevye rolüyle tanınan ünlü İsrailli aktör Topol, İbrahim rolünü oynayacaktır. İlanda Tanrı'yı hangi yıldızın oynayacağı be-

3. Akt. *The New York Times*, 7 Haziran 1984, Bölüm A, s. 20.

lirtilmez, ancak, yapımcının geçmişi dikkate alındığında, bu rolü John Travolta'nın üstlenebileceği tahmin edilmektedir.

1983'te Yale Üniversitesi'ndeki diploma törenlerinde biri Teresa Ana'ya olmak üzere çeşitli onur plaketleri dağıtılmıştı. Teresa Ana ve diğer hayırseverlerle bilimciler sırayla ödüllerini alırlarken, izleyiciler hafif bir sabırsızlık gösterisiyle birlikte gerekli yerlerde usulen alkışladılar, çünkü coşku gösterilerini çekingence kenarda bekleyen son ödül sahibine ayırmak istiyorlardı. Teresa Ana'nın başarılarının ayrıntıları bir bir sayıldıkça, pek çok insan koltuğundan kalkıp ünlü kadınla daha yakın olmak amacıyla sahneye geldi. Sonunda Merly Streep adı anons edildiği zaman dinleyicilerden New Haven'ı ayağa kaldıracak kadar çılgınca bir alkış fırtınası koptu. Bob Hope'un başka bir kurumda fahri doktorlukla ödüllendirildiği törende hazır bulunan kişilerden birisi, Dr. Streep'in aldığı alkışların Dr. Hope'unkini geride bıraktığını söylüyordu. Gerek herhangi bir insanın gerekse kalabalık bir kitlenin nasıl memnun edileceğini bilen Yale'deki üniversite yöneticileri, ertesi yılki tören konuşmasını yapmak üzere, bir talk-show programının sunucusu Dick Cavett'ı davet etmişlerdi. Bu yıl da Don Rickles'a İnsani Bilimler Doktorası verileceği ve tören konuşmasını Lola Folana'nın yapacağı söylenmektedir.

1984 başkanlık seçimlerinden önce iki aday televizyonda "tartışma" adı verilen bir programda karşı karşıya geldiler. Bu programların Lincoln-Douglas tartışmalarıyla ya da o adın çağrıştırdığı toplantılarla en ufak bir ilgisi yoktu. Her adaya "Orta Amerika politikamız nedir (ya da ne olacaktır)" gibi soruları yanıtlamaları için beş dakika süre tanınıyordu. Ortaya atılan savları çürütmek için verilen süre ise bir dakikayı geçmiyordu. Bu koşullarda karmaşık anlamlar, belgeleme çabaları ve mantık kuralları bir rol oynayamaz, işin doğrusu, yer yer sözdizimi kuralları bile tamamen unutulurdu. Hiçbir şey önemli değildi. Televizyonun yaptığı en iyi şey, insanların özgün argümanlar ortaya atmaktan ziyade izlenim "bırakma

ya" ilgi duymalarını sağlamaktı. Tartışma sonrası yorumlarda adayların fikirlerinin değerlendirilmesinden büyük ölçüde kaçınılıyordu, zira değerlendirmeye layık tek bir fikir dahi yoktu. Tersine, tartışmalar boks maçları gibi anlaşılıyordu. Geçerli olan soru, "Kim, kimi nakavt etti?" şeklindeydi. Yanıtı belirleyen, insanların "stil"iydi: Nasıl baktıkları, gözlerini nasıl kırpmadıkları, nasıl gülümsedikleri ve nasıl esprili bir karşılık yapıştırdıkları. İkinci tartışmada Başkan Reagan, kendisine yaşı sorulduğunda güzel bir espri yapmıştı. Bunun üzerine, ertesi gün birçok gazetede Ron'un yaptığı şakayla Fritz'i yere serdiği haberi çıktı. Anlaşılan özgür dünyanın lideri Televizyon Çağı'ndaki halk tarafından seçilmektedir.

Bütün bunlardan çıkarabileceğimiz anlam şudur: Bizim kültürümüz işlerin, bilhassa önemli işlerin yürütülmesinde yeni bir yol izlemeye başlamıştır. Her geçen gün gösteri olan şeyler ile olmayan şeyleri birbirinden ayırmak zorlaştıkça kültürümüzün söyleminin niteliği de değişmektedir. Rahiplerimiz, başkanlarımız, cerrahlarımız, avukatlarımız, eğitimcilerimiz ve televizyon habercilerimiz, kendi disiplin alanlarının gerekliliklerini karşılamaktan ziyade iyi bir şovmenliğin gerektirdiği davranışlara kafa yormaktadırlar. Irving Berlin ünlü şarkısının başlığında bir sözcük değiştirmiş olsaydı, Aldous Huxley kadar (daha özlü olmakla birlikte) kâhin olurdu. Yalnızca, "There's No Business But Show Business" (İş Yok, Gösteri Var) dese yeterdi.

7
"Ve Şimdi de..."

Amerikalı mizah yazarı H. Allen Smith, bir seferinde, İngilizcedeki bütün kaygı uyandırıcı sözcükler içerisinde en ürpertici olanın, bir hekimin röntgeninize bakarken çatık kaşlarla ağzından çıkardığı türden "Uh, ah" sözleri olduğunu ileri sürmüştü. Ben de bu bölümün başlığında kullandığım "Ve şimdi de..." sözcüklerinin en az onlar kadar uğursuz çağrışımlar uyandırdığını, çünkü bilhassa kaşlar çatılmadan, üstelik aptalca bir sevinçle telaffuz edilmesinden dolayı bu izlenimin daha güçlü hissedildiğini ileri süreceğim. Bu deyiş, gramerimize yeni bir deyiş, hiçbir şeyle bağlantısı olmayan,

aksine her şeyi her şeyden ayıran bir bağlaç ekler. Ve bu niteliğiyle, günümüz Amerikası'nda kamusal söylemin yerine geçtiği kadarıyla, süreksiz, kesik kesik anlatımların özlü bir metaforu işlevini görür.

"Ve şimdi de..", radyo ve televizyon haberlerinde, o anda dinlediğiniz veya izlediğiniz şeylerden hemen sonra dinlenip izlenecek şeyle ya da daha sonra dinlenip izlenebilecek şeylerle en ufak bir ilintisinin olmadığını göstermek amacıyla yaygın biçimde kullanılan bir sözcüktür. Bu deyiş, yıldırım hızıyla yayılan elektronik medya tarafından şekil verilen bu dünyanın hiçbir düzeni ve anlamı olmadığını, ciddiye alınmaması gerektiğini kabullenmenin bir ifadesidir. Yani, bir haber spikerinin "Ve şimdi de..." sözüyle zihinlerden silinemeyecek kadar vahşi bir cinayet, o kadar yıkıcı bir deprem, o kadar pahalıya patlayan bir gaf –hatta o kadar saç baş yolduran bir maç skoru, o kadar tehdit edici bir hava raporu– yoktur, diyebiliriz. Haber spikeri bu sözle, bir önceki konuya yeterince uzun (yaklaşık kırk beş saniye) zaman ayırdığınızı, daha fazla (diyelim, doksan saniye daha) o konuya kafa takmamanız, dikkatinizi artık, haberlerin ya da reklamın başka bir parçasına yöneltmeniz gerektiğini anlatmaya çalışmaktadır.

"Ve şimdi de..." kavramı temelindeki dünya görüşünü televizyon icat etmedi. Göstermeye çalıştığım gibi, bu, telgraf ile fotografi arasındaki evliliğin ürünüdür. Ancak büyüyüp haylaz bir yetişkin halini alması televizyonun himayesiyle mümkün olmuştur. Zira televizyonda, hemen her yarım saatte bir, içeriği, bağlamı ve duygusuyla dokusuyla bir önceki ya da bir sonraki programdan ayrılan farklı bir program yayımlanır. Kısmen televizyon kendi zamanını dakikalar ve saniyelerle sattığından, kısmen televizyonun sözcüklerden çok görüntülerden yararlanması gerektiğinden, kısmen de televizyon izleyicileri aygıtlarının başına kafalarına estiği gibi geçip ayrılabileceklerinden, programlar, hemen her sekiz dakikalık bölümün başlı başına bir bölüm gibi durabileceği

şekilde yerleştirilir. İzleyicilerin bir programdan diğerine geçerken aynı düşünceleri ya da duyguları muhafaza etmelerine çok ender rastlanır.

Kuşkusuz televizyonda izlenen "günün haberleri"nde "Ve şimdi de..." şeklindeki söylem tarzının en pervasız ve en sıkıcı biçimiyle kullanıldığını görebiliriz. Çünkü televizyonda bize gösterilen yalnızca parça parça haberler değil, aynı zamanda bağlamsız, sonuçsuz, değer yüklü olmayan ve dolayısıyla ciddi bir öz de taşımayan, yani sırf eğlence niyetine aktarılan haberlerdir.

Örneğin, size herhangi bir kanal adına en fazla sayıda insanı televizyon başına toplayabilecek bir haber programı hazırlama fırsatı verilseydi nasıl hareket edeceğinizi getirin gözünüzün önüne. İlk önce, her biri hem "hoş" hem de "güvenilir" yüzlere sahip bir kadro seçersiniz. Aday olanlar gösterişli fotoğraflarıyla birlikte size başvururlar ve siz de bu resimlere bakarak görünüşleri gece programlarına uygun olmayanları elersiniz. Demek ki güzel olmayan, yaşı elliyi geçmiş kadınları, kel erkekleri, aşırı kilolu olan herkesi, burunları fazla uzun ya da gözleri birbirine çok yakın olan bütün adayları kafadan dışlarsınız. Başka bir deyişle, saç biçimleriyle konuşan bir kadro toplamaya çalışırsınız. En azından, yüzleri bir dergi kapağında berbat görünmeyecek olanları istersiniz.

Christine Craft tam da aranan niteliklere sahip bir yüze sahiptir ve buna güvenerek Kansas City'den yayın yapan KMBC-TV kanalında boş bulunan bir sunuculuk kadrosu için başvuru yapar. Daha sonra açılan cins ayrımcılığı davasında onu temsil eden avukatı, KMBC-TV yönetiminin "Christine'in görünüşünü beğendiği" savını dayanak yapmıştır. Anlaşılan Christine Ocak 1981'de işe alınmış, Ağustos 1981'de "yapılan araştırmalar onun görünüşünün 'izleyiciye itici geldiği'ni gösteriyor" gerekçesiyle işten kovulmuştu.[1]

1. Ms. Craft'ın davasıyla ilgili eksiksiz bilgiler için bkz. *The New York Times*, 29 Temmuz 1983.

"İzleyiciye itici gelmek" tam olarak ne demektir? İzleyiciye itici görünmek haber programında da diğer programlarda da aynı şeydir: Ekrana çıkan insana bakmanın izleyicilerin hoşuna gitmemesi. Ayrıca, izleyicilerin ekrandaki sunucuya inanmaması, sunucunun güven duygusu bırakmaması demektir. Teatral bir temsil söz konusu olduğunda ise aktörün, kendisinin oynadığı karakter olduğuna inandıramadığı duygusuna kapılırız. Ama bir haber programında inandırıcı olamamak ne anlama gelebilir? Sunucu hangi karakteri oynamaktadır? Ve gösterinin gerçeğe benzemediğine nasıl karar veririz? İzleyiciler haber spikerinin yalan söylediğine, aktarılan haberin gerçek durumu yansıtmadığına, önemli bir şeyin gizlendiğine hakikaten inanırlar mı?

Durumun gerçekten böyle olabileceğini, bir haberin doğru olarak algılanmasının esas olarak spikerin benimsenmesine bağlı olduğunu düşünmek çok ürkütücü bir şeydir. Antik dünyada kötü haber getirmeyi yasaklamak ya da getirenleri öldürmek gibi bir gelenek vardı. Televizyondaki haber programı da tuhaf bir biçimde bu geleneği geri mi getirmektedir? Anlatıcının yüzüne dikkat etmeyeceğimiz zaman spikerleri bize haber sunmaktan men eder miyiz? Televizyon, bir zamanlar *ad hominem** savların safsatadan öteye gitmediği konusundaki uyarıları geçersizleştirmekte midir?

Bu soruların herhangi birine koşullu olsa bile "Evet" yanıtını veriyorsak, o zaman burada epistemologların üzerinde durması gereken bir sorun var demektir. Bunu en basit biçimiyle ifade edersek, televizyon şu çerçevede yeni bir hakikat tanımı sunar (ya da muhtemelen, eski bir tanımı yeniden gündeme getirir): Bir önermenin doğruluğunun nihai ölçütü anlatıcının güvenilirliğidir. Buradaki "güvenilirlik" sözcüğüyle anlatılan, anlatıcının gerçekliği sınayan katı ölçütleri başarıyla atlatan açıklamalar yapmadaki sicili değildir. Burada kastedilen, aktörün/muhabirin uyandırdığı içtenlik, sahicilik,

* (Lat.) İnsanların önyargılarına ve duygularına hitap eden. (ç.n.)

hassaslık ya da çekicilik (bunlardan istediğiniz birini veya birkaçını seçebilirsiniz) izlenimidir yalnızca.

Çok önemli bir meseledir bu; zira hakikatin televizyondaki haber programlarında nasıl algılandığı sorununun ötesine gider. Televizyonda hakikati iletmenin kesin ölçütü olarak gerçekliğin yerini güvenilirlik almışsa, politik liderler, icraatlarının tutarlı biçimde gerçeğe yakın olma duygusu uyandırması koşuluyla, gerçekliğin kendisine kafa yorma zahmetine katlanmaya fazla gerek duymazlar. Örneğin, şu anda Richard Nixon'ın ismini lekelemiş olan onursuzluğun, kendisinin yalan söylemesinden değil, televizyonda yalancı görüntüsü sunmasından kaynaklandığını düşünüyorum. Eğer doğruysa, kimseyi, hatta koyu Nixon düşmanlarını bile rahatlatmaz bu. Çünkü bunun alternatifleri ya bir yalancı gibi görünüp hakikati söylüyor olmak ya da, daha kötüsü, hakikati söylüyor gibi görünüp aslında yalan söylüyor olmaktır.

Televizyonda bir haber programı hazırlanması istenen biri olarak bunların hepsinin farkında olur ve kendi kadronuzu David Merrick ile diğer başarılı emprezaryoların yararlandıkları ölçütler temelinde oluşturmaya özen gösterirsiniz. Onlar gibi siz de dikkatinizi, eğlence dozunu en fazlaya çıkaran ilkelere göre programı hazırlamaya yoğunlaştırırsınız. Örneğin, program için bir müzikal tema seçersiniz. Bütün haber programları müzikle başlar, biter ve gene müzik eşliğinde ara verilir. Bu uygulamayı tuhaf bulan çok az Amerikalıyla karşılaşmışımdır ve bu saptamamı, ciddi kamusal söylem ile eğlence arasındaki ayrım çizgilerinin silinmesinin bir kanıtı sayarım. Müziğin haberle ne ilgisi vardır? Niçin haber programına müzik konur? Haber programına müzik konmasının nedeni, tiyatro oyununa ve sinema filmine müzik konmasıyla aynıdır: Eğlenceye uygun bir ruh hali yaratıp bir leitmotif sunmak. Eğer müzik olmasaydı –flaş bir haberle kesilen herhangi bir televizyon programında olduğu gibi– izleyiciler hakikaten dehşet verici, belki yaşamlarının bile değişmesini gerektiren bir haber

dinlemeyi beklerlerdi. Ama programın çerçevesi müzikle çizildiği sürece, izleyici ciddi biçimde dehşete düşülecek bir şey olmadığını, aslında aktarılan haberlerin gerçeklikle ilgisinin bir oyundaki sahnelerden farksız olduğuna inanma konusunda gönlü rahat olur.

Bir haber programının, içeriği ağırlıkla eğlenceye uygun olarak tasarlanmış stilize bir dramatik temsil gibi algılanması, başka özelliklerle (bunlar arasında bir öykünün ortalama uzunluğunun kırk beş saniye sürmesi de vardır) pekiştirilmektedir. Kısalık her zaman saçmalamayı akla getirmemekle birlikte, bu örnekte açıkça böyle olmaktadır. Ciddilik duygusunu, yansımaları bir dakikadan daha az bir zamanda tükenen bir olayla iletmek mümkün değildir. Aslında, TV haberlerinde, herhangi bir öykünün herhangi bir sonucunun bulunması türünden bir şey önerme niyeti taşınmadığı çok açıktır; zira bu, izleyicilerin o konuyu zihinlerinde taşımaya devam etmelerini gerektirecek ve buna bağlı olarak izleyicilerin dikkatlerini her an yayına hazır bekleyen bir sonraki habere yöneltmelerini engelleyecektir. İzleyicilere, her koşulda bir film uzunluğunda olacağından bir sonraki haberden kopmalarına da fazla zaman tanınmaz. Resimli görüntülerin sözcükleri ve kısa süreli iç gözlemleri gölgede bırakmasında fazla güçlük çekilmez. Siz de bir televizyon yapımcısı olarak, görsel malzemeyle desteklenen bir olaya öncelik tanıyıp onu işlemekten şaşmayacaksınız. Bir polis karakoluna getirilen bir cinayet zanlısı, aldatılmış bir tüketicinin kızgın suratı, Niyagara Şelalesi'ne atılan ve içinde bir adam olduğu iddia edilen bir fıçı, Beyaz Saray'ın yeşil bahçesine bir helikopterle inen Başkan; bunlar her zaman için etkileyici ya da eğlendirici görüntülerdir ve bir eğlence programının içeriğine kolayca uygun düşerler. Kuşkusuz, bir haberde anlatılan şeyin fiilen görüntülerle belgelenmesi zorunlu değildir. Böyle görüntülerin halkın bilincini işgal etmeleri de zorunlu değildir. Her televizyon yapımcısının iyi bildiği gibi, filme almak her zaman geçerli bir kuraldır.

Ayrıca, haber spikerlerinin görüntü parçalarının ön ya da son konuşmalarını yaparken suratlarını buruşturmak ya da ürpermek üzere ara vermemeleri de gerçekdışılık dozunu yüksek tutmakta büyük katkısı olan bir harekettir. Gerçekten, pek çok haber spikeri okudukları haberin anlamını kavramaktan uzak görünmekte, depremleri, toplu katliamları ve diğer felaketleri aktarırken sevinçli bir coşkuyla dolu yüz ifadelerini hiç değiştirmemektedirler. Spikerlerin herhangi bir şekilde kaygılı ya da dehşete kapılmış görünmeleri izleyicileri de endişelendirir. İzleyiciler, "Ve şimdi de..." kültüründe haber spikerlerinin ortaklarıdır ve spikerlerden, çok az ciddileşen, ama sahici bir kavrayış gücüne de sahip olan bir karakter rolünü iyi oynamalarını beklerler. Tiyatroya giden birinin sahnedeki karakter mahallede bir katil dolaştığını söyledi diye hemen evini aramak için telefona sarılması gibi, haberleri izleyen birinin de verdiği tepkilerde hiçbir gerçeklik hissi olmayacaktır.

İzleyiciler, haberlerden bir tanesinin çok ciddi görünmesinin önemli olmadığını da bilirler (örneğin, bu satırları yazdığım günlerde, Donanma'dan bir general Amerika Birleşik Devletleri ile Rusya arasında nükleer savaşın kaçınılmaz olduğunu ilan etmiştir). Demek istediğim, bir haberin hemen arkasından bir reklam kuşağı gelecek, bir anda haberlerin etkisi silinecek, hatta büyük ölçüde bayatlayacaktır. Bu özellik bir haber programının yapısında anahtar bir unsurdur ve bu niteliğiyle televizyon haberlerinin ciddi bir kamusal söylem biçimi şeklinde hazırlandığı iddialarını çürütür. Eğer ben de şu satırı yazarken konuya ara verecek, tartışmama ileride devam edeceğimi söyleyip United Airlines ya da Chase Manhattan Bank lehine birkaç laf edeceğimi aktaracak olsaydım, benim ve kitabım hakkında neler düşüneceğinizi getirin bir zihninize. Haklı olarak benim size saygı duymadığımı, işlediğim konuya ise hiç saygım olmadığını düşünürsünüz. Ve eğer bunu bir kere değil, her bölümde defalarca yapmış olsaydım, yazdığım hiçbir şeyin dikkate değer olmadığı kanısına varır-

dınız. Öyleyse aynı durumda bir haber programını önemsiz bulmamamızın nedeni nedir? Bunun nedeni, eminim, kitaplardan, hatta diğer araçlardan (sinema gibi) anlatının tonunda bir tutarlılık, içerikte bir süreklilik beklerken, televizyondan, özellikle haber programlarından yana böyle bir beklentimizin olmamasıdır. Televizyonun kopuk kopuk programlarına o kadar alışmış durumdayız ki, bir muhabirin nükleer bir savaşın kaçınılmaz olduğu haberini verdikten hemen sonra "... ve şimdi de reklamlar..." demesine hiç şaşırmayız artık. Haberlerle reklamların bu şekilde yan yana konmasının dünyamızı ciddi bir yer olarak yorumlayışımıza yaptığı zararı abartmış olmamız pek mümkün değildir. Zarar, özellikle dünyaya nasıl tepki göstereceklerinin ipuçlarını çoğunlukla televizyondan alan genç izleyiciler açısından büyüktür. Gençler, televizyon haberlerini izlerken, diğer kesimlerden daha fazla, zulüm ve ölüm haberlerinin büyük ölçüde abartılı olduğunu ve ne olursa olsun ciddiye alınmasına ya da sağduyulu bir tepkiyle karşılanmasına gerek olmadığını varsayan bir epistemolojinin etkisine girmektedirler.

Bu konuda, bir televizyon haber programının sürrealist çerçevesinde, mantığı, aklı, ardışıklığı ve çelişki kurallarını terk eden bir söylem tipini öne çıkaran bir anti-iletişim kuralı yattığını söyleyecek kadar ileriye gitmem gerekiyor. Bence bu kurama verilen isim estetikte Dadaizm, felsefede nihilizm, psikiyatride şizofrenidir. Tiyatronun sözlüğünde ise vodvil olarak bilinir.

Sorunu abarttığımı düşünenler için, "MacNeil-Lehrer Newshour" programının yönetmen ve sunucularından Robert McNeil'in televizyon haberi tanımına bakmalarını öneririm: "Temel fikir" der MacNeil, "her şeyi kısa tutmak, kimsenin dikkatini dağıtmamak, ama onun yerine varyeteyle, yeniliklerle, hareketle durmadan tahrik etmektir... Hiçbir konsepte, hiçbir karaktere ve hiçbir probleme birkaç saniyeden daha fazla dikkat ayırmanız gerekmez."[2] MacNeil şöyle

2. MacNeil, s. 2.

devam eder: "Bir haber programını denetlemenin koşulları, en iyi haberin bir lokmalık olması, karmaşıklıktan muhakkak kaçınılması, nüansların atlanması, tek tek özelliklerin sıralanmasının basit mesaj iletmeyi zorlaştırması, düşüncenin yerini görsel uyarıcılığın alması, doğru sözlülüğün bir anakronizm olmasıdır."[3]

Robert McNeil'in televizyon haber programının bir vodvil temsiline benzediğinde ısrar etmesi için herkesten fazla nedeni vardır. "MacNeil-Lehrer Newshour", tipografik söylem unsurlarının bir kısmını televizyona taşımayı amaçlayan alışılmadık ve güzel bir denemedir. Program görsel uyarıcılardan uzak durur, ağırlıkla olaylara ilişkin geniş açıklamalardan ve ayrıntılı röportajlardan (en fazla beş-on dakika sürse bile) oluşturulur, yer verilen konuların sayısı sınırlı tutulur, arka planları yansıtıp tutarlı olmaya daha fazla ağırlık verilir. Ne var ki televizyon, MacNeil'in bir gösteri formatını reddetmesinin bedelini ödetmiştir. Televizyon standartlarına göre izleyici kitlesi çok dar olan program genel televizyon kanallarına hapsolmuştur ve MacNeil ile Lehrer'in toplam ücretlerinin Dan Rather'ın ya da Tom Brokaw'ın aldığı ücretin beşte biri olması da bunu doğrulayan bir göstergedir.

Ticari bir kanala hazırlanan bir haber programının yapımcısı olsaydınız, televizyonun gerektirdiği özelliklere gözünüzü kapatmayı tercih etmezdiniz. Çünkü ticari bir kanala haber programı hazırlama işi, sizden, mümkün olan en geniş izleyici kitlesine ulaşmaya çaba harcamanızı ve sonuçta, bütün iyi niyetinize rağmen, MacNeil'in tanımına çok benzeyen bir program ortaya çıkarmanızı talep ederdi. Dahası, MacNeil'in anmadığı bazı öğeleri de dahil ederdiniz programa. Haber muhabirlerinizden ünlü kişiler yaratmaya çalışır; hem basında hem televizyonda programın reklamını yapar; izleyicileri cezp edecek "haber özetleri" hazırlar; mizah bölümü olarak bir meteoroloji uzmanı ile dili bir nebze argoya kaçan bir spor

3. MacNeil, s. 4.

muhabiri bulur (bu, sıradan biracı insanlarla ilişki kurmanın bir yoludur); kısacası, bütün programı, eğlence sektöründeki herhangi bir yapımcının tercih edebileceği türden bir paket biçimine sokardınız.

Toparlarsak, Amerikalıların Batı dünyasında en iyi eğlenen ve büyük olasılıkla en az bilgili halk olduğunu söyleyebiliriz. Bu saptamayı, televizyonun, dünyaya açılan bir pencere olarak, Amerikalıları bilgiye boğduğu şeklindeki yaygın inanışa rağmen yapıyorum. Bu konu elbette daha çok, bilgilenmek derken neyin kastedildiğine bağlıdır. Herhangi bir anda yurttaşlarımızın yüzde 70'inin Dışişleri Bakanı'nın ya da Yüksek Mahkeme Başyargıcı'nın kim olduğunu bilmediklerini gösteren anketlerin üzerinde durmayacağım. Onun yerine, "İran Rehine Krizi" adı verilen drama sırasında İran'la yaşanan gerginliği ele alalım. Yıllardan beri televizyonda bundan daha aralıksız biçimde takip edilen başka bir olay olduğunu sanmıyorum. Bu durumda, Amerikalıların bu talihsiz olay hakkında bilinebilecek şeylerin çoğundan haberdar olduklarını varsayabiliriz. Ve bu varsayımla şu soruyu yönelteyim: Yüz Amerikalı içinde bir tanesinin dahi, İranlıların hangi dili konuştuğunu, "Ayetullah" sözcüğünün ne demek olduğunu ya da neyi içerdiğini, İranlıların dinsel inançlarının ilkelerinin ayrıntılarını, politik tarihlerinin ana çizgilerini, Şah'ın kim olduğunu ya da hangi kökenden geldiğini bilmediğini söylemek abartı olur mu?

Gene de herkesin bir fikri vardı; zaten Amerika'da herkes bir düşünceye eğilimlidir ve bir anketör gelip sorular sorduğunda söyleyecek birkaç söze sahip olmakta yarar vardır. Ancak bu düşünceler, on sekizinci ya da on dokuzuncu yüzyılların düşüncelerinden çok farklıdır. Anketörlerin de yansıttığı gibi, haftadan haftaya değişmelerine bakarsak bunlara düşüncelerden ziyade duygular demek herhalde daha doğru olur. Burada yaşanan süreç, televizyonun, esasen *dezenformasyon* denebilecek bir enformasyon türü yaratarak "bilgilenme"nin anlamında değişiklik yapmasıdır. Ben bu

sözcüğü hemen hemen tam da CIA ya da KGB casuslarının kullandıkları anlamıyla alıyorum. Dezenformasyon yanlış enformasyon demek değildir. Dezenformasyon, yanıltıcı (yersiz, ilgisiz, parçalı ya da yüzeysel) enformasyon, yani insanda bir şey hakkında bilgi sahibi olma illüzyonu yaratan, oysa aslında insanı bilgilenmekten uzaklaştıran enformasyon demektir. Bunu söylerken, televizyon haberlerinin kasıtlı olarak Amerikalıların yaşadıkları dünyaya ilişkin tutarlı, bağlamsal bir anlayış sahibi olmalarını engellemeyi hedeflediğini kastediyor değilim. Benim demek istediğim, haberler eğlence biçiminde paketlendiği zaman, bu sonucun kaçınılmaz bir son olduğudur. Ve televizyon haberlerinin bizi eğlendirdiği, ama bilgilendirmediğini söyleyerek, bizim gerçek enformasyonlardan yoksun kalmamızdan çok daha ciddi bir duruma parmak basıyorum. İyi bilgileri yansıtan verileri artık, ayırt edemediğimizi söylüyorum. Cehalet daima düzeltilebilir bir durumdur. Ancak cehaleti bilgi olarak kabul ettiğimiz zaman ne yapabiliriz?

Şimdi bu sürecin bizi nasıl çileden çıkardığını gösteren çarpıcı bir örnek sunalım. 15 Şubat 1983 tarihli *New York Times*'ta çıkan bir makalenin başlığı şöyleydi:

REAGAN'IN YANLIŞ AÇIKLAMALARI
DAHA AZ DİKKAT ÇEKİYOR

Söz konusu makale şöyle başlar:

> Başkan Reagan'ın yardımcıları, onun kendi izlediği politikalar ya da genelde güncel olaylar üzerine çelişkili, belki de yanıltıcı açıklamalarda bulunduğu uyarılarına karşı paniğe kapılıyorlar. Oysa bu çok fazla sorun yaratmıyor.
>
> İşin doğrusu, Başkan tartışmalı savlar ortaya atmayı sürdürüyor, ama gazetelerde çıkan haberlerde bu savlara eskisi kadar geniş yer verilmiyor. Beyaz Saray yetkililerine bakılırsa, Başkan'ın açıklamalarıyla ilgili olarak çıkan haberlerin azalması *kamuoyunun ilgisinin azalmasının* bir yansıması. (Altını ben çizdim.)

Bu yazı, bir haber metni olmaktan ziyade haberler hakkında bir metindir; yakın tarihimize bakarsak, Ronald Reagan'ın etkileme gücü hakkında değil, haberlerin nasıl tanımlandığını gösteren bir metindir. Bence geçmiş çağların kamusal özgürlükçüleri ile tiranları böyle bir metni okuduklarında hayretten donakalırlardı. Örneğin Walter Lippmann 1920'de şu satırları yazıyordu: "Yalanı ortaya çıkaran bir araca sahip olmayan bir topluluk özgürlüğe kavuşamaz." Lippmann, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıla özgü kamusal söylem düzeyine yeniden ulaşabilmemiz konusunda kötümserliğini korumakla birlikte, iyi yetişmiş bir basın topluluğu yalanları ortaya çıkarıcı bir işlev görürse, Başkan'ın hakikatleri çarpıtmasına halkın göstereceği tepkinin her iki anlamıyla da kışkırtılacağını düşünüyordu (ondan önce Thomas Jefferson da bu doğrultuda bir inanca sahipti). Lippmann'a göre, yalanları ortaya çıkarabilecek bir araca sahip olan bir halk yalanların sonuçlarına kayıtsız kalamaz.

Gelgelelim yukarıdaki örnek Lippmann'ın varsayımını çürütmektedir. Beyaz Saray'da çöreklenmiş muhabirler aslında söylenen yalanları açığa çıkarmaya hazırdırlar ve bunu başarabilecek, dolayısıyla bilgili ve kızgın bir kamuoyu yaratabilecek durumdadırlar. Ne var ki halkın ilgisinin giderek düştüğü gözlenmektedir. Kamuoyu, Beyaz Saray'ın yalanlarına ilişkin haberlere Kraliçe Viktorya'nın ünlü sözüyle tepki göstermiştir: "Bize eğlenceli gelmiyor." Gene de yüz yıl kadar aynı sözcüklerle bugün ifade edilmek istenen anlamla, Kraliçe'nin kafasındaki anlam arasında dağlar kadar fark vardır. Günümüz insanlarının aklındaki, eğlenceli olmayan şeylerin kendilerine ilginç gelmeyeceğidir. Öyle görülüyor ki Başkan'ın yalanları görüntülerle ve müzik eşliğinde kanıtlanabilse insanlar merakla televizyon başına geçeceklerdir. Başkan'ın hükümet politikasıyla ilgili yanıltıcı açıklamalarından hareketle *Başkanın Bütün Adamları* gibi bir film yapılabilmişse, ekranda kirli parayı aklayan karanlık insanlar ya da bir eve zorla girilmesi gibi olaylar gösteriliyorsa,

bu görüntüler herhalde bir hayli ilgi toplayacaktır. Başkan Nixon'ın, söylediği yalanlar Watergate duruşmalarında teatral bir ortamda yayımlanana kadar paniğe kapılmadığını aklımızdan çıkarmasak iyi ederiz. Anlaşılan Başkan'ın bütün yaptığı, tamamen doğru olmayan şeyleri *söylemektir*. Ve bunun eğlenceli bir tarafı yoktur...

Ancak burada vurgulanması gereken daha ince bir nokta vardır. Başkan'ın "yanlış açıklamaları"nın pek çoğu çelişkili açıklama (yani, hem aynı bağlamda hem de doğru olması mümkün görülmeyen, birbirini dışlayan açıklamalar) kategorisine girer. Bu saptamada kilit görevini "aynı bağlamda" deyişi görür, çünkü çelişkiyi tanımlayan bağlamdır. Bir insanın portakalı elmaya ya da elmayı portakala tercih ettiğini söylemesinin (eğer açıklamalardan ilki bir duvar kâğıdı seçerken, diğeri de tatlıya konulacak meyva seçiminde yapılmamışsa tabii) hiçbir önemi yoktur. Böyle bir örnekte birbirine zıt, ama çelişkili olmayan açıklamalardan söz edebiliriz. Ama açıklamalar tek, sürekli ve bütünlüklü bir bağlamda yapılmışsa, o zaman ortada bir çelişki vardır ve her iki açıklamanın da doğru olması mümkün değildir. Kısacası çelişki, açıklamaların ve olayların, sürekli ve bütünlüklü bir bağlamın birbiriyle ilintili boyutları olarak algılanmasını gerektirir. Bağlamı ortadan kaldırır ya da parçalara ayırırsanız çelişki de ortadan kalkar. Bence bu noktanın en çıplak biçimde görülebileceği yer, genç öğrencilerimle yazdıkları yazılarla ilgili olarak yaptığım toplantılardır. "Buraya bakın" derim, "bu paragrafta bir şey söylemişsiniz. Şu paragrafta ise tam tersini söylüyorsunuz. Nasıl oluyor bu?" Oldukça nazik çocuklardır, söylediklerim için teşekkür etmek isterler, ama onlar bu soru karşısında nasıl bocalamışlarsa, ben de aldığım şu yanıtla bocalarım: "Biliyoruz" diyeceklerdir, "ama onun yeri *orası*, bununki *burası*." Onlarla aramdaki farklılık, benim "orada" ve "burada"yı, "şimdi" ve "o zaman"ı, birbiriyle ilişkili olan, aralarında bir süreklilik arz eden, aynı bütünlüklü düşünce dünyasının bir parçası oldukları şeklinde

kavramamdır. Tipografik söylemin izleyeceği yol budur ve tipografi, öğrencilerimin sözleriyle, benim "geldiğim" evrendir. Oysa onlar tamamıyla farklı bir söylem evreninden, "Ve şimdi de..." deyişiyle şekillenmiş bir televizyon dünyasından gelmektedirler. O dünyanın temel varsayımı tutarlılık değil, süreksizliktir. Ve süreksizliklerle şekillenen bir dünyada hakikatin ya da faziletin bir ölçütü olarak çelişkiye başvurmakta hiçbir yarar yoktur, çünkü çelişki yoktur.

Benim söyleyeceğim şudur: "Ve şimdi de..." deyişi ekseninde yükselen haber dünyasına –olayların ayrı ayrı sunulduğu, geçmişle, gelecekle ya da diğer olaylarla bütün bağlarının koparıldığı parça parça bir dünya– o kadar eksiksiz bir uyum sağlamış durumdayız ki, tutarlı olmayı gerektiren varsayımların hiçbir temeli kalmamıştır. Dolayısıyla çelişkiyi besleyen bir ortam da kalmamıştır. Deyiş yerindeyse, *bağlamsız* bir bağlamda çelişkiye rastlayamazsınız. Çelişki olmayınca da Başkan'ın *şimdi* söyledikleri ile *geçmişte* söylediklerinin bir dökümünü yapmak kime ilginç gelebilir? Böyle bir şeye kalkışmak rafa kalkmış bir sorunu yeniden ortaya koymaktan öte bir anlam taşımaz ve bunda ne ilginç ne de eğlendirici bir yan vardır. Eğlenceli olabilecek tek şey, muhabirlerin halkın kayıtsızlığı karşısında bocalamalarıdır. Dünyayı parçalara ayırmış grubun, o parçaları tekrar bir araya getirmeye çalışırken, buna kimsenin aldırış etmemesine şaşırması başlı başına bir ironidir.

George Orwell, keskin zekâsına karşın, böyle bir durumla karşılaşınca ne yapacağını bilemezdi; sunduğumuz tablonun "Orwellcı" hiçbir özelliği yoktur. Basın Başkan'ın oyuncağı değildir. *The New York Times* ve *The Washington Post, Pravda* değildir; Associated Press de Tass değildir. Ve burada Yenikonuş* diliyle konuşulmaz. Yalanlara hakikat, hakikatlere yalan gözüyle bakılmaz. Yalnızca halkın tutarsızlığa uyum sağlamış olmasından, kayıtsızlıkla eğlenmesinden söz edilebilir. Bu yüzden Aldous Huxley böyle bir manzara karşısında

en ufak bir şaşkınlık duymazdı. Aslında Huxley'in kehanette bulunduğu gelecek buydu. Huxley, Batı demokrasilerinin tek sıra halinde ve kelepçeli olarak yürüyüş kolunda denetimi içlerine sindirmektense, dans ederek ve hayal kurarak unutmayı tercih etmelerinin çok daha muhtemel olduğuna inanıyordu. Huxley, Orwell'ın kavramadığı bir noktayı, teknolojik yeniliklerle beyni uyuşmuş ve çelişkiye karşı duyarsız bir topluluktan herhangi bir şey gizlemenin gerekmediğini kavramıştı. Huxley en gözde uyuşturucumuzun televizyon olacağı yönünde bir söz sarf etmemekle birlikte, Robert Mac Neil'in "Televizyon, Aldous Huxley'in *Brave New World*'ünün gövdesidir" şeklindeki gözlemini gözü kapalı onaylardı. Büyük Birader Howdy Doody olmuştur.

Kamuoyuna yönelik enformasyonların önemsizleşmesinin tamamen televizyonun eseri olduğunu söylüyor değilim. Benim anlatmaya çalıştığım, televizyonun bizim kamusal enformasyon anlayışımızın paradigmasını oluşturduğudur. Matbaanın daha önceki başarısına paralel olarak, televizyon da haberin hangi biçimle sunulmasının gerekli olduğunu belirleme gücüne ulaşmıştır ve bizim buna nasıl tepki göstereceğimizi de kendisi belirlemektedir. Televizyon, haberleri bize vodvil paketine sokulmuş haliyle sunarken, diğer iletişim araçlarını da aynısını yapmaya zorlamakta, böylece enformasyon ortamı bütünüyle televizyonu yansıtacak biçimde şekillenmektedir.

Örneğin, Amerika'nın en yeni ve oldukça başarılı ulusal gazetesi *USA Today*, tamamen televizyon formatını model almıştır. Sokakta, şekli televizyon aygıtlarına benzeyen poşetlerde satılır. İçindeki haberler olağanüstü derecede kısadır, tasarımı ağırlıkla resimlere, çizelgelere ve diğer grafiklere –çeşitli renklerde– dayanmaktadır. Hava haritaları görsel bir haz verir; spor sayfası bir bilgisayarı eğlendirecek yararsız

* Orwell'ın *1984* romanında, Okyanusya'nın resmi dili olarak kullanılan Yeniköşe'la, sözcük dağarcığı bir hayli daralmış olan İngiliz sosyalizminin ideolojik gereksinimlerini karşılayan yapay dil kastedilmektedir. (ç.n.)

istatistiklerle doludur. Sonuçta, Eylül 1982'de yayın yaşamına atılmış olan *USA Today*, Temmuz 1984 tarihli Audit Bureau of Circulations sayılarına göre, kısa sürede *Daily News*'u ve *Wall Street Journal*'ı yakalayarak ABD'deki en büyük üçüncü günlük gazete haline gelmiştir. Daha geleneksel kafalı gazeteciler *USA Today*'i yüzeysel ve gösterişli içeriğinden dolayı eleştirirken, gazetenin editörleri tipografik ölçütlere uymamakta direnmektedirler. Gazetenin başeditörü John Quinn şunları söylemiştir. "Biz ödül kazanabilecek boyutta projelere girişemiyoruz. En iyi araştırma paragrafına ödül vermiyorlar."[4] Bu sözlerde, televizyonun epistemolojisinin rezonansının olağanüstü bir örneğini yakalarız: Televizyon çağında basılı yayınlardaki haberlerin asli birimi artık paragraf olmaktadır. Kaldı ki Mr. Quinn'in ödülsüz kalmaya uzun boylu üzülmesine gerek yoktur. Dönüşüme diğer gazeteler de katıldıkça, ödüllerin en iyi cümlelere verileceği günler çok uzakta değildir.

Dikkat edilmesi gereken başka bir nokta, *People* ve *US* gibi başarılı dergilerin, televizyonun yön verdiği basılı yayınların tipik örnekleri olmalarının yanı sıra bizzat televizyon üzerinde olağanüstü derecede "ateşleyici" bir etkide bulunmalarıdır. Televizyon dergilere haberlerin eğlenceden ibaret olduğunu öğretmişken, dergiler de televizyona eğlenceden başka hiçbir şeyin haber olmadığını öğretmektedir. "Entertainment Tonight" gibi televizyon programları komedyenler ile ünlü kişiler hakkındaki bilgileri "ciddi" bir kültürel içerikle donatmakta, dolayısıyla çember iyice kapanmaktadır: Haberlerin hem biçimi hem içeriği eğlenceye dönüşmektedir.

Radyo, hiç kuşkusuz, Huxleyci teknolojik uyuşturucu dünyasına düşme olasılığı en az olan araçtır (medium). Radyo öncelikle de rasyonel, karmaşık sözlerin iletilmesine uygun bir araçtır. Bununla birlikte ve radyonun müzik sanayiinin büyüleyici etkisine girmesini bir kenara bıraksak bile, radyonun işitmemize izin verdiği dilin giderek ilkelleştiği,

4. Bkz. *Time*, 9 Temmuz 1984, s. 69.

bölük pörçük hale geldiği ve büyük ölçüde içtepileri ayağa kaldırmayı amaçladığı (dolayısıyla, bu dil, radyonun temel gelir kaynağı olan her yerde hazır ve nazır rock müziğin dilsel bir analogudur) gibi ürpertici bir gerçekle baş başa kalmaktayız. İzleyicilerle telefonla bağlantı kurarak hazırlanan programlardaki eğilim, "sunucular"ın telefonla arayanlardan konuşmaları homurdanmayı andıran kişileri aşağılamaları yönündedir. Bu tür programlarda içerik hemen hemen sıfırdır ve Neanderthal insanlar arasındaki diyalogların neye benzeyebileceğini aklımıza getirdiğini düşünürsek herhalde arkeologların ilgisine değerdir. Bundan başka, radyo haberlerinin dili televizyonun etkisiyle giderek bağlamsız ve süreksiz hale gelmekte, böylece insanların dünya hakkında bilgi sahibi olmaları –olup bitenlere bir anlamıyla kulak misafiri olmanın dışında– fiilen engellenmektedir. New York City'deki WINS radyo kanalı, "Bize yirmi iki dakikanızı ayırın, size dünyayı verelim" sloganıyla dinleyicilerine neredeyse yalvarmaktadır. Bu sözler herhangi bir ironi izi olmadan telaffuz edilmekte, daha kötüsü radyonun dinleyicileri de bu slogana kafadan çatlak bir insanın düşüncesi diye bakmaktadırlar.

Demek ki hızla, doğru bir adlandırmayla önemsiz şeylerin peşinde koşturmak diyebileceğimiz bir enformasyon ortamına doğru yol almaktayız. Bu isim oyunu eğlence kaynağı olarak gerçek olgulardan yararlandıkça, haber kaynaklarımız da oyunun parçaları olmaktadır. Bir kültürün yanlış enformasyona ve sahte düşüncelere rağmen ayakta kaldığı defalarca kanıtlanmıştır. Ama bir kültürün, dünyanın yirmi iki dakikayla ölçüldüğü ya da haberlerinin değeri arttırdığı kahkahaların sayısıyla belirlendiği zaman ayakta kalıp kalamayacağı henüz kanıtlanmış değildir.

8
Beytüllahm'dan* Kurtulmak

Televizyonda Rahip Terry adıyla boy gösteren evangelist bir vaiz vardır. Görünüşe bakılırsa elli yaşlarının başında olan ve bir kuaförü andıran rahip enerjik ve samimidir; ilk dönemindeki Milton Berle'i örnek alan bir stilde vaaz vermektedir. Kamera onlara çevrildiğinde dinleyicileri hep gülerek tepki vermektedirler. Yani onun dinleyicilerini, biraz daha temiz ve daha iyi görünüşlü olmaları dışında, diyelim Las Vegas'taki Sands Hotel'de kalan bir topluluktan ayırt etmek

* Kudüs yakınlarında bulunan, İslam geleneğine göre İsa'nın doğmuş olduğuna inanılan şehir. (ç.n.)

çok güçtür. Rahip Terry hem dinleyicilerini hem de "evde" izleyenleri Hazreti İsa'yı öğrenerek yollarını değiştirmeye ikna etmeye çalışmaktadır. Bu doğrultuda ikili bir amaca hizmet eden bir kampanya önerir: Bir yandan onları İsa'ya biraz daha yaklaştırırken, öbür yandan banka hesabının nasıl kabartılacağı konusunda öğütler verip durmaktadır. Bu yaklaşım, izleyicilerini son derece mutlu eder ve onların dinin asıl amacının refah olduğuna inanma eğilimlerini onaylar. Ama herhalde Tanrı aynı fikirde değildir. Bu yüzden Rahip Terry, şu satırların yazıldığı sırada teslim bayrağını çekip hizmetlerini geçici olarak durdurmak zorunda kalmıştır.

Pat Robertson, ayda on beş dolar ödeyerek izleyebileceğiniz türde bir televizyon programı ve dinsel organizasyon olan, oldukça başarılı "700 Club" törenlerinin yöneticisidir. (Kuşkusuz kablolu televizyona bağlı olan herkes bu programı ücretsiz izleyebilir.) Rahip Robertson konuşmasını Rahip Terry'ninkinden çok daha düşük sayıda bir toplulukla yapar. Mütevazı, akıllı biridir ve televizyon izleyicilerinin serinkanlı bir talk-show sunucusuna yakıştırabileceği çekicilikte bir yüzü vardır. Dindarlığa seslenişi, en azından televizyon açısından, Rahip Terry'ninkinden biraz daha inceliklidir. İletişim kurma modeli olarak "Entertainment Tonight"ı örnek almaktadır. Programında röportajlara, şarkıcılara ve iman tazelemiş Hıristiyanlar olan komedyenlerle banda alınmış bölümlere yer verir. Örneğin, Don Ho'nun Hawai çekiminde korocu kızların hepsi iman tazelemiş Hıristiyanlardır ve bir bölümde onları (aynı zamanda olmamakla birlikte) hem dua ederken hem de sahnede izleyebiliriz. Ayrıca, umutsuzluğun eşiğine sürüklenmiş olan ve o noktadan 700 Club sayesinde kurtulan kişilerin banda alınmış görüntüleri de gösterilir. Bu tür insanlar ustalıkla hazırlanmış bir belgesel dramada rol yapıyormuş gibi konuşurlar. Bunlardan birinde, kaygılarından kurtulamadığı için yıkılmış bir kadın gösterilir. Kadın bir eş olarak görevlerini yerine getirememektedir. İzlediği televizyon programları ile filmlerden dünyada korkunun

her yanı sarmış olduğu vehmine kapılır. Derken paranoya girdabına yakalanır. Kendi çocuklarının onu öldürmeye çalıştıklarına bile inanmaya başlar. Çekim ilerledikçe, onu 700 Club'ün gösterildiği televizyon aygıtının önünde görürüz. Programda verilen mesajlar ilgisini çeker. Ve İsa'nın kalbine girmesine izin verir. Artık kurtulmuştur. Gösterinin sonunda onu sakin ve neşeli bir halde işine giderken, gözleri huzurla parlayan bir görüntüyle izleriz. Buradan hareketle 700 Club programının onu iki kere, ilkin İsa'nın huzuruna çıkararak, ikincisi onu bir televizyon yıldızı yaparak aşkınlık katına yükselttiğini söyleyebiliriz. Gelgelelim, üyeliğe kabul edilmemişler açısından hangisinin daha cazip bir mertebe olduğu tam olarak açık değildir.

Her 700 Club programının sonuna doğru ertesi gün nerede olunacağı anons edilir. Bir sürü yere gidilmektedir. Program şu sözle sona erer: "Yarın 700 Club'de şunlar şunlar.. vardır."

Jimm Swaggart bir parça daha eski stili olan bir evangelisttir. Piyanoyu çok iyi çalmak, çok tatlı bir sesle şarkı söylemek ve televizyonun kaynaklarını sonuna kadar kullanabilmekle birlikte, konuşmaya başladığında ateşli ve hırçın bir yaklaşımı yeğlemektedir. Ancak kürsü televizyon olunca, mesajını genellikle bir parça birleştirici bir üslupla iletir. Örneğin, "Yahudiler Küfür Ederler mi?" konusu üzerine verdiği vaaza, dinleyicilerine Yahudilerin küfür etmediğini kesin bir dille ifade ederek, İsa'nın ergenleşmesini hatırlatarak ve Hıristiyanların Yahudilere ciddi bir borç duymadıklarını vurgulayarak başlar. Yahudilerin, Kitabı Mukaddes'in indiği zaman Kudüs'teki tapınaklarını kaybetmeleri üzerine, yollarını bir ölçüde şaşırdıklarını ileri sürerek de bitirir. Swaggart'ın mesajı, Yahudilerin aşağılanmaktan ziyade onlara acınmasının daha yerinde olacağını düşündürür, kaldı ki çoğu da zaten oldukça tatlı insanlardır.

Bu tam televizyona uygun (teatral, duygusal ve tuhaf biçimde, bir Yahudi izleyiciyi bile rahatlatabilen) bir vaazdır.

Çünkü televizyonda –başımızdan eksik olmasın– çıplak nefreti yansıtan mesajlar uygun düşmez. Bir kere, izleyenlerin kim olduğunu asla bilemeyeceğinizden, en iyi yol, pervasızca saldırmamaktır. Sonra, Marshall McLuhan'ın yıllarca önce gözlemlediği ve Senatör Joseph McCarthy'nin acıyla öğrendiği gibi, mosmor yüzle ve yabani hareketlerle nefreti yansıtan yüzler televizyonda aptalca bir görüntü sunar. Televizyon genellikle uzlaşmadan yanadır ve en çok da sessiz kalmayı sever. (Burada, Swaggart gibi vaizlerin, Şeytan ve dünyevi hümanizm konusundaki vaazları istisna sayılmalıdır. Bu tür vaazlarda, bir ölçüde Nielsen Şirketi'nin İzleyici Tasnifleri'nde Şeytan'ın da dünyevi hümanistlerin de yer almaması nedeniyle, saldırılarının şiddeti konusunda en ufak bir ödün vermezler. Şeytan televizyon seyretmez zaten; hümanistler de.)

Şu anda dinsel kuruluşların sahip olup çalıştırdığı otuz beş televizyon kanalı var, ama ayrıca her televizyon kanalında şu ya da bu türde dinsel programlara da yer veriliyor. Bu bölümü kaleme almaya hazırlanmak için ben de kırk iki saat televizyondaki dinsel yorumları, çoğunlukla Robert Schuller, Oral Roberts, Jimmy Swaggart, Jerry Falwell, Jim Bakker ve Pat Robertson'un programlarını izledim. Oysa beş tanesini izlesem, çıkarabileceğim bütün sonuçlara ulaşmamı sağlamaya yeterdi ve aslında yalnızca iki tanesi tarafsız yorumlara uygun şekilde hazırlanmıştı.

Çıkaracağım ilk sonuç, televizyonda dinin, başka her şey gibi, oldukça basit biçimde ve hiçbir utanıp sıkılma belirtisi gösterilmeden, bir eğlence olarak sunulduğudur. Dini tarihsel, derinlikli ve kutsal bir insani etkinlik durumuna sokan bütün özellikler silinmiştir; ne bir ritüel, ne bir dogma, ne bir gelenek, ne bir teoloji ve her şey bir yana ne de bir ruhsal aşkınlık duygusu söz konusudur. Bu programlarda başlıca rol vaizindir. Tanrı ikinci muz olarak sunulmaktadır.

İkinci sonucuma göre, yukarıda anlattığım bu olgunun, onlara verilen adla, bu elektronik vaizlerin eksikliklerinden

ziyade, televizyonun yönelimiyle ilintisi vardır. Bu vaizlerden bazılarının eğitimsiz, taşralı, hatta bağnaz kişiler oldukları doğrudur. Jonathan Edwards, George Whitefield ve Charles Finney gibi, oldukça bilgili, teolojik inceliklerin farkında ve güçlü yorumlama yetenekleri olan daha eski dönemin tanınmış evangelikleriyle kesinlikle kıyaslanamazlar. Ancak gene de, günümüzün televizyon vaizleri, ufuklarının darlığı bakımından herhalde eski evangeliklerin çoğundan ya da bugünün, faaliyetleri kiliseler ve sinagoglarla sınırlı kalan bakanlardan pek farklı değillerdir. Televizyon vaizlerini dinsel deneyimin düşmanı yapan etken de *onların* zayıflıklarından daha çok, faaliyet gösterdikleri aracın (medium) zayıflıklarıdır.

Vaizler dahil olmak üzere Amerikalıların çoğu, eğer herhangi bir şekilde bunun üzerinde kafa yoracak olurlarsa, tüm söylem biçimlerinin bir araçtan (medium) öbürüne tahvil edilemeyeceği olgusunu kabul etmekte güçlük çekerler. Herhangi bir biçimde ifade edilmiş bir şeyin, anlamında, dokusunda ya da değerinde bir değişikliğe gitmeden başka bir biçimde ifade edilebileceğini düşünmek tamamen naif bir bakış olur. Çoğu düzyazı metni bir dilden ötekine oldukça iyi bir biçimde çevrilir, ama biliriz ki şiirler güzel biçimde çevrilemez; çevrilmiş bir şiir hakkında yaklaşık bir fikir edinebiliriz, ama onun dışında her şey, özellikle de şiiri bir güzellik nesnesi haline getiren nitelikler kaybolmuştur. Çeviri, şiiri kendisi olmayan bir şeye dönüştürür. Başka bir örnek seçersek: Yakınını kaybetmiş bir dosta bir başsağlığı kartı göndermeyi uygun bulabiliriz, ama gönderdiğimiz kartın onun yanında olduğumuz zaman, yıkılmış bir ruh haliyle ve fısıltıyla söyleyeceğimiz sözlerle aynı anlamı ilettiğine inanırsak da kendimizi kandırmış oluruz. Kartla yalnızca sözcükler değişmez, bunun yanında sözcüklerin anlamlarını bulduğu bağlam da ortadan kalkar. Benzer biçimde, bir öğretmenin normal olarak öğrettiği şeylerin çoğunun bir mikrobilgisayarla çok daha iyi biçimde çoğaltılabileceğine inanırsak

da kendimizi kandırmış oluruz. Belki bazı şeyler böylece çoğaltılabilir, ama "Çeviride kaybolan nedir?" sorusu da hep gündemimizde kalır. Şöyle bir yanıt bile verilebilir herhalde: Kaybedilen, eğitimin kayda değer olan bütün nitelikleridir.

Her ne kadar bunu ancak Amerikalı olmayan biri söyleyebilirse de her şey *televizyonda gösterilemez.* Daha açık bir ifadeyle, televizyonda gösterilen şeyler, özleri korunmuş olsun olmasın, oldukları halden başka bir şeye çevrilmiştir. Televizyon vaizleri çoğunlukla bu konuya ciddi biçimde eğilmemişlerdir. Televizyon vaizleri, eskiden bir kilisede ya da çadırda ve yüz yüze kurulan ilişkilerin, televizyonda anlamından hiçir şey kaybetmeden ve dinsel deneyim düzeyi azalmadan sürdürülebileceğini varsaymışlardır. Herhalde çevirerek aktarma sorununu doğru kavrayamamalarının kökeninde de televizyonun muazzam sayıda insana ulaşmasından kaynaklanan böbürlenme eğilimi yatar.

"Televizyon" diye yazmıştır Billy Graham, "insanoğlunun şimdiye kadar geliştirdiği en güçlü iletişim aracıdır. Akşam 'spesiyal'lerimin hepsi ABD ve Kanada'daki yaklaşık 300 kanalda ayrı ayrı sunulduğundan, tek bir yayında İsa'nın ömrü boyunca vaaz verdiği insanlardan milyonlarca sayıda daha fazla kişiye hitap ederim."[1] Pat Robertson bu sözlere şunları ekler: "Kilisenin televizyonla ilgilenmemesi gerektiğini söylemek düpedüz aptallıktır. İhtiyaçlar aynıdır, mesaj aynıdır, hitap biçimi değişebilir... Amerika'daki en yönlendirici güce aldırış etmemek kilise adına tam bir budalalık olur."[2]

Bu, muazzam bir teknolojik çocuksuluktur. Eğer hitap biçimi aynı değilse, büyük olasılıkla mesaj da aynı değildir.

1. Graham, s. 5-8. Graham'ın üslubunun ayrıntılı bir analizi için bkz. Michael Real, *Mass Mediated Culture.* Eğlenceli ve iğneleyici bir yorum için de bkz. Roland Barthes, "Billy Graham at the Winter Cyclodome", *The Eiffel Tower and Other Mythologies.* Barthes, "Tanrı hakikaten Dr. Graham'ın ağzından konuşuyorsa, demek ki kalın kafalının tekidir."

2. Akt. "Religion in Broadcasting", Robert Abelman ve Kimberly Neuendorf, s. 2. Bu inceleme Washington D.C., Unda-USA'dan sağlanan bir bağışla finanse edilmişti.

Aynı şekilde mesajın algılandığı bağlam İsa'nın zamanındakinden bütünüyle farklıysa, o mesajın toplumsal ve psikolojik anlamının da farklı olduğunu varsayabiliriz.

Sadede gelirsek, televizyonun ve onun yarattığı ortamın, sahici dinsel deneyimi olanaksız kılacak şekilde bir araya gelen çeşitli karakteristik özellikleri vardır. Bu karakteristiklerden birincisi, bir televizyon gösterisinin yaşantılandığı mekânı kutsallaştırmanın hiçbir yolu olmadığı gerçeğiyle ilgilidir. Bütün geleneksel dinsel törenlerin vazgeçilmez koşullarından birisi, törenin yapıldığı mekânın bir ölçüde kutsallıkla donatılması gerekliliğidir. Kuşkusuz, kilise de sinagog da, orada yapılan her şeyin, bingo oyununun bile, dinsel haleyle kuşatıldığı bir ayin yeridirler. Oysa dinsel ibadetin yalnızca bir kilise ya da sinagogda yapılması zorunluluğu yoktur. Aykırı öğelerden temizlenmiş olması koşuluyla hemen her yer dinsel ibadete uygundur. Bir duvara bir haç, bir masaya birkaç mum ve herkesin görebileceği biçimde bir kutsal metin koymak yeterlidir. Bunlar yapılırsa bir lise, yemek salonu ya da otel odası da bir ibadet yerine çevrilebilir; bir zaman-mekân kesiti cismani olaylar dünyasından alınıp dünyamıza ait olmayan bir gerçekliğe taşınabilir. Ancak bu dönüşümün gerçekleşmesi için temel önemde olan bazı kurallar vardır. Örneğin, hiçbir şey yenmeyecek ya da gereksiz konuşma yapılmayacaktır. Kafaya bir takke geçirmek veya uygun anlarda yere diz çökmek gerekebilir. Ya da bazen sessiz sessiz düşünmeye dalmak istenebilir. Davranışlarımız mekânın ötedünyasal niteliğiyle uyum içinde olmalıdır. Ancak dinsel bir televizyon programı izliyorsak bu koşul genellikle eksik kalır. İnsanların oturma odası, yatak odası ya da –Tanrı yardımcımız olsun– mutfağındaki faaliyetler, televizyonda ister dinsel bir program isterse "A-Takımı" ya da "Dallas" gösterilsin, aynı kalmaktadır. İnsanlar gene yemek yiyecek, aralarında konuşacak, banyoya gidecek, dilerlerse şınav çekecek ya da televizyon açıkken yapmaya alıştıkları her şeyi yapacaklardır. Eğer izleyici kitlesi bir esrar ve sem-

bolik ötedünya halesinin etkisinde değilse, o zaman ciddi bir dinsel deneyim yaşamak için gerekli görülen ruh haline ulaşmak mümkün değildir.

Kaldı ki, televizyon ekranının bir sekülarizm psikolojisi yaratmak gibi doğal bir yönelimi vardır. Ekran belleklerimizi dinsel olmayan olaylarla o kadar doldurmaktadır, ticaret ve eğlence dünyasıyla o kadar içli dışlı hale getirmektedir ki, kutsal olaylara bir çerçeve hazırlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi çok zordur. İzleyici, bir düğmeye basarak farklı ve dünyevi bir görüntüye (bir hokey maçı, bir reklam ya da bir çizgi film) geçebileceğinin her zaman farkındadır. Zaten çoğu dinsel programlardan hemen önce ya da sonra gene reklamlar, popüler programların tanıtım çekimleri ve çeşitli dünyevi görüntülerle söylemlere yer verilmektedir; dolayısıyla ekranın asıl mesajı aralıksız bir eğlence vaadi olmaktadır. Televizyon ekranının hem tarihi hem de şimdiye kadar sunmuş olduğu olanaklar, televizyon açıkken iç gözleme kaymanın ya da manevi aşkınlığın mümkün olabileceği fikrini temelinden çürütür. Televizyon ekranı sizden, görüntülerinin daima eğlenmeniz ve haz almanız düşünülerek hazırlanmış olduğunu unutmamanızı ister.

Televizyon vaizleri de bunun çok iyi farkındadırlar. Yaptıkları programların ticari yayınlarda bir kesinti yaratmadığını, yalnızca kopuk bir devamlılığın parçası olduğunu bilirler. Gerçekte de dinsel programların pek çoğu geleneksel Pazar saatlerinin dışında gösterilmektedir. Bazı daha popüler vaizler, daha cazip bir program sunacaklarından emin olmaları nedeniyle, dünyevi programlarla "kafa kafa"ya gitmeye can atarlar. Sırası gelmişken belirteyim, bunun için gerekli parayı bulmakta zorlanmazlar. Bu programlara yapılan katkıların miktarı milyonlarca dolarla ölçülmektedir. Elektrokilisenin toplam gelirinin yılda 500 milyon doları aştığı hesaplanmıştır.

Buna değinmemin tek nedeni, televizyon vaizlerinin tam anlamıyla ticari bir programı hazırlamanın gerektirdiği yüksek maliyetleri karşılayabileceğini göstermektir. Bu parayı

rahatlıkla bulurlar. Dinsel programların çoğunda köpürerek çağlayan pınarların, çiçeklerin, koro gruplarının görüntüleri ağırlıktadır. Hepsi de model olarak bilinen bir ticari programı örnek alırlar. Sözgelimi, Jim Bakker'ın kılavuzu "The Merv Griffin Show"dur. Bu programlar daha çok "dış mekânlar"-da, etkileyici ve bilinmeyen manzaraların yer aldığı egzotik yerlerde çekilir.

Ayrıca, gerek sahnede gerek izleyiciler topluluğunda genellikle aşırı derecede düzgün görünüşlü insanların seçildiğini söyleyebilirim. Robert Schuller özellikle ünlü kişileri, ona bağlılığını ilan etmiş olan Efrem Zimbalist, Jr. ve Cliff Robertson gibi sinema aktörlerini tercih etmektedir. Schuller, programında ünlü kişilere yer vermekle kalmaz, izleyicilerin ilgisini çekmek amacıyla reklamını da onlara yaptırır. Tıpkı "A-Takımı" ve "Dallas"ta olduğu gibi, bu programların asıl hedefinin de izleyici toplamak olduğunu söylemek bence kesinlikle doğrudur.

Bu hedefe ulaşmak üzere bedava kitapçık, İncil, çeşitli hediyeler ve –Jerry Falwell için geçerlidir– iki bedava "Jesus First" iğnesi sunmak gibi en modern pazarlama ve promosyon yöntemlerinden bol bol yararlanılmaktadır. Vaizler, izleyici sayılarını en fazlaya çıkarmak amacıyla vaazlarının içeriğini ayarlama konusunda oldukça samimidirler. Diyelim, bir elektronik vaizin zenginlerin cennete gitmek için aşmaları gereken engellere değinmesini umuyorsanız hakikaten çok beklersiniz. Ulusal Dinsel Yayıncılar Birliği Yönetim Kurulu Başkanı, bütün televizyon vaizlerinin yazılı olmayan yasasını şu sözlerle özetlemektedir: "İzleyici payınızı, ancak onların istedikleri şeyleri sunarak arttırabilirsiniz."[3]

Eminim hemen bunun alışılmadık bir dinsel ilke olduğunu belirteceksiniz. İnsanlara istedikleri şeyleri sunan (Buda'dan Musa'ya, Muhammed'e ve Luther'e kadar) büyük bir dinsel önder yoktur. Önderler yalnızca kitlelerin ihtiyaç duydukları

3. Armstrong, s. 137.

şeyleri sunarlar. Oysa televizyon, insanlara ihtiyaç duydukları şeyleri sunmaya pek uygun değildir. Televizyon "dost yardımcı"dır. Kapatması çok kolaydır. En cazip hali, dinamik görsel imgelerin diliyle konuştuğu zamandır. Karmaşık sözlere ya da karşılaması kolay olmayan taleplere yüz vermez. Demek ki televizyonda verilen vaazın içeriği Sermon on the Mount'a* benzemez. Dinsel programlar bol bol alkışla doludur. Bolluğu kutsarlar. Programlarında yer alan oyuncular sonra ünlü kişiler olurlar. Mesajları ne kadar önemsiz olsa da programların izlenme oranı yüksektir; daha doğrusu, mesajları önemsiz *olduğu için* büyük bir kitle tarafından izlenirler.

Hıristiyanlığın talepkâr ve ciddi bir din olduğunu söylerken yanılmadığıma inanıyorum. Ama kolay ve eğlenceli bir tarzda sunulduğu zaman bambaşka bir din haline gelmektedir.

Kuşkusuz, televizyonun dini aşağıladığı iddiasına karşı çıkan argümanlar vardır. Örneğin, manzaranın dine pek yabancı olmadığı söylenmektedir. Quakerları ve başka birkaç katı mezhebi saymazsak, her din sanat, müzik, ikonlar ve korku verici ritüeller aracılığıyla kendini cazip göstermeye çalışır. Birçok insanı dine çeken, dindeki estetik boyuttur. Özellikle Roma Katolikliği ve Musevilik açısından geçerlidir bu; her iki din de müritlerine akıldan çıkmayan ezgiler, muhteşem elbiseler ve şallar, sihirli şapkalar, kâğıt helvalar ve şarap, pürüzsüz pencereler ve eski dillerin esrarengiz nağmelerini sunarlar. Dine özgü olan bu giyecekler ile televizyonda izlediğimiz çiçekli ve çağıl çağıl akan pınarlı görüntüler arasındaki farklılık; ilkinin, aslında din tarihinin ve dinsel doktrinlerin, basit araç gereçlerinden öte, ayrılmaz parçaları olmasıdır. Dinsel göstergeler, inananların bu araçlara saygıyla karşılık vermelerini gerektirir. Örneğin, televizyonda iyi görünür diye hiçbir Yahudi dua ederken başını örtmez. Hiçbir Katolik adak mumunu sunak daha iyi görünsün diye yakmaz.

* İsa'nın müritlerine verdiği vaaz. (ç.n.)

Hahamlar, rahipler ve Presbiteryen vaizler, neden dindar olduklarını öğrenmek için bir ibadetin ortasında sinema yıldızlarından görüş almazlar. Asıl dinlerde gördüğümüz manzara, eğlencenin değil, kutsallık yaratmanın hedeflenmesidir. İkisinin arasında çok önemli bir ayrım vardır. Kutsallık yaratma (enchantment), şeylere sihirli bir hale kazandırarak kutsallığa ulaşabilmemizin gerekli aracını sağlar. Eğlence ise kutsallıktan uzaklaşmamızın aracıdır.

Buna şöyle bir yanıt verilebilir: Televizyonda izlediğimiz dinsel programların çoğu, Kitabı Mukaddes'e, yani Tanrı'ya doğrudan ulaşmak adına ritüeli ve teolojiyi kesin bir biçimde horgörmesi anlamında "fundamentalist"tir. Henüz hazır olmadığım bir teolojik argümana sürüklenme tuzağına düşmeden, televizyondaki Tanrı'nın bulanık ve tali bir karakter olduğunu söyleyebileceğimi düşünüyorum. O'nun adı her ne kadar tekrar tekrar anılıyorsa da vaizin görüntüsünün somutluğu ve değişmezliği, ibadet edilmesi gerekenin O, yani Tanrı değil, vaizin kendisi olduğu şeklinde çok açık bir mesaj iletir. Burada anlatmak istediğim, vaizin bunu kendisinin tercih etmesi değil, yalnızca, televizyonda yakın çekimle ve renkli olarak gösterilen bir yüzün etkisinin tapınmayı sulandırdığıdır. Televizyon, her şeyden önce, altın bir inekten çok daha cazip bir oyma put biçimidir. Bana kalırsa (göstereceğim hiçbir dışsal kanıt olmamakla birlikte), Katoliklerin Piskopos Fulton Sheen'in televizyondaki (yıllar önce gösterilmiş) teatral gösterilerine itirazları, izleyicilerin bağlılıklarını yanlış yere çevirdikleri, Tanrı'dan uzaklaşıp insanın içine işleyen gözleri, korku salan takkesi ve etkileyici konuşma tonu ile karizmasının yarattığı kadarıyla ilahi bir varlığı andıran Piskopos Sheen'e yöneldikleri izleniminden kaynaklanmaktaydı.

Televizyonun en güçlü tarafı, kafalarımıza soyutlamalar değil, kalplerimize kişilikler sokmasıdır. Bu yüzden CBS'nin evrenle ilgili programlarına "Walter Cronkite's Universe" adı verilmektedir. Evrenin görkemliliğinin Walter Cronkite'in

yardımına ihtiyacı olmadığı sanılır. Oysa bu yanlış bir düşüncedir. CBS, Walter Cronkite'in televizyonda Milky Way'den daha iyi oynadığını bilmektedir. Jimmy Swaggart da Tanrı'dan daha iyi oynamaktadır. Tanrı yalnızca zihinlerimizde varken, Swaggart izlenmek, hayran olunmak ve tapınılmak üzere *oradadır*. Bu yüzden programın yıldızı odur. Aynı nedenle Billy Graham da ünlü bir kişi olmuş, Oral Roberts kendi üniversitesini kurmuş, Robert Schuller tamamen kendisine ait kristal bir katedral yapmıştır. Yanılmıyorsam, buna uygun düşen sözcük, günaha girmedir.

Dinin televizyonda gösterilmesiyle ilgili ne tür eleştiriler yapılırsa yapılsın, bu programların milyonlarca izleyiciyi ekran başına topladığı gerçeği bütün çıplaklığıyla ortadadır. Daha önce Billy Graham'dan ve Pat Robertson'dan aktardığımız, "Bunun çok sayıda insan için bir ihtiyaç olduğu" şeklindeki açıklamaların anlamı bu olsa gerektir. Buna verilen ve benim bildiğim en iyi yanıt ise, kitle kültürünün ürünlerine kafa yoran Hannah Arendt'ten gelmiştir:

> Aslında dünyanın başka hiçbir yerinde aynı derecede görülmeyen bu durum en doğru biçimde kitle kültürü olarak adlandırılabilir; bu kültürü güçlendirenler kitleler ya da onları eğlendirenler değil, tersine, kitleleri bir zamanlar kültürün sahici bir nesnesini oluşturan şeylerle eğlendirmeye, ya da kitleleri *Hamlet*'in *My Fair Lady* kadar eğlenceli ve tabii eğitici olabileceğine inandırmaya çalışanlardır. Kitlesel eğitimin tehlikesi tam da hakikaten çok eğlenceli olabilmesindedir; yüzyıllarca süren unutulma ve görmezden gelinmeye rağmen bugüne ulaşabilmiş geçmişe ait pek çok yazar var, ama bu yazarların söyledikleri şeylerin eğlenceli değişkeleri karşısında ayakta kalıp kalmayacakları sorusu, yanıtlanmayı bekleyen açık bir soru.[4]

Hamlet'in yerine "din" sözcüğünü, "geçmişin büyük yazarları" yerine de "büyük dinsel gelenekler" deyişini koyarsak,

4. Arendt, s. 352.

aynı denklem televizyondaki dinin kesin bir eleştirisi işlevini görebilir. Başka bir deyişle, dinin eğlenceli kılınabileceği kuşkusuzdur. Gündeme şu soru gelmektedir: Böyle yaparak "kültürün sahici bir nesnesi"ni yok ediyor muyuz? Vodvilin kaynaklarını sonuna kadar kullanan bir dinin popülaritesi daha geleneksel dinsel anlayışları manik ve önemsiz görüntülere çevirir mi? Daha önce, Kardinal O'Connor'ın beğeniyle izlenen ve eğlenceli olan deneylerinden, Katolik eğitime büyük bir sevinçle rock müziğini sokmaya çalışan bir rahipten söz etmiştim. Kendi cemaatine bir Kefaret Günü ayininde Kol Nidre duasını okuması için Luciano Pavarotti'nin ayarlanmasını ciddi ciddi öneren bir haham tanıyorum. Bu haham, böyle bir düzenlemeyle sinagogun hiç olmadığı kadar doldurulabileceğine inanmaktadır. Bundan kim kuşku duyabilir? Ancak Hannah Arendt'in de hemen söyleyeceği gibi, *bu* yol bir probleme çözüm sunmaz, tersine problemin kendisidir. Ulusal Kiliseler Konseyinin Teoloji, Eğitim ve Elektronik Medya Komisyonu'nun üyesi olarak, "yerleşik" Protestan dinlerin, Protestan törenlere televizyonda gösterilmeye daha uygun olacak biçimde yeni bir şekil verilmesinden dolayı duydukları derin kaygıların farkındayım. Ulusal Kurul'da tehlikenin, dinin televizyon programlarının içeriğine girmesinde değil, televizyon programlarının dinin içeriğine girmesi olasılığında yattığı çok iyi anlaşılmış durumdadır.

9
Uzanıp Birini Seçmek

Edwin O Connor'ın Boston'daki hareketli parti politikasıyla ilgili güzel romanı *The Last Hurrah*'ta, Belediye Başkanı Frank Skeffington genç yeğenine politika makinesinin realitelerini öğretmeye çalışır. "Politika", der Skeffington, "Amerika'daki en yaygın seyir sporudur." 1966 yılında Ronald Reagan da başka bir metaforu kullanmıştır: "Politika tıpkı gösteriye (show business) benzer."[1]

Spor artık, gösterinin başlıca kollarından birisi haline gelmiş olmasına rağmen, bağrında hâlâ, Skeffington'un

1. Drew, s. 263.

politika görüşünü Reagan'ınkinden bir parça daha cesaret verici niteliğe büründüren unsurlar taşımaktadır. Her spor dalında mükemmelliğe ulaşma standardı gerek oyuncular gerek seyircilerce iyi bilinir ve bir sporcunun ünü bu standarda yaklaşmasına bağlı olarak artar ya da azalır. Bir sporcu yaptığı başarısız derecelere kılıf gösteremeyeceği ya da uydurma derecelerle ortaya çıkamayacağı için, diyelim ki bir David Garth'ın, 0.218 vuruş ortalamasına sahip bir dış saha oyuncusunun imajını düzeltmekte elinden fazla şey gelmez. Ayrıca, "Dünyanın en iyi kadın tenis oyuncusu kimdir?" sorusuna temellenen bir kamuoyu anketi düzenlemeye kalkışmak da anlamsız olur. Kamuoyunun bununla hiçbir ilgisi yoktur. Kesin yanıtı zaten servisleriyle Martina Navratilova vermektedir.

Bunun yanında, bir spor karşılaşmasında seyircilerin genellikle oyunun kurallarını ve her ayrı hareketin anlamını çok iyi bildiklerine de dikkat çekilebilir. Topu ıskalayan bir vuruş yapan oyuncunun, takımı için yararlı bir hareket yaptığına seyircileri inandırması (herhalde, iki vuruşta *isabet ettirebileceğini* söylemesinin dışında) mümkün değildir. Howard Cosell'ın abartılı konuşmaları ve çarpıtmaları bile, isabetli ve isabetsiz vuruşlar, sayı yapma ile yapamama, karşılanamayan atışlar ile çift hata arasındaki ayrımları ortadan kaldıramaz. Politika bir spor karşılaşmasına benzeseydi, sanırım onu, açıklık, dürüstlük ve başarı gibi ölçütlere bakarak değerlendirmek gerekirdi.

Ama Ronald Reagan haklıysa o zaman politikaya hangi değerleri atfedeceğiz? Gösteri (show business), başarı fikrini tamamen dışlamaz, gene de onun asıl hedefi halkı memnun etmek, kullandığı temel araç ise becerikli olmadır. Eğer politika gösteriye benziyorsa, o zaman temel fikir başarı, berraklık ya da dürüstlük peşinde koşturmak değil, sanki zaten o vasıflara sahipmişsiniz gibi *görünmek* olur (ve bu bambaşka bir konudur). Ve diğer konunun ne olduğu ise tek bir sözcükle ifade edilebilir: Reklam. John McGinnis,

Richard Nixon'ın 1968 seçim kampanyası üzerine yazdığı *The Selling of the President* (Başkanın Satılması) adlı kitabında, politika ve reklam hakkında söylenmesi gereken şeylerin çoğunu zaten başlığıyla ve kitabıyla söylüyordu. Hepsi o kadar değildir tabii. Çünkü, bir Başkan'ın satılması her ne kadar hayret verici ve aşağılatıcı bir şeyse de aslında yalnızca daha kapsamlı bir olgunun bir parçasından ibarettir: Amerika'da politik söylemin temel metaforu televizyon reklamıdır.

Televizyon reklamı, elektrikle yayılan en özgül ve kapsayıcı iletişim biçimidir. Kırk yaşına gelen bir Amerikalı, ömrü boyunca bir milyondan fazla televizyon reklamı izlemiş olur. Bu yüzden televizyon reklamlarının Amerikan düşünce alışkanlıklarını derinden etkilediğini rahatlıkla varsayabiliriz ve bunun her türde kamusal söylemin yapısının önemli bir paradigmasına dönüştüğünü kanıtlamakta kesinlikle güçlük çekmeyiz. Benim buradaki asıl amacım televizyon reklamlarının politik söylemde nasıl bir tahribat yaptığını göstermektir. Ancak ondan önce, reklamların asıl ticaret üzerindeki etkisine açıklık kazandırmam yararlı olabilir.

Televizyon reklamları, bütün gösteri sanatlarını (müzik, tiyatro, tasvir, mizah, şöhret) birbirleriyle kenetlercesine bir araya getirerek, *Das Kapital*'in yayımlanışından bu yana kapitalist ideolojiye yöneltilen en ciddi saldırıyı sahneye koymuştur. Bunun nedenini anlamak için, kapitalizmin, bilim ve liberal demokrasi gibi, Aydınlanma'nın bir ürünü olduğunu aklımızda tutmamız gerekmektedir. Aydınlanma'nın belli başlı kuramcıları, hatta en talihli uygulayıcıları, kapitalizmin, hem alıcıların hem de satıcıların kendi çıkarlarını kovalayacak derecede olgun, olan bitenden haberdar ve mantıklı kişiler olduğu fikrine temellendiğine inanıyorlardı. Kapitalist motorun yakıtının açgözlülük olduğu düşünülecek olursa, sürücüsü de elbette rasyonaliteydi. Kurama göre, bir ölçüde, çarşıdaki rekabet alıcının yalnızca kendisine yarayan şeyleri değil, bunun yanında nelerin yararlı olduğunu bilmesini de gerektirir. Satıcı, rasyonel bir pazarın saptadığı biçimiyle de-

ğer verilen bir şey üretemezse, o zaman hiçbir şey kazanamaz. Alıcılar arasındaki rasyonalitenin mantığı, rekabet edenlerin kazanan olmaya, kazananların ise kazanmaya devam etmeye çaba harcamalarını öngörür. Bir alıcının rasyonel kararlar veremeyeceğinin düşünüldüğü noktada, örneğin çocukların sözleşme imzalamalarını yasaklayan düzenlemeler gibi, yapılan işlemleri geçersiz kılan yasalar devreye girer. Amerika'da yasada satıcıların sattıkları ürünlerle ilgili doğru bilgiler vermelerini gerektiren bir hüküm bile vardır, çünkü eğer alıcı sahtekârlıklara karşı korunamazsa rasyonel karar verme süreci ciddi biçimde zarar görmüş demektir.

Kuşkusuz kapitalizmin pratiğinin çelişkileri de vardır. Örneğin, karteller ve tekeller, kuramı fiilen işlevsizleştirirler. Öbür yandan televizyon reklamları da durumu iyice karıştırır. En basit bir örnek verirsek: Rasyonel çerçevede düşünülmesi için her iddianın (ticari ya da başka içerikli) sözle yapılması gerekmektedir. Daha kesin bir ifadeyle, her türlü iddia bir önerme biçimine sokulmalıdır, zira "gerçek" ve "sahte" gibi sözcüklerin telaffuz edilebileceği söylem zemini önermedir. Eğer bu söylem evreni yok sayılırsa, o zaman ampirik testlerin, mantığa dayalı analizlerin ya da aklın öbür araçlarının uygulanmasından hiçbir sonuç alınamaz.

Ticari reklamlarda önermeler kullanmaktan vazgeçme on dokuzuncu yüzyılın sonunda başlamıştı. Ancak 1950'li yıllara kadar televizyon reklamı ürünle ilgili kararlara temel oluşturma açısından dilsel söylemi eskitemedi. Resimli reklamlar iddiaların yerine görüntüyü koyarak, tüketim kararlarının temeline duygusal çağrıları –gerçek olma ölçütünü değil– oturtmuştu. Rasyonalite ile reklam arasındaki mesafe şu anda o kadar açıktır ki, bir zamanlar ikisi arasında bir bağ bulunduğunu hatırlamak bile çok zordur. Bugün televizyon reklamlarında önermelere, çirkin insanlar kadar ender rastlarsınız. Bir reklamcının iddiasının doğruluğu ya da yanlışlığı sorun bile değildir. Örneğin bir McDonald's reklamı, test edilebilir, mantıklı biçimde düzenlenmiş savlara

dayanmaz. McDonald's reklamı, güzel görünüşlü insanların hamburger alıp yedikleri, iyi talihleriyle neredeyse kendilerinden geçtikleri bir dramadır. İzleyicinin bu dramadan kendisinin çıkardığı sonuçların dışında en ufak bir iddia bile ortaya atılmaz. Elbette, bir televizyon reklamını sevmek ya da sevmemek mümkündür. Ama çürütmek mümkün değildir.

Aslında bunu biraz daha derinleştirebiliriz: Televizyon reklamı tüketilecek ürünlerin niteliğiyle ilgili hiçbir şey anlatmaz. Reklamın içeriği, ürünleri tüketenlerin niteliğinde odaklanır. Sinema yıldızlarının ve ünlü sporcuların, berrak göllerin ve maço balıkçı gezilerinin, şık akşam yemeklerinin ve romantik fasılların, kırda pikniğe çıkmak için station arabalarını ağzına kadar dolduran mutlu ailelerin görüntülerinde, satılan ürünlerle ilgili hiçbir şey bulunamaz. Ama o ürünleri satın alabileceklerin korkuları, fantezileri ve rüyalarıyla ilgili her şey yansıtılır. Reklamcının bilmesi gereken, ürünle ilgili doğru bilgiler değil, alıcı açısından neyin yanlış olacağıdır. Dolayısıyla iş harcamalarındaki denge *ürün* araştırmasından *piyasa* araştırmasına kaymaktadır. Televizyon reklamıyla ürünlerin değerli bulunması değil, tüketicilerin kendilerini değerli hissetmeleri amaçlanmaktadır; yani şu anda işletmecilik işi sahte bir terapiye dönüşmüş durumdadır. Tüketici, psikodramalarla yatıştırılan bir hastadır.

Nasıl politikanın dönüşümü yürekli George Orwell'ı şaşırtırsa, yukarıda anlattıklarımız da Adam Smith'in aklını allak bullak ederdi. Gerçi Orwell, George Steiner'in belirttiği gibi, Yenikonuş'un kısmen "ticari reklam bolluğu"ndan kaynaklandığını düşünüyordu. Ama Orwell, "The Politics of the English Language" adlı ünlü denemesinde politikanın "savunulamaz olanı savunma" olayına dönüştüğünü yazdığı zaman, politikanın bozulmuş da olsa apayrı bir söylem tarzı olarak kalacağını varsaymaktaydı. Orwell'ın eleştirisi, geçmişi çok eskilere dayalı çifte standart propaganda ve aldatma sanatlarının gelişkin değişkelerinden yararlanan politikacılara yönelikti. Savunulamaz olanı savunmanın bir

eğlence biçiminde yürütüleceği gelmemişti aklına. Politikacının komedyen değil, aldatıcı olmasından korkuyordu.

Televizyon reklamı, politik fikirleri sunmanın modern yöntemlerinin yaratılmasında başlıca araç olmuştur. Televizyon reklamı bunu iki yolla başarmıştır. Birinci yol, politik kampanyalarda reklam formunun kullanılmasının bir zorunluluğa dönüşmesidir. Bence bu yöntem üzerinde çok fazla durma gereği yoktur. Politik "reklamlar"ın yasaklanmasını öneren eski New York City Belediye Başkanı John Lindsay dahil olmak üzere, herkes bunun farkındadır ve çeşitli oranlarda kaygı duymaktadır. Televizyon yorumcuları bile bunu vurgulamaktadırlar. Başarılı televizyon dizisi "A Walk Through the 20th Century" üzerine bir belgesel olan "The Thirty-second President"daki Bill Moyers buna örnek olarak gösterilebilir. Televizyon reklamının politik söylem olarak gücünü benim fark etmem, birkaç yıl önce New York'ta Ramsey Clark'ın Jacob Javits'le karşı karşıya geldiği Senato seçimleri kampanyasında önemsiz bir rol aldığım zaman başımdan geçen kişisel bir deneyime dayanır. Geleneksel politik söylem tarzlarına yürekten inanan Clark, ırk ilişkilerinden nükleer güce ve Ortadoğu'ya kadar çeşitli konularda düzgün biçimlerde hazırlanmış afişlerden sanki küçük bir kütüphane oluşturmuştu. Her afişi tarihsel geçmişle, ekonomik ve politik yönle ilgili bilgilerle ve bana göre aydın bir sosyolojik perspektifle doldurmuştu. Karikatürler çizmiş de olabilirdi. Oysa Jacob Javits'in kullandığı karikatürler konuşmalı olarak çizilmişti. Javits'in herhangi bir konuda titizlikle dile dökülmüş bir yaklaşımı vardıysa bile, pek bilinmiyordu. Javits'in kampanyasının temeli, kendini deneyimli, erdemli ve dindar bir adam diye tanıtmak amacıyla, görsel imgeleri bir McDonald's reklamıyla aynı tarzda kullandığı otuz saniyelik televizyon reklamları dizisiydi. Bildiğim kadarıyla Javits, akla Ramsey Clark kadar kuvvetli bir inanç besliyordu. Ama Senato'da bir yer kapmaya inancı daha kuvvetliydi. Ve hangi yüzyılda yaşadığımızı çok iyi biliyordu. Televizyonun

ve diğer görsel araçların egemen olduğu bir dünyada "politik bilgi"nin zihninizde, sözcükleri derlemekten ziyade, resim oluşturmak anlamına geldiğini kavramıştı. Sonuçlara bakarsak bu anlayışı onu yanıltmamıştı. Seçimi New York eyaletinin tarihindeki en fazla oyu alarak kazandı. Burada, Amerika'daki yüksek politik mevkilere gelmek isteyen her ciddi adayın, halkın kolektif zihnine kazınacak resimleri tasarlayan bir imaj yöneticisinin hizmetinden yararlanması gerektiği şeklindeki basmakalıp söze bel bağlayacak değilim. "İmaj politikası"nın içerdiği sorunlara dönmek istiyorum, ama ondan önce, televizyon reklamlarının politik söylemi şekillendirmesinin ikinci yöntemini tartışmanın zorunlu olduğunu düşünüyorum.

Televizyon reklamı toplumumuzda kamusal iletişimin en yaygın biricik biçimi olduğundan, Amerikalıların televizyon reklamlarının felsefesine uyum sağlamaları kaçınılmaz bir sonuçtu. "Uyum sağlamak" derken reklamları normal ve akla uygun bir söylem biçimi olarak kabullenmemizi kastediyorum. "Felsefe" derken de, televizyon reklamlarının, iletişimin niteliğiyle ilgili varsayımları, diğer medya'nın, özellikle basılı yayınlarınkiyle taban tabana zıt varsayımları içerdiğini kastediyorum. Her şey bir yana, reklamda şimdiye kadar hiç görülmedik derecede kısa ifade tarzı ön plana çıkar. Dahası, ifadenin anlık olduğu bile söylenebilir. Altmış saniyelik bir reklam iyice sıkıcı, otuz saniyelik reklam genellikle uzun, on beş-yirmi saniyelik reklam ise makul uzunlukta sayılmaktadır. Daha önce sözünü ettiğim gibi, reklamın her zaman için izleyicinin psikolojik gereksinimlerine göre hazırlandığını düşünürsek, aceleci ve afallatıcı bir iletişim yapısını yansıtır bu. Yani yalnızca terapi değildir. Aynı zamanda anlık terapidir. Gerçekten de böylece eşsiz aksiyomlardan meydana gelen psikolojik bir kuram ortaya konulmuş olur: Reklam bizden bütün sorunların, üstelik hızla çözülebileceğine ve teknolojinin, tekniklerin ve kimyanın müdahaleleri sonucunda çözülebileceğine inanmamızı ister. Kuşkusuz, hoşnutsuzluğun

kökleriyle ilgili, akla uygun olmayan bir durumu yansıtır bu ve onu duyan ya da okuyan herkes tarafından aynı şekilde yorumlanır. Ama reklamda yorum yersiz bulunur, zira yorum zaman istemekte ve insanları tartışmaya davet etmektedir. İzleyiciyi savunulan görüşün geçerliliği noktasında kuşkuya düşürmek de çok kötü bir reklam yöntemidir. Bu yüzden çoğu reklamda, iş görme aracı olarak sözde alegorik anlatımı öne çıkaran bir edebi yola başvurulur. "Ring Around the Collar", "The Lost Traveler's Checks" ve "The Phone Call from the Son Far Away" gibi "alegorik hikâyeler" yalnızca yadsınamaz bir duygusal etki bırakmakla kalmamışlar, aynı zamanda, İncil'deki meseller gibi, tartışmasız derecede didaktik bir yapıda olmuşlardır. Televizyon reklamı, ancak Jonah'ın öyküsünün balinaların anatomisi hakkında olduğunun söylenebileceği kadar ürünlerle ilgilidir; yani, ilgili değildir. Başka bir şey söylemek istersek de sadece reklamın insanın kendi hayatını yaşaması gerektiğini gösteren bir şey olduğu yanıtını bulabiliriz. Kaldı ki reklamlarda, öğretilen dersleri kolayca öğrenebilmemizi sağlayan canlı görsel sembollerin avantajı da vardır. Bize öğretilmeye çalışılan bu dersler arasında, kısa ve basit mesajların uzun ve karmaşık mesajlara oranla daha fazla tercih edilebilir olması, dramanın yoruma karşı tercih edilmesi, ısmarlama çözümler bulmanın problemler hakkında sorularla ortaya çıkmaktan daha iyi olması da sayılabilir. Bu yaklaşım doğallıkla politik söyleme yönelişimizi de etkileyecektir; bu yüzden, ya televizyon reklamından türetilen ya da reklamla pekiştirilen politik düzeyle ilgili belirli varsayımları normal saymaya başlayabiliriz. Sözgelimi, bir milyon televizyon reklamı izlemiş olan birisi, bütün politik problemlerin basit önlemlerle hızla çözüleceğine –ya da çözülmesi gerektiğine– inanabilir. Sözgelimi, karmaşık dile itibar edilmez ve bütün problemler teatral bir şekilde dile getirilir. Sözgelimi, tartışmadan hiç hoşlanılmaz ve tartışma yalnızca katlanılmaz bir belirsizlik getirebilir. Böyle bir insan, politika ile toplumsal yaşamın diğer biçimleri arasında bir

ayrım yapmanın gerekli olmadığına da inanmaya başlayabilir. Nasıl bir televizyon reklamı kesinlikle kendi uzmanlık alanlarına girmeyen bir ürünün faziletlerini anlatmak üzere bir sporcu, bir aktör, bir müzisyen, bir romancı, bir bilimci ya da bir kontesten yararlanıyorsa, televizyon da politikacıları kendi uzmanlıklarının sınırlı alanından kurtarmaya yarar. Politik simalar herhangi bir zamanda herhangi bir yerde herhangi bir şeyi yaparken görünebilirler ve bu, insanlara ne tuhaf ne küstahlık ne de yakışıksız bir tavır olarak gelir. Demek istediğim, politik simaların ünlü kişiler olarak genel televizyon kültürü içinde eritilmiş olmalarıdır.

Ünlü kişi olmak iyi tanınmaktan bambaşka bir olaydır. Harry Truman iyi tanınan bir insandı, ama ünlü değildi. Halk onu ne zaman görse ya da sesini ne zaman duysa Truman politika konuşuyor olurdu. Harry Truman'ın, hatta karısının "The Goldbergs" ya da "I Remember Mama"da konuk olarak yer aldığını tasavvur etmek çok zengin bir hayal gücünü gerektirirdi. Politika ile politikacıların, insanların politik adayları ve sorunları sıcağı sıcağına takip etmek için değil de eğlenmek amacıyla izledikleri bu tür programlarla uzaktan yakından bir ilgisi yoktu.

Politikacıların kendilerini silip eğlence kaynağı olarak öne çıkarmaya ne zaman başladıklarını tam anlamıyla söyleyebilmek zordur. 1950'lerde Senatör Everett Dirksen "What's My Line?" adlı programa konuk olarak katılmıştı. John F. Kennedy başkanlığa adaylığını koyduğunda Ed Murrow'un "Person to Person" programı için televizyon kameralarının evini işgal etmesine izin vermişti. Richard Nixon aday değilken, bir televizyon reklamı çerçevesinde sunulan bir saatlik komedi programı "Laugh-In"de birkaç saniye görünmüştü. 1970'lere gelindiğinde halk, politik simaların gösteri dünyasının bir parçası sayılması düşüncesine alışmaya başlamıştı. 1980'lerde tufan koptu. Başkan yardımcısı adayı William Miller, American Express'in reklamında oynadı. Senatör Sam Ervin Watergate Duruşmaları'nın yıldızı oldu. Eski baş-

kanlardan Gerald Ford, eski dışişleri başkanlarından Henry Kissinger'la birlikte "Hanedan" dizisinde kısa roller üstlendi. Massachusetts Valisi Mike Dukasis "St. Elsewhere"de göründü. Temsilciler Meclisi Sözcüsü Tip O'Neill "Cheers"de kısa bir rol aldı. Tüketicilerin savunucusu Ralph Nader, George McGovern ve Belediye Başkanı Edward Koch, "Saturday Night Live"a konuk oldular. Koch ayrıca televizyon için çekilmiş bir filmde menajer rolünü oynadı. Mrs. Nancy Reagan "Deff'rent Strokes"a çıktı. Bütün bunların üzerine Gary Hart da "Hill Street Blues"da görünürse, Geraldine Ferraro bir Francis Coppola filminde ev kadını olarak küçük bir rol alırsa kim şaşırır artık?

Ünlü bir kişi olarak politikacının, artık politik partiler arasındaki ayrımı geçersizleştirdiğini söylemek çok abartılı görünmekle birlikte, ünlü bir kişi olarak politikacının yükselişi ile politik partilerin düşüşü arasında kesinlikle belirgin bir korelasyon vardır. Bazı okurlar, eskiden adayın kim olduğunu iyi bilmedikleri zaman kafalarını o adayın karakteri ve kişisel yaşamına pek takmadıklarını hatırlayabilirler. Henüz genç olduğum dönemlerdeki bir Kasım seçiminde, bana hem akılsız hem de sahtekâr görünen bir Demokrat belediye başkan adayına oy vermek hiç içimden gelmiyordu. O zaman babamın bana parladığını hatırlıyorum: "Bunun ne ilgisi var? *Bütün* Demokrat adaylar akılsız ve sahtekârdır. Sen Cumhuriyetçilerin kazanmasını mı istiyorsun?" Babamın söylemek istediği, zeki seçmenlerin kendi ekonomik çıkarlarını ve sosyolojik perspektiflerini en iyi temsil eden partiye oy verdikleriydi. "En iyi adam"a oy vermek onun gözünde anlaşılmaz ve safça bir hareketti. Cumhuriyetçiler arasında iyi insanlar bulunduğundan hiçbir zaman kuşku duymamıştı. Sadece Cumhuriyetçilerin kendi sınırlarının sözcülüğünü yapmadığının farkındaydı. Şaşmaz bir gözle, New York Tammany Hall'un lideri Büyük Tim Sullivan'ın en parlak günlerindeki perspektifini paylaşmaktaydı. Terence Moran'ın "Politics 1984" başlıklı denemesindeki anlatımına

bakarsak, kendi bölgesindeki seçimde Demokrat adaya 6.382, Cumhuriyetçi adaya 2 oy çıktığı haberini alınca sinirden küplere binen Sullivan hayal kırıklığını şöyle yansıtıyordu: "Tamam, Kelly gelip karısının kuzeninin Cumhuriyetçilerinin listesinden aday olduğunu söyledi ve ben de evin huzurunu düşünerek onun Cumhuriyetçi adaya oy vermesine sesimi çıkarmadım. Ama benim bilmek istediğim, Cumhuriyetçilere oy veren öteki kişi kim?"[2]

Burada bu bakış açısının haklılığını öne sürmeyeceğim. Parti karşısında en iyi adamın seçilmesi savunulabilir (gene de ben tek bir örnek dahi bilmiyorum). Önemli olan nokta, televizyonun kimin en iyi olduğunu göstermemesidir. Aslında televizyon, eğer "daha iyi" derken görüşmelerde daha usta olmak, yöneticilikte daha yaratıcı olmak, uluslararası ilişkilerde daha bilgili olmak, ekonomik sistemlerin karşılıklı ilişkilerini daha iyi kavramak gibi ölçütleri anlıyorsak, kimin kimden daha iyi olduğunun saptanmasını olanaksızlaştırır. Bunun nedeni ise hemen hemen tamamen "imaj"la ilgilidir. Ama politikacıların kendilerini mümkün olan en olumlu görüntüyle sunmaya kafa yormalarıyla ilgili değildir. Bunu kim istemez ki? Olumlu bir imaj bırakmak istemeyen kişi ender rastlanan ve kafadan sakat bir insandır. Oysa televizyonda imaj ters yönde işler. Çünkü televizyondaki politikacı izleyicilere kendisiyle ilgili bir imaj sunmaktan daha çok, kendisini izleyicilerin bir imajı olacak şekilde sunmayı tercih eder. Televizyon reklamlarının politik söylem üzerindeki en güçlü etkilerinden birisinin yattığı nokta da burasıdır.

İmaj politikasının televizyonda nasıl işlediğini anlamak istiyorsak, çıkış noktası olarak, bu bölümün başlığının ilk yarısını ondan aldığım ünlü reklamdan yararlanabiliriz. Burada sözünü ettiğim, Mr. Steve Horn'un yarattığı ve bizden "birine uzanıp dokunmamızı isteyen" Alo Telefon romanslarıdır. Bu "birisi", genellikle Denver'da, Los Angeles'ta ya da Atlanta'da

2. Moran, s. 122.

yaşayan bir akraba (kısacası, bizden çok uzakta ve uygun bir fırsat çıktığında Şükran Günü'nde görme şansına kavuşacağımız birisi) olur. Bu "birisi" yaşamımıza her gün giren ve önemli rol oynayan, özetle ailenin ferdi olan bir insandır. Amerikan kültürü aile fikrine kuvvetle karşı çıkmakla birlikte, yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olan ve ondan vazgeçmek istemediğimiz bir geçmiş yadigârı hâlâ vardır. Şimdi Mr. Horn'un reklamlarına gelelim. Bunlar, eskiden geçerli olan, ailenin bir araya toplanmasının yerini telefon hattının ikame edeceği, akrabaların birbirleriyle yakın olmalarıyla ilgili yeni bir tanım ortaya atan otuz saniyelik sıkıcı nasihatlerdir. Ayrıca bu reklamlar; otomobiller, jet uçakları ve aileyi torpilleyen diğer araçlarla paramparça olan akrabalar açısından yeni bir aile birliği anlayışı getirmektedir. Bu reklamları analiz eden Jay Rosen şu gözlemlerde bulunmaktadır: "Horn'un bir şey söylemekle ilgilendiği yok, onun iletecek bir mesajı yok. Onun amacı Bell hakkında enformasyon sağlamak değil, milyonlarca Amerikalının yaşamlarındaki kopmuş bağları telefonla ikame edebilecekleri duygusunu uyandırmak... Horn kendini ifade etmiyor. Siz de kendinizi ifade etmiyorsunuz. Sizi Horn ifade ediyor."[3]

Bütün önemli televizyon reklamlarının öğrettiği ders budur: Reklamlar bir slogan, bir sembol ya da izleyicilere kendileriyle ilgili kapsamlı ve cazip imaj yaratan bir odak noktası sunar. Parti politikasından televizyon politikasına geçiş yaparken varılmak istenen amaç budur. Başkan, Vali ya da Senatör olarak en çok kimin uygun olduğunu bilmemize olanak tanınmaz, ama en çok hangisinin imajının, bizim hoşnutsuzluklarımızın derinliklerine ulaşıp yatıştıracağını gösterir. Televizyon ekranına bakar ve *Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler*'deki Kraliçe'nin oburluğuyla "Ayna, ayna, en güzel hangimiz?" diye sorarız. Oylarımızı daha çok, ekranda yansıyan imajıyla kişiliği, aile yaşamı ve tarzı, Kraliçe'nin al-

3. Rosen, s. 162.

dığından daha iyi bir yanıt sunanlara veririz. Xenophanes'in yirmi beş yüzyıl önce söylediği gibi, insanlar tanrılarını daima kendi hayallerindeki gibi yaratırlar. Ancak televizyonun buna ekleyecek yeni bir yöntemi vardır: Muhtemel tanrılar kendilerine, izleyicilerin onlardan olmasını istedikleri imaja göre yeniden şekil vereceklerdir.

Dolayısıyla, imaj politikası kendi çıkarı doğrultusunda oy verme fikrini korurken, "kendi çıkarını düşünme"nin anlamını da değiştirir. Büyük Tim Sullivan ile benim babam kendi çıkarlarını temsil eden partiye oy vermişlerdi, ancak "çıkarlar" sözcüğü onlar açısından elle tutulur bir şeyi (himaye, kayırmacılık, bürokrasiden kurtulma, sendikası ya da birliğine verilen destek, yoksul aileler için Şükran Günü hindileri) temsil ediyordu. Bu ölçütle değerlendirildiğinde, Amerika'da aklını kullanarak oy kullanan kesim olarak herhalde yalnızca siyahlar kalmışlardır. Yoksa çoğumuz çıkarlarımıza bakarak oy veririz, ama bunlar ağırlıkla sembolik çıkarlar, deyiş yerindeyse psikolojik nitelikli çıkarlardır. Televizyon reklamları gibi imaj politikası da bir terapi biçimidir ve bu yüzden çekiciliğe, iyi görünüşe, ünlü olmaya ve kişisel itiraflara büyük önem verir. Abraham Lincoln'ün gülümseyen tek bir fotoğrafının bulunmadığını, karısının kesinlikle bir psikopat olduğunu, kendisinin uzun depresyon nöbetleri geçirdiğini hatırlamak akıllıca bir düşüncedir. Lincoln'ün kişiliği imaj politikasına pek uygun düşmezdi. Aynamızda bu kadar karanlık ve eğlenceli olmayan görüntüler izlemeyi de istemeyiz doğrusu. Benim dikkat çekeceğim nokta, televizyon reklamı nasıl psikolojik etkiye ağırlık verip ürünle ilgili gerçek bilgileri atlıyorsa, imaj politikasının da aynı dürtüyle gerçek politik nedenlere hiç aldırış etmediğidir.

Sonuç olarak diyebiliriz ki imaj politikasında tarihin oynayabileceği ciddi bir rol yoktur. Zira tarih, ancak geçmişin şimdiki zamanı besleyen geleneklere sahip modellerle donanmış olduğu düşüncesini ciddiye alan insanlar için bir değer taşır. Thomas Carlyle'nin deyişiyle, "Geçmişte bir dünya yatar, gri

bir sis tabakasından oluşan bir boşluk değil." Ne var ki Carlyle bu sözleri, kitabın ciddi kamusal söylemlerin başlıca aracı (medium) olduğu günlerde yazmaktaydı. Bir kitap *bütün* tarihtir. Kitap, kendisinden önce ya da kendisinden itibaren başka hiçbir araçta (medium) görülmediği kadar bütünlüklü ve yararlı bir geçmişin var olduğu duygusunu güçlendirir. Kitapların konuştuğu bir ortamda tarih, Carlyle'nin anladığı biçimiyle, yalnızca bir dünya değil, aynı zamanda canlı bir dünyadır. Gölgede kalan, şimdiki zamandır.

Oysa televizyon ışık hızıyla yayılan bir araç (medium), şimdiki zamanı merkezine alan bir araçtır. Televizyonun grameri –öyle denebilirse eğer– geçmişe hiçbir alan bırakmaz. Hareketli resimlerde sunulan her şeyde "şimdi" olan bir şey yaşanmaktadır ve bu yüzden izlediğimiz bir video kasetinin aylar önce hazırlanmış olduğu bize *dille* (sözle) anlatılmalıdır. Bundan başka, atası telgraf gibi televizyon da parça parça enformasyonları iletmeye (onları derlemeye ve düzenlemeye değil) gerek göstermektedir. Carlyle, kendi hayal edebildiğinden bile daha çok kehanette bulunmuştu: Bütün televizyon ekranlarının zeminindeki boşluğu meydana getiren gri sis, o aracın (medium) yarattığı tarih nosyonuna çok uygun düşen bir metafordur. Gösteri ve imaj politikası çağında politik söylemin yalnız ideolojik içeriği değil, tarihsel içeriği de boşaltılmıştır.

1980 Nobel Edebiyat Ödülü'nü kazanan Czeslaw Milosz, Stockholm'de düzenlenen ödül törenindeki konuşmasında, çağımızın "hatırlamayı reddetme"yle karakterize edildiğini belirtiyor, birçok şeyin yanı sıra Yahudi kıyımının gerçekleştiğini de reddeden yüzden fazla basılı kitap bulunduğunu acıyla aktarıyordu. Kanımca tarihçi Carl Schorske de tarih artık hiçbir işe yaramadığı için modern beyinlerin tarihe kayıtsız kalarak yetiştiğine dikkat çekerken hakikate bir hayli yaklaşmış oluyordu; başka bir deyişle, tarihin gerilemesine yol açan etken inatçılık ya da cehalet değil, tamamen ilgisizlik duygusudur. Televizyonun Bill Moyers'ı da şunları söyledi-

ği zaman hakikate biraz daha yaklaşır: "Kendi işimin.. bu endişe verici hafıza kaybı çağına katkıda bulunmasından kaygılıyım... Biz Amerikalılar son yirmi dört saatte olan her şeyi biliyoruz, ama son altı bin yıl ya da son altmış yılla ilgili bilgilerimiz çok sınırlıdır."[4] Terence Moran, "Yapısı gereği imajı ve parçayı (fragment) güçlendirmeye yatkın olan medyayla tarihsel bir perspektif edinemeyiz" derken tam hedefi vurmaktadır. Moran'a göre, kalıcılık ve bir bağlam olmayınca "elde bulunan bilgi parçaları mantıklı ve tutarlı bir bütün oluşturacak şekilde birleştirilemez".[5] Hatırlamayı reddetmediğimiz gibi, hatırlamayı tamamen yararsız buluyor da değiliz. Onun yerine, hatırlamaya uygun varlıklar olmaktan çıkarılıyoruz. Çünkü, hatırlamak nostaljiden daha fazla bir şeyse eğer, kesinlikle bir bağlamsal temel (bir kuram, bir bakış, bir metafor); olguların onun için düzenlenip modellerin ondan çıkarılabileceği *bir şey* gerektirir. İmaj politikası ve anlık haberler ise böyle bir bağlam sunmaz. Bir ayna yalnızca bugün giydiklerinizi yansıtır. Dün giydikleriniz konusunda sessizdir. Televizyonla kafamızı süreksiz, tutunumsuz bir şimdiki zamana gömeriz. "Tarih" der Henry Ford, "boş laftır." Henry Ford tipografik bir iyimserdi. Elektrik İdaresi ise "Tarih yoktur" diye yanıt verir.

Bu varsayımların bir anlamı varsa, o zaman Orwell bu noktada, en azından Batı demokrasileri açısından bir kez daha yanılmıştır. Orwell tarihin yıkılışını önceden görmüştü, ama bunu devletin yapacağına, Hakikat Bakanlığı türünde bir kurumun sistemli biçimde işe yaramayan olguları yasaklayıp geçmişin kayıtlarını sileceğine inanıyordu. Modern Okyanusya olan Sovyetler Birliği'nin tuttuğu yol kesinlikle budur. Ancak Huxley'in daha doğru öngörüsüyle, hiçbir şeyin kaba yolla uygulanmasına ihtiyaç duyulmayacaktır.

4. Ulusal Yahudi Yayın Arşivi'nin düzenlediği bir konferans vesilesiyle New York City'deki Yahudi Müzesi'nde 27 Mart 1984 tarihinde yapılan bir konuşmadan aktarılmıştır.
5. Moran, s. 125.

Halka bir imaj, ivedilik ve terapi politikası sunmayı amaç edinmiş, görünüşte hayırlı gibi gelen teknolojiler, tarihi aynı derecede başarılı biçimde, belki daha kalıcı olarak ve hiçbir itirazla karşılaşmadan yok edebilirler.

Televizyonun ve diğer imaj yansıtma araçlarının liberal demokrasinin temelini (yani, enformasyon özgürlüğünü) nasıl tehdit ettiklerini anlamak istiyorsak Huxley'e (Orwell'a değil) bakmamız gerekmektedir. Orwell devletin, kaba kuvvet aracılığıyla, özellikle kitapları yasaklayarak enformasyon akışını denetim altına alacağını öne sürerken oldukça haklıydı. Orwell bu kehanetiyle tarihin yanında saf tutmuştu. Çünkü kitaplar, iletişim tablosunun önemli bir parçasını oluşturdukları her yerde çeşitli derecelerde sansüre tabi tutulmuşlardı. Antik Çin'de Konfüçyüs'ün *Analects*'i İmparator Chi Huang Ti'nin emriyle imha edilmişti. Ovid'in Roma'da Augustus'un okunmasını yasaklaması, bir ölçüde onun *Ars Amatoria*'yı yazmış olmasından kaynaklanıyordu. Kalıcı entelektüel üstünlük ölçütlerine sahip olan Atina'da bile kitaplara bazen dehşetle bakılıyordu. Milton *Areopagitica*'da, Klasik Yunanistan'da kitap sansürü örneklerinin mükemmel bir değerlendirmesini yapar (bunlar arasında, söylevlerinden birine tanrıların olup olmadığını bilmediği itirafıyla başlaması yüzünden kitapları yakılan Protagoras da vardır). Gene de Milton, kendi çağından önceki bütün örneklerde yalnızca "sulh yargıcının titizlikle ayırdığı" iki tip kitap (tanrıya küfreden kitaplarla tanrıyı kötüleyen kitaplar) bulunduğunu gözden kaçırmayacak kadar dikkatlidir. Milton bu noktayı özellikle vurgular, çünkü, bu satırları Gutenberg'den neredeyse iki yüzyıl sonra yazarken, kendi çağının sulh yargıçlarının akla gelen her konuda kitap basılmasına göz yummayacaklarını bilir. Başka bir deyişle Milton, sansür görevlisinin esas mesleğine matbaayla kavuştuğunu, aslında enformasyonun ve fikirlerin Matbaa Çağı'nın olgunlaşmasına kadar derin bir kültürel problem haline gelmediğini bilmektedir. Yazıya dökülmüş bir söz ne

kadar tehlikeli olursa olsun, basılı bir materyale dönüştüğü zaman yüz kat daha tehlikelidir. Kaldı ki tipografinin yarattığı problemin farkına çok daha erken varılmıştır. Buna örnek olarak, aykırı kitapları toplatmak için Star Chamber'a* yetki veren VIII. Henry'yi gösterebiliriz. I. Elizabeth, Stuartlar ve Gutenberg'den sonraki diğer monarklar da farkındaydı bunun. Sözgelimi, ilk *Index Librorum Prohibitorum* Papa IV. Paul döneminde çıkarılmıştı. David Riesman'ın sözlerini biraz değiştirerek yorumlarsak, matbaanın egemen olduğu bir dünyada enformasyon zihnin barutudur; sansürcünün görevi de sıkı elbiseleriyle bu barutun patlamasını önlemek.

Demek ki Orwell, basılı materyalleri hükümetin denetlemesinin Batı demokrasileri açısından ciddi bir tehdit oluşturduğunu öngörmekteydi. Oysa iki noktada da yanılmıştı. (Tabii, Rusya, Çin ve diğer elektronik-öncesi kültürler söz konusu olduğunda iki noktada da haklıydı.) Doğrusu Orwell, Matbaa Çağı'na ait olan (ve Amerika Birleşik Devletler Anayasası'nı yazan insanların da temel aldıkları) aynı sorunun üzerinde durmaktaydı. Amerikan Anayasası, en özgür insanların kendi cemaatlerine bir broşür, bir gazete aracılığıyla ya da konuşarak ulaşabildikleri bir dönemde kaleme alınmıştı. Politik fikirlerini, yeterince denetleyebildikleri biçimler ve bağlamlarda birbirleriyle paylaşacak konumdaydılar. Dolayısıyla en büyük kaygıları hükümetin tiranca uygulamalara yönelmesi olasılığıydı. Haklar Bildirgesi, büyük ölçüde, hükümetin enformasyon ve fikir akışını kısıtlamasını önlemeyi amaçlayan bir metindir. Oysa onun yaratıcıları, hükümetin zorbalığının bambaşka türde bir problemle, şöyle ki, televizyon sayesinde Amerika'da kamusal söylem akışını denetleyen şirketlerle aşılabileceğini kestirememişlerdi. Buna (en azından burada) hiçbir itirazım yok ve şirketlere karşı bilinen eleştirileri sıralamaya niyetli de değilim. Benim endişeyle vurgulamak

* İngiltere'de eskiden sınırsız yetkilerle donatılmış olan ve 1641'de feshedilen mahkemeye verilen ad. (ç.n.)

istediğim nokta, Annenberg İletişim Okulu Dekanı George Gerbner tarafından da çok iyi ifade edilmişti:

> Televizyon bütün insanlara genel bir öğretim programı sunan, bir tür gizli vergiyle finanse edilen ve özel bir Kültür Bakanlığı'nın (üç kanallı) yönettiği yeni devlet dinidir. Bu vergiyi gerçekten televizyon izlerken ve izleyip izlememek umurunuzda olmadığı zaman değil, banyo yaparken ödersiniz.[6]

Gerbner aynı denemenin daha önceki bir yerinde de şunları söylüyordu:

> Özgürlük televizyonu kapatarak elde edilemez. Televizyon çoğu insanın gece ya da gündüz en çok hoşlandığı şeydir. Biz, ezici çoğunluğun düğmeyi kapatmayacağı bir dünyada yaşıyoruz. Mesajı bu kutudan almasak bile, başka insanlardan nasılsa alırız.

Profesör Gerbner'in bu cümlelerle, "Kültür Bakanlığı"nı idare eden insanların sembolik dünyamızın yönetimini devralacakları bir gizli komplo bulunduğunu anlatmaya çalıştığını sanmıyorum. Annenberg İletişim Okulu'nun üç kanalın yönetimini üzerine alırsa, izleyicilerin bu değişikliğin farkına bile varmayacaklarını söylediğimde Gerbner'in benimle aynı fikirde olacağından bile kuşkuluyum. Bence Profesör Gerbner'in söylemek istediği (ki *ben* de bunu kastediyorum), Televizyon Çağı'nda enformasyon ortamımızın 1783'tekinden tamamen farklı olduğu, televizyon bolluğunun hükümet kısıtlamalarından daha korku verici olduğu, aslında şirket Amerikası'ndan yayılan enformasyondan kendimizi korumanın hiçbir yolunun olmadığı, bu yüzden özgürlük savaşlarının eskisine göre farklı alanlarda verilmesi gerektiğidir.

---

6. 26 Nisan 1982'de New York, Saugerties'de yapılan 24. Medya Ekoloji Kongresi'ndeki bir konuşmadan aktarılmıştır. Dekan Gerbner'in görüşlerinin tam bir dökümü için bkz. "Television: The New State Religion", *Et cetera* 34:2 (Haziran, 1977), s. 145-150.

Örneğin, geleneksel sivil özgürlükçülerin okul kütüphanelerindeki ve okulların öğretim programlarındaki kitap yasaklamalarına karşı çıkmalarının bugün büyük ölçüde havada kaldığı düşüncesini ortaya atacağım. Sansür gibi hareketler elbette bizleri kızdırır ve karşı çıkılmalıdır. Ama artık en ufak bir önemleri de kalmamıştır. Daha kötüsü, kamusal sivil özgürlükçüleri yeni teknolojilerin iddialarıyla ilintili sorunların üzerine gitmekten alıkoyduğuna bakılırsa, yanıltıcı bile olmaktadırlar. Açık bir dille ifade edersek, bir öğrencinin okuma özgürlüğü, Long Island'da, Anaheim'de ya da başka bir yerde kitap yasaklanmasından ciddi biçimde zarar görmez. Oysa Gerbner'in ileri sürdüğü gibi, televizyon öğrencinin okuma özgürlüğünü açıkça kısıtlar ve bunu, deyiş yerindeyse, masumca davranışlarla yapar. Televizyon kitapları yasaklamaz, sadece onların yerine geçer.

Sansüre karşı mücadele, büyük ölçüde yirminci yüzyılda kazanılmış olan, on dokuzuncu yüzyıla ait bir sorundur. Şimdi yüz yüze geldiğimiz sorun ise televizyonun ekonomik ve sembolik yapısının gündeme getirdiği sorundur. Televizyonu idare edenler enformasyon elde etme olanağımızı kısıtlamaz, tam tersine genişletirler. Bizim Kültür Bakanlığımız Orwellci değil, Huxleycidir. Hiç aralıksız izlememizi cesaretlendirmek için elinden gelen her şeyi yapar. Oysa izlediğimiz şey, enformasyonu basitleştirilmiş, tözsel ve tarihsel içerikleri boşaltılmış, bağlamından koparılmış biçimde sunan; yani, enformasyonu eğlence paketine sokan bir araçtır (medium). Amerika'da kendimizi eğlendirme fırsatları asla ortadan kaldırılmaz.

Her türden tiranlar, hoşnutsuzluğu yatıştırma aracı olarak kitleleri eğlenceye boğmanın yararının her zaman farkında olmuşlardır. Ancak tiranların çoğu da kitlelerin eğlendirici olmayan şeylere aldırış etmeyecekleri bir durumun doğacağını rüyalarında bile göremezlerdi. Bu yüzden tiranlar sansüre hep bel bağlamışlardır ve hâlâ da bağlamaktadırlar. Sansür, her şey bir yana, tiranların, bir halkın ciddi söylem ile

eğlence arasındaki farklılığı bildiği –ve buna özen gösterdiği– varsayımına ödedikleri borçtur. Geçmişin bütün kralları, çarları ve führerleri (ve günümüzün komiserleri), her türlü politik söylem bir jest biçimini aldığı zaman sansüre gerek kalmayacağını bilmiş olsalardı sevinçten deliye dönerlerdi.

10
Eğlendirici Bir Faaliyet Olarak Öğretim

1969'da yayına başladığı zaman, çocukların, anne babaların ve eğitimcilerin severek benimseyecekleri "Susam Sokağı"ndan daha sağlam bir girişim olamazdı. Çocuklar programı sevdiler, çünkü izledikleri reklamlardan onun televizyondaki en ustaca hazırlanmış eğlence programı olduğunu seziyorlardı. Henüz okula gitmeyen, hatta okula yeni başlamış çocuklar açısından bir televizyon dizisinden bir şeyler *öğrenmiş* olmak fikri tuhaf görünmüyordu. Üstelik televizyonun onları eğlendirmesi çok olağan sayılıyordu.

Anne-babaların "Susam Sokağı"nı sevmelerinin çeşitli nedenleri vardı. Bu nedenlerden birisi, çocuklarının televizyon

izlemelerini kısıtlayamamalarından ya da kısıtlamamalarından dolayı kapıldıkları suçluluk duygusunu hafifletmesiydi. "Susam Sokağı", dört ya da beş yaşındaki bir çocuğun kendisi için hiç doğal olmayan bir şekilde saatlerce televizyon ekranının önüne çakılıp kalmasına izin vermeyi haklı gösterir gibiydi. Anne-babalar televizyonun çocuklarına kahvaltıda hangi yiyeceğin en fazla çıtırdadığının dışında bir şeyler öğretebileceği umuduna sarılmışlardı. Aynı zamanda "Susam Sokağı", onları okul-öncesi yaşlardaki çocuklarına okumayı öğretme yükümlülüğünden kurtarıyordu (çocukları başbelası olarak görmeye yatkın bir kültürde hiç de önemsiz bir konu değildir bu). Ayrıca "Susam Sokağı"nın, bazı eksikliklerine rağmen, Amerika'da egemen olan ruhla tamamen uyum içinde olduğunu açıkça görebiliyorlardı. Programda şirin kuklalara, ünlü kişilere, tatlı ezgilere ve hızlı geçişlere yer verilmesinden çocukların zevk alacağı kesindi ve program buna bağlı olarak çocukların eğlenceyi seven bir kültüre girmeye yeterince hazırlanmalarına hizmet edecekti.

Eğiticilere gelince, "Susam Sokağı"nı genel olarak onlar da onaylıyorlardı. Eğitimciler, yaygın olan inancın tersine, özellikle eğitimin yeni teknikler sayesinde daha etkili olabileceği kendilerine anlatılırsa yeni yöntemleri uygulamaya yatkındırlar. (Bu nedenle "öğretmensiz" ders kitapları, standart haldeki testler ve şimdi mikrobilgisayarlar gibi fikirler öğrenci sınıflarında büyük bir memnuniyetle karşılanmıştır.) "Susam Sokağı", bir yandan giderek ağırlaşan bir sorun olan, Amerikalılara okumayı öğretme probleminin çözülmesinde, öbür yandan çocuklara okulu sevdirmekte yardımcı olacak gibi görünüyordu.

"Susam Sokağı"nın çocuklara okul sevdirmesinin tek yolunun, okulların "Susam Sokağı"na benzemesi olduğunu şimdi biliyoruz. Demek ki şimdi, "Susam Sokağı"nın geleneksel öğretim fikrinin temsil ettiği düşünceyi yerle bir ettiğini de biliyoruz. Bir öğrenci dersliği toplumsal bir etkileşim yeri olduğu halde, bir televizyon aygıtının önündeki mekân özel

bir alandır. Derslikte öğretmene sorular sorulabildiği halde, televizyon ekranına hiçbir şey sorulamaz. Okul dilin gelişmesini merkez aldığı halde, televizyon dikkatleri görüntüye çekmektedir. Okula gitmek yasal bir zorunluluk olduğu halde, televizyon izlemek tercihe bağlıdır. Okulda öğretmeni takip etmemek cezalandırılma riskini göze almayı gerektirdiği halde, televizyon ekranını takip etmemenin hiçbir cezası yoktur. Okuldaki davranışlar genel terbiye kurallarına uymayı gerektirdiği halde, televizyon izlemenin buna benzer yükümlülükleri ve genel terbiye anlayışı yoktur. Derslikte eğlence asla bir amacın aracı olmaktan öteye gidemediği halde, televizyonda eğlence kendi başına bir amaçtır.

Gene de "Susam Sokağı" ile onun yavrusu olan "The Electric Company", geleneksel derslikle gıyabında dalga geçtikleri için suçlanamazlar. Derslikte artık öğrenim açısından sıkıcı ve tekdüze bir ortam oluşmaya başlamışsa, bundan Children's Television Workshop değil, televizyonu icat edenler sorumlu tutulmalıdır. Televizyon programlarını iyileştirmeyi amaçlayanlardan dersliğin yararına olan şeylerle ilgilenmelerini pek bekleyemeyiz. Onlar, televizyonun yararına olan şeylerle ilgilenmektedirler. Bu demek değildir ki "Susam Sokağı"nın eğitici bir işlevi yoktur. Esasında, her televizyonun eğitici olması anlamında, ondan başka bir işlevi yoktur. Nasıl kitap (hangi türü olursa olsun) okumayı öğrenmeye katkıda bulunan bir adım sayılırsa, bir televizyon programı izlemek de aynı işlevi görür. "The Little House on the Prairie", "Cheers" ve "The Tonight Show" adlı programlar, televizyon stili öğrenim denebilecek eğitimi güçlendirmekte en az "Susam Sokağı" kadar etkilidirler. Ve televizyon stili öğrenim, kendi doğası gereği, kitaptan öğrenme ya da onun evlatlığı sayılan okul öğrenimi denen eğitime düşmandır. "Susam Sokağı"nı herhangi bir şeyden dolayı suçlayacaksak, bu, kendini dersliğin bir müttefikiymiş gibi gösterme çabasına girdiği suçlaması olmalıdır. Bir televizyon programı, üstelik iyi bir program olarak "Susam Sokağı", ne çocukları okulu

sevmeye özendirir ne de okulla ilgili başka bir şeye. "Susam Sokağı" gibi bir televizyon programı çocukları, televizyonu sevmeye özendirir.

Kaldı ki, "Susam Sokağı"nın çocuklara harfleri ve sayıları öğretip öğretmediğinin konumuzla hiçbir ilgisinin bulunmadığı da eklenmelidir burada. John Dewey'in "bir dersin içeriği öğrenimin en önemsiz yanıdır" şeklindeki gözlemi bizim yolumuza ışık tutabilir. John Dewey *Experience and Education*'da şunları da yazmaktadır: "Pedagojik safsataların en büyüğü, herhalde bir insanın ancak ders dinlerken öğrendiği düşüncesidir. Kalıcı davranışların şekillenmesi biçimindeki tamamlayıcı öğrenim.. büyük ihtimalle ve genellikle, imla dersinden de, coğrafya veya tarih dersinden de daha önemlidir... Çünkü gelecek açısından asıl önem taşıyan, bu kalıcı davranışlardır."[1] Başka bir deyişle, öğrenilen en önemli şey, her zaman için *nasıl* öğrenildiğini gösteren bir derstir. Dewey'in başka bir yerde yazdığı gibi, böylece ne yapacağımızı öğreniriz. Televizyon, çocuklara televizyon izlemenin onlardan talep ettiği şeyleri yapmalarını öğreterek eğitir. Ve kitap okumak bir sahne gösterisini izlemekten ne kadar farklıysa, televizyon izlemenin gereklilikleri de bir sınıfta ders dinlemenin gereklerinden o kadar farklıdır.

Eğitim sisteminin nasıl düzeltileceği yeni önerilere bakarak kararlaştırılamazsa da bu nokta (kitap okuma ile televizyon izlemenin, öğrettikleri şeyler bakımından birbirinden apayrı yollar oluşturması) bugünkü Amerika'da eğitimin temel sorunudur. Aslında Amerika, Batı eğitimindeki üçüncü büyük kriz diye düşünülebilecek aşamanın başlıca örneğidir. İlk büyük eğitim kriziyle M.Ö. beşinci yüzyılda, Atinalılar sözel bir kültürden alfabeyle yazmaya dayalı bir kültüre geçtikleri zaman karşılaşılmıştı. Bunun anlamını yakalamak için Platon'u okumamız gerekmektedir. İkinci büyük kriz on altıncı yüzyılda, matbaanın gelişmesi sonucunda

1. Dewey, s. 48.

Avrupa köklü bir transformasyon geçirdiği zaman çıkmıştı. Bunun anlamını yakalamak için John Locke'u okumamız gerekmektedir. Üçüncü kriz ise şimdi, Amerika'da, elektronik devriminin, bilhassa televizyonun icadının sonucunda yaşanmaktadır. Bunun anlamını yakalamak için de Marshall McLuhan'ı okumamız gerekmektedir.

Biz şimdi, ağır hareket eden basılı sözler etrafında örgütlenmiş bir eğitimin varsayımlarının hızla çözülerek zayıflaması ve bununla aynı derecede olmak üzere ışık hızıyla yayılan elektronik görüntülere dayalı yeni bir eğitimin hızla kendini göstermesiyle karşı karşıyayız. Her ne kadar aralarındaki bağ hızla çözülüyorsa da derslik şu anda hâlâ basılı sözlerle bağlıdır. Bu süreçte, kendisinden önceki büyük teknolojik araca hiçbir ödün vermeden ve gerek yeni bilgi anlayışlarını gerekse yeni anlayışların şekillenme biçimlerini yaratarak televizyon öne fırlamaktadır. Şu anda Amerika Birleşik Devletleri'nde izlenmekte olan köklü eğitim atılımının sınıflarda değil evde, televizyon aygıtının önünde gerçekleştiğini ve okul yöneticileriyle öğretmenlerin yetki alanında değil, televizyon kanalı yöneticileriyle komedyenlerin alanında meydana geldiğini söylemek tamamen yerinde olur. Bu durumun bir komplonun ürünü olduğunu, hatta televizyonun denetimini elinde bulunduranların bu sorumluluğu yüklenmeyi istediklerini kastediyor değilim. Benim tek söylemek istediğim, alfabe ya da matbaa gibi televizyonun da gençlerimizin zamanı, dikkati ve bilme alışkanlıklarını denetleme gücü sayesinde, gençlerin eğitimini denetleme gücünü yakalamış olduğudur.

Dolayısıyla televizyonu bir öğretim programı (curriculum) diye adlandırmanın uygun olacağı kanısındayım. Sözcükten anladığım kadarıyla, bir öğretim programı özel olarak kurulmuş bir enformasyon sistemidir ve gençlerin zihinleri ile karakterlerini etkilemeyi, eğitmeyi, yetiştirmeyi ya da bir şeyler aşılamayı amaçlar. Elbette televizyon bunu eksiksiz biçimde ve insafsızca yapar. Ve böylece okuldaki öğretim programıyla başarıyla boy ölçüşür. Demek istediğim, o lanet

olası kutunun okul öğretimini neredeyse tamamen gölgede bıraktığıdır.

Teaching as a Conserving Activity adlı daha önceki kitabımı tamamen iki öğretim programının (televizyon ve okul) uzlaşmaz niteliğinin ayrıntılı irdelenmesine ayırdığımdan, okuru ya da kendimi, bu analizi tekrar ederek sıkmayacağım. Ancak o kitapta yeterince vurgulayamadığımı sandığım ve bu kitapta temel önem taşıyan iki noktayı hatırlatmak isterim. İlk değinmek istediğim nokta, televizyonun eğitim felsefesine başlıca katkısının, öğretim ile eğlencenin birbirinden ayrılamayacağı fikri olduğudur. Bu bütünüyle özgün anlayışa, Konfüçyüs'ten Platon'a, Cicero'dan Locke'a veya John Dewey'e kadar eğitim söylemlerinin hiçbirinde rastlanmaz. Eğitim literatürünü karıştırırsanız, çocuklara bir şeyler öğretmenin en iyi yolunun öğrendikleri şeylerle ilgilenmelerini sağlamak olduğu doğrultusunda iddialarla karşılaşırsınız. Aklın en iyi ürünlerini sıkı bir duygusal toprakta kök saldığı zaman verdiğinin söylendiğini (Platon ile Dewey bu noktayı vurgulamışlardır) görürsünüz. Hatta, bazı insanların, öğrenimin en çok sevecen ve iyi huylu bir öğretmenle kolaylaştığını söylediklerine rastlarsınız. Ancak, öğrenimin yalnızca eğitim eğlenceye çevrildiği zaman etkili, kalıcı ve hakikaten başarılı olduğunu şimdiye kadar hiç kimse söylememiş, hatta ima bile etmemiştir. Eğitim felsefecileri, zorunlu olarak kısıtlamalar konmasını gerektirdiğinden kültürel etkilenmenin aslında zor olduğunu varsaymışlar; öğrenimin devamlı olması gerektiğini, azimli olma ile belli ölçülerde ter dökmenin vazgeçilmez önem taşıdığını, bireysel zevklerin grup birliğinin çıkarlarıyla iç içe geçirilmesine gerek duyulduğunu, eleştirel öğrenim ile kavramsal ve kuralcı düşüncenin gençleri zorladığını, ama öbür yandan yoğun çabaların ürünü olan zaferler de getirdiğini ileri sürmüşlerdir. Cicero da eğitimin amacının, öğrenciyi, gençler gibi her şeyin tam tersini yapmaya olağanüstü çaba harcayanların, yani şimdiki zamana ayak uyduramayanların

nefret ettikleri şimdiki zamanın tiranlığından kurtarmak olduğunu söylemişti.

Televizyon bütün bunlara tatlı ve –önceden söylemiş olduğum gibi– özgün bir alternatif sunar. Televizyonun sunduğu eğitim felsefesini üç emrin oluşturduğunu söyleyebiliriz. Etkisi "Susam Sokağı"ndan "Nova" ve "The National Geographic" belgesellerine ya da "Fantasy Island"a kadar her türlü televizyon programında gözlemlenebilen bu emirler şöyle sıralanabilir:

Hiçbir önkoşul öne sürmeyeceksin: Her televizyon programı kendi başına eksiksiz bir paket olmalıdır. Hiçbir ön bilgiye gerek duyulmamalıdır. Öğrenimin hiyerarşik karakter taşıdığı, bir temel üzerinde kurulmuş bir yapıdan meydana geldiği ima bile edilmemelidir. Öğrenen kişinin herhangi bir konuya önyargısız girmesine olanak tanınmalıdır. Bu yüzdendir ki hiçbir televizyon programının, izleyici önceki programları seyretmemişse bu programı izlemesinin anlamsız olacağı şeklinde bir uyarıyla başladığını duyamaz ya da göremezsiniz. Televizyon derecelendirilmemiş bir öğretim programıdır ve herhangi bir zamanda herhangi bir nedenle hiç kimseyi dışlamaz. Başka bir deyişle, eğitimde devamlılık ve kalıcılık fikrini yok eden televizyon, devamlılık ile kalıcılığın düşünceyle ilintili şeyler olduğu fikrini de temelinden yıkar.

En ufak bir kafa karışıklığına yol açmayacaksın: Televizyon öğretiminde kafa karışıklığı, seyir oranının düşmesinin temel nedenlerindendir. Kafası karışık bir öğrenci başka kanalı açacak olan bir öğrencidir. Bu demektir ki hatırlanması, incelenmesi, uygulanması ve en kötüsü kalıcı olması gereken hiçbir şey bulunmamalıdır. Öğrenen kişinin rahat etmesi –gelişmesi değil– daha önde geldiğinden her enformasyon, öykü ya da fikrin hemen algılanabileceği düşünülmektedir.

Mısır'ın başına musallat olan on bela gibi yorumlardan uzak duracaksın: Kalıcılık ve kafa karışıklığı dahil olmak üzere televizyonla öğretimin düşmanları içerisinde en korkutucusu yorumdur. Argümanlar, hipotezler, değerlendirmeler, nedenler, çürütmeler ya da akıl yürütmeye dayalı söylemin diğer gelenek-

sel araçları televizyonu radyoya, daha kötüsü üçüncü sınıf bir basılı materyale çevirir. Demek ki televizyonla öğretim daima hareketli görüntüler ve müzik eşliğindeki öykü anlatma biçimine bürünür. Bu, "Uzay Yolu"nun olduğu kadar "Cosmos"un, "Different Strokes"ın, "Susam Sokağı"nın ve "Nova" gibi televizyon filmlerinin de karakteristik özelliğidir. Televizyonda hem görselleştirilemeyen hem de teatral bir çerçeveye oturtulamayan hiçbir şey öğretilmez.

Önkoşulsuz, kafa karıştırmayan ve yorumsuz bir eğitime verebileceğimiz en doğru isim eğlencedir. Ve bir Amerikan gencinin zamanını, uyumanın dışında, televizyon izlemekten başka hiçbir etkinliğin doldurmadığı düşünüldüğünde, şimdi öğrenme yönünde toplu bir eğilim bulunduğu sonucunu çıkarmaktan kaçamayız. Vurgulamak istediğim ikinci noktanın kaynağı da burasıdır: Bu yeni yönelişin sonuçları, hem öğrenci dersliğinin etki gücünün gerilemesinde hem de, paradoksal olarak, dersliğin yeni bir şekle sokulup öğretim ile öğrenimin müthiş eğlenceli faaliyetler olmasının tasarlandığı bir yere çevrilmesinde gözlemlenecektir.

Dersliğe bir rock konseri yeri biçimini veren Philadelphia'daki deneyden daha önce söz etmiştim. Ancak bu, eğitimi bir eğlence tarzı olarak tanımlama girişimlerinin en aptalca örneğinden başka bir şey değildir. Öğretmenler, ilkokullardan üniversiteye kadar, derslerinde görsel uyarıcı payını artırmakta, öğrencilerinin altından kalkması gereken yorum miktarını azaltmakta, okuma ve yazma ödevlerini daha az temel almakta, istemeden de olsa öğrencinin ilgisini çekebilecek başlıca aracın eğlence olduğu sonucuna varmaktadırlar. Bu bölümün geriye kalan sayfalarını hiçbir güçlük çekmeden öğretmenlerin dersliklerini ikinci-derece televizyon programlarına çevirme (bazı örneklerde, bilinçsizce) çabalarının örnekleriyle doldurabilirim. Ancak ben buradaki savımı, Yeni Eğitim'in bir sentezi –ilahlaştırılmış biçimi değil– sayılabilecek olan "The Voyage of the Mimi"

adlı programa dayandıracağım. "The Voyage of the Mimi", eğitim alanındaki en prestijli kurumları (Eğitim Bakanlığı, Bank Street College of Education, Kamu Yayıncılığı Sistemi, Holt, Rinehart and Winston yayınevi) bir araya toplayan pahalı bir bilim ve matematik projesinin ismidir. Projenin gerçekleşmesi de parasını daima geleceği olan tasarılara yatırmayı ilke edinmiş Eğitim Bakanlığı'ndan alınan 3.65 milyon dolarlık bağış sayesinde mümkün olmuştur. Ve gelecek, "The Voyage of the Mimi"dir. Bu projeyi özet biçimde tanımlamak için 7 Ağustos tarihli *The New York Times*'ta çıkan şu dört paragrafı aktarayım:

> Seyyar bir balina araştırma laboratuvarının maceralarını anlatan yirmi altı bölümlük bir televizyon dizisine temellenen /bu proje/, televizyon izlemeyi, bol illüstrasyonlu kitaplarla ve bilim adamlarıyla denizcilerin çalışma biçimlerini taklit eden bilgisayar oyunlarıyla birleştirmektedir...
>
> "The Voyage of the Mimi", Maine kıyısı açıklarındaki iri balinaların davranışlarını gözlemlemek amacıyla düzenlenen bir yolculukta, huysuz bir gemi kaptanı ile iki bilim adamına eşlik eden dört genç insanın serüvenlerini anlatan on beşer dakikalık televizyon programlarından oluşur. Orkinos avlayan bir tekneden bozma geminin tayfaları gemiyi yüzdürür, balinaları arayıp bulur ve bir fırtına sonucu geminin tekne kısmının hasar görmesiyle çıktıkları ıssız bir adada hayatta kalmaya çalışırlar...
>
> Her dramatik episodu o konuyla ilgili on beş dakikalık bir belgesel izler. Bu belgesellerden birinde, henüz yirmisine basmamış aktörlerden birisi, Greenport L.I.'da nükleer fizikçi olan ve deniz suyunu dondurarak arıtmanın bir yolunu geliştiren Ted Taylor'u ziyaret eder.
>
> Öğretmenlerin kayda almamakta özgür oldukları ve işlerine geldiği gibi yararlandıkları televizyon programları, öyküden doğal olarak çıkan dört akademik temayı (harita ve gemicilik hünerleri, balinalar ve onların yaşama ortamları, ekolojik sistemler ile bilgisayar dili) bir araya getiren bir dizi kitap ve disketle tamamlanmaktadır.

Televizyon programları PBS kanalı tarafından hazırlanmış, kitaplar ile bilgisayar programları Holt, Rinehart and Winston tarafından temin edilmiş, eğitim uzmanlığı ise The Bank Street College bünyesindeki bir fakülte tarafından sağlanmıştır. Demek ki "The Voyage of the Mimi" programı hafife alınmamalıdır. Eğitim Bakanlığı'ndan Frank Withrow şunları söylemiştir: "Bu programı, yaptıklarımızın amiral gemisi olarak görüyoruz. Diğer programlar da bu modeli izlemeye başlayacaklardır." Projeye katılan herkes coşkuyla doludur; ağızlarından bu projenin yararlarıyla ilgili abartılı iddialar dökülüp durmaktadır. Holt, Rinehart and Winston'dan Janice Trebbi Richards'ın iddiasına bakılırsa, "Yapılan araştırmalar enformasyon dramatik bir ortamda sunulduğu zaman öğrenimin arttığını göstermektedir ve televizyon da bu işi diğer araçlardan daha iyi yapabilir." Eğitim Bakanlığı yetkilileri, üç aracı (televizyon, basılı yayın ve bilgisayarlar) birleştirmenin cazibesinin, ileri derecede düşünme yetilerini geliştirme potansiyeline bağlı olduğunu iddia etmektedirler. Mr. Withrow şunları da söylemektedir: "'The Voyage of the Mimi' gibi projeler mali açıdan önemli tasarruflar sağlayabilir, çünkü yaptığımız her şeyden daha ucuza mal olmaktadır." Mr. Withrow, bu tür projeleri finanse etmenin bir sürü yolu olduğunu da ileri sürüyordu: "'Susam Sokağı'nı ortaya çıkarmak beş-altı yılımızı aldı, ama önünde sonunda tişörtler ve çörek kavanozlarından para kazanmaya başlayabilirsiniz."

"The Voyage of the Mimi"nin neyi temsil ettiğini, bu fikrin özgün olmadığını da aklımızda tutarak zihnimizde canlandırmaya başlayabiliriz. Burada "üç aracı birleştirmek" ya da "multi-medya sunumu" diye adlandırılan şeye, eskiden, genellikle çok mütevazı bir amaçla öğrencilerin öğretim programına ilgilerini arttırmayı hedefleyen ve öğretmenlerin yıllardır kullandıkları şekliyle "görsel-işitsel yardımcı araçlar" denirdi. Bundan başka, yıllar önce Eğitim Dairesi (Bakanlığın o zamanki adı buydu), İngilizceyi yanlış kullanmaya yatkın olan genç insanların çeşitli toplumsal problemlerini

el yordamıyla çözmeye çalıştıkları televizyon dramatizasyonlarından oluşan "Watch Your Mouth" adlı dizi projesi için WNET'e belli bir fon tahsis etmişti. Öğretmenlerin her programla beraber yararlanacakları dersleri dilbilimciler ile eğitimciler hazırlıyordu. Dramatizasyonlar (John Travolta'nın karizmasının belirgin avantajından yararlanan "Welcome Back, Kotter" kadar iyi olmamakla birlikte) etkiliydi, gelin görün ki "Watch Your Mouth"u izlemesi istenen öğrencilerin bu nedenle İngilizceyi kullanmada daha ustalaştıklarını gösteren hiçbir kanıt yoktur. Gerçekten, günlük sponsorlu televizyon programlarında zaten bozuk İngilizce kıtlığı çekilmediğinden, ABD hükümetinin derslikte incelenecek bir kaynak olarak ek saçmalıklar üreten birisine onca para ödemeye kalkmasının nedeni merak konusuydu. Onun yerine David Suskind'in programlarının herhangi birinin video kasetini alsalar, bir İngilizce öğretmeninin bir sömestrlik analiz edilecek malzeme ihtiyacını karşılayacak kadar dil yanlışlığı bulurlardı.

Bununla birlikte, Eğitim Bakanlığı, görünüşe bakılırsa şu inanca dayanarak bir atılım yapmıştır: Gene Ms. Richards'ın sözlerini aktarırsak, "enformasyon dramatik bir ortamda sunulduğu zaman öğrenimin ve televizyonun bu işi diğer araçlardan daha iyi yaptığını gösteren" bol miktarda kanıt vardır. Bu iddiaya verilebilecek en iyi niyetli yanıt, bunun yanıltıcı bir sav olduğudur. George Comstock ile çalışma arkadaşları, televizyonun, bilme süreci dahil olmak üzere davranışlar üzerindeki genel etkilerini konu alan 2.800 incelemeyi gözden geçirmişlerdir ve "enformasyon dramatik bir ortamda sunulduğu zaman öğrenimin arttığı" doğrultusunda ikna edici bir kanıt gösterememektedirler.[2] Aslında, Cohen ve Salomon; Meringoff; Jaceby; Hoyer ve Sheluga; Stauffer; Frost ve Rybolt; Stern; Wilson; Neuman; Katz, Adoni ve

2. G. Comstock, S. Chaffee, N. Katzman, M. McCombs ve D. Roberts, *Television and Human Behavior* (New York: Columbia University Press, 1978).

Parness ile Gunter'in çalışmalarından bunun tam zıddı bir sonuç çıkmaktadır.[3] Örneğin Jacoby ile arkadaşları, sponsorlu televizyon programları ile reklamların otuzar saniyelik bölümleriyle ilgili on iki doğru/yanlış sorusunu izleyicilerden yalnızca yüzde 3.5'inin başarıyla yanıtlayabildiğini saptamışlardı. Stauffer ile arkadaşları, öğrencilerin, televizyon, radyo ve basılı yayınlar aracılığıyla iletilen bir haber programına yanıtlarını incelediklerinde, programda yer alan insanların isimleri ve sayılarıyla ilgili sorulara doğru yanıtların basılı yayınları izleyenlerde kayda değer ölçüde arttığını görmüşlerdi. Stern, televizyondaki bir haber programını izledikten yalnızca birkaç dakika sonra izleyicilerden yüzde 51'inin tek bir haberi dahi hatırlayamadığını bildirmekteydi. Wilson, ortalama televizyon izleyicisinin hayali bir televizyon oyununun içeriğinde bulunan enformasyonların ancak yüzde 20'sini aklında tutabildiği sonucuna varmıştı. Katz ve arkadaşları, televizyon izleyicilerinden yüzde 21'inin bir saatlik yayındaki hiçbir haberi hatırlayamadığını saptıyordu. Salomon ise buna ve diğer incelemelere dayanarak şu sonuca ulaşmıştır: "Televizyondan gelen anlamlar büyük olasılıkla parçalı, somut

3. A. Cohen ve G. Salomon, "Children's Literate Television Viewing: Surprises and Possible Explanations", *Journal of Communication* 29 (1979), s. 156-163; L.M. Meringoff, "What Pictures Can and Can't Do for Children's Story Comprehension", Amerikan Eğitim Araştırma Derneği'nin yıllık toplantısına sunulan tebliğ, Nisan 1982; J. Jacoby, W.D. Hoyer ve D.A. Sheluga, *Miscomprehension of Televised Communications* (New York: The Educational Foundation of the American Association of Advertising Agencies, 1980); J. Stauffer, R. Frost ve W. Rybolt, "Recall and Learning from Broadcast News: Is Print Better?", *Journal of Broadcasting* (Yaz, 1981);, s. 253-262; A. Stern, "A Study for the National Association for Broadcasting", der: M. Barret, *The Politics of Broadcasting, 1971-1972* (New York: Thomas Y. Crowell, 1973); C.E. Wilson, The Effect of a Medium on Loss of Information", *Journalism Quarterly* 51 (İlkbahar, 1974), s. 111-115; W.R. Neuman, "Patterns of Recall Among Television News Viewers", *Public Opinion Quarterly* 40 (1976), s. 118-125; E. Katz, H. Adoni ve P. Parness, "Remembering the News: What the Pictures Add the Recall", *Journalism Quarterly* 54 (1977), s. 233-242; B. Gunter, "Remembering Television News: Effects of Picture Content", *Journal of General Psychology* 102 (1980), s. 127-133.

ve daha az çıkarsanabilirken, okumaktan gelen anlamlar ise daha büyük olasılıkla insanın önceden depo ettiği bilgilerine bağlıdır ve buna bağlı olarak daha fazla çıkarsanabilirdir."[4] Başka bir deyişle, pek çok saygın inceleme açısından, televizyon izlemeyle öğrenmede kayda değer bir artış sağlanmaz ve televizyon izleme basılı yayınlara kıyasla yüksek düzeyde çıkarsamalı düşünceler üretmede daha verimsizdir.

Ancak bağış almadaki beceriklilik fazla abartılmamalıdır. Biz hepimiz, özel bir proje söz konusu olduğu zaman umutlarımızı zayıf iddialara çevirmeye eğilimli olan insanlarız. Bunun dışında, Ms. Richards'ın bize kendi coşkusunu güçlendiren çeşitli incelemeler gösterebileceğinden en ufak bir kuşkum yoktur. Önemli olan, çocuklara gereksiz yere zaten izlediklerinden daha fazla televizyon –ve tabii dramatizasyon– izletme amacıyla para isteyecek olursanız, retoriği olağanüstü boyutlara çıkarmaktan başka çarenizin bulunmadığıdır.

"The Voyage of the Mimi"nin en çarpıcı yanı, seçilen içeriğin açıkça, öncelikle *televizyonda gösterilebilir* olmasından dolayı seçilmesidir. Bu öğrenciler iri balinaların davranışlarını niçin incelerler? Denizcilik ve harita okuma becerileriyle ilgili "akademik temalar"ın öğrenilmesi ne kadar önemlidir? Denizcilik hünerleri hiçbir zaman "akademik bir tema" sayılmamıştır ve aslında büyük şehirlerdeki çoğu öğrencinin umurunda bile değildir. Nasıl olmuş da "balinalarla onların yaşama ortamları"nın bütün bir yıllık çalışmayı kapsayacak kadar ilgiye değer bir konu olduğu kanısına varılmıştır?

Ben "The Voyage of the Mimi"nin, 'Eğitim neye yarar?' sorusunu değil, 'Televizyon neye yarar?' sorusunu soranlarca tasarlandığını ileri süreceğim. Televizyon; dramatizasyonlar, deniz kazaları, gemici maceraları, aksi ihtiyar kaptanlar ve ünlü aktörlerin röportaj yaptığı fizikçiler için yararlıdır. Tabii "The Voyage of the Mimi"den aldığımız şey de budur. Bu macera komedisinin bol illüstrasyonlu kitaplar ve

4. Salomon, s. 81.

bilgisayar oyunları eşliğinde yapılması, yalnızca televizyon sunumunun öğretim programını denetlediğini ortaya koyar. Öğrencilerin resimlerini tarayacakları kitaplar ile öğrencilerin oynayacakları bilgisayar oyunları televizyon programlarının içeriği tarafından belirlenir ve bunun tersi olmaz. Kitaplar anlaşılan işitsel-görsel yardımcı kaynaklara dönüşmüştür; eğitimin içeriğinin esas taşıyıcısı televizyon programıdır ve televizyonun öğretim programında önde gelen bir yer kapma iddiası da onun eğlendirici olmasına dayanmaktadır. Kuşkusuz, bir televizyon yapımı derslere ilgiyi canlandırmak için, hatta bir dersin odak noktası olarak kullanılabilir. Ancak burada yaşanan şey, okulun öğretim programının içeriğinin televizyonun karakteriyle belirlenmesi, hatta daha kötüsü, bu karakterin dıştan bakıldığında incelenen şeyin bir parçası bile olmamasıdır. Okul adasının, öğrencilerin her türlü medyanın –televizyon dahil olmak üzere– insanların davranışları ve algılarını şekillendirmesinin yollarını araştırmasının asıl yeri olduğu sanılmaktadır. Oysa öğrencilerimiz liseyi bitirene kadar yaklaşık on altı bin saat televizyon izlemiş olacaklarından, Eğitim Bakanlığı yetkililerinin kafalarında bile, öğrencilerimizin televizyonun nasıl izleneceğini, ne zaman izlenmeyeceğini ve ne kadar eleştiri dozuyla onun karşısına geçileceğini kimden öğrenmeleri gerektiğiyle ilgili sorular belirecektir. "The Voyage of the Mimi" projesi bu soruları geçiştirir; daha doğrusu, öğrencilerin "St. Elsewhere" ya da "Hill Street Blues" gibi programları da izledikleri zamanki kafayla dramatizasyonların başına geçeceklerini umar. ("Bilgisayar dili" denilen şeyin bilgisayarın bilme yönelimleri ve toplumsal etkileriyle ilgili sorular ortaya atmayı gerektirmediği de varsayılabilir; ki ben de yeni teknolojiler konusunda ortaya atılacak en önemli soruların bunlar olduğunu savunmaya cüret edeceğim.)

Başka bir deyişle, "The Voyage of the Mimi" programı, medyayı tam medya tüccarlarının istediği tarzda, sanki medyanın kendisine özgü hiçbir epistemolojik ya da politik

gündemi yokmuş gibi akılsızca ve göze görünmez biçimde kullanmak üzere yaklaşık 3.65 milyon dolar kadar para yemiştir. Ve sonunda öğrenciler ne öğrenmiş olacaklardır? Elbette balinalar, belki denizcilik ve harita okumayla ilgili bir şeyler öğreneceklerdir (ki bunların çoğunu başka yollarla da öğrenebilirler). Esas olarak, öğrenimin bir eğlence biçimi olduğunu ya da daha net bir ifadeyle, öğrenmeye değer her şeyin bir eğlence biçimine bürünebileceğini ve bürünmesi gerektiğini öğrenmiş olacaklar; üstelik, eğer İngilizce öğretmenleri onlardan sözcükleri rock müzik aracılığıyla öğrenmelerini isterse, tarih öğretmenleri onlara 1812 Savaşı hakkındaki bilgileri şarkıyla anlatırsa ya da fizik öğretmenleri onların karşısına tatlı bisküviler ve tişörtlerle çıkarsa bunlara kesinlikle itiraz etmeyeceklerdir. Gerçekten böyle bir şeyi bekleyecekler ve sonuçta politikaları, dinleri, haberleri ve ticaretlerini aynı derecede sevinçle algılamaya iyi hazırlanmış olacaklardır.

11
Huxleyci Uyarı

Bir kültürün ruhunun tükenmesinin iki yolu vardır. Birincisinde (Orwellcı yol) kültür bir hapishaneye dönüşürken, ikincisinde (Huxleyci yol) kültür bir hicive dönüşür.

Dünyamızın şu anda, Orwell'ın kendi alegorik hikâyelerinde doğru olarak betimlediği hapishane kültürlerinin etkisiyle biçimsizleştiğini kimseye hatırlatmak gerekmez. Gerek Orwell'ın *1984** ve *Animal Farm*** adlı romanları, gerekse –fazladan– Arthur Koestler'in *Darkness at Noon**** adlı romanı okunacak olursa, şimdi bir sürü ülkede ve milyonlarca

* *1984*, Çev. Armağan İlkin, 1983, Kelebek Yayınları.
** *Hayvanlar Çiftliği*, Çev. Leyla Moralı, 1974, İnkılap Kitabevi.
*** *Gün Ortasında Karanlık*, Çev. Muzaffer Reşit, Varlık Y., 1952.

insan üzerinde etkili olan düşünce denetimi aygıtının oldukça ayrıntılı bir krokisi elde edilir. Kuşkusuz bizi tiranlığın ruhsal tahribatları konusunda bilgilendiren ilk kişi Orwell değildi. Orwell'ın yapıtlarının benzersiz olan yanı, gardiyanlarımızın sağcı ya da solcu ideolojilerden esinlenmesinin elle tutulur bir farklılık yaratmadığında ısrar etmesiydi. İkisinde de hapishane kapıları aynı ölçüde geçilmez, denetim aynı ölçüde sıkı ve ikonlara tapınma aynı ölçüde yaygındır.

Huxley'in bize öğrettiği ise ileri teknoloji çağında ruhsal tahribatların, siması kuşkuculuğu ve nefreti yansıtan birinden ziyade güler yüzlü bir düşmandan kaynaklandığı düşüncesidir. Huxleyci kehanette Büyük Birader bizi kendi isteğiyle gözlemez. Biz onu kendimiz izleriz. Huxleyci kehanette gardiyanlara, kapılara ya da Hakikat Bakanlıklarına gerek yoktur. Bir halk saçma sapan şeylerle eğlendiği, kültürel yaşam aralıksız eğlence turları şeklinde yeniden tanımlandığı, ciddi kamusal konuşmalar bebeklerin çıkardıkları seslere benzediği ve kısacası halkın kendisi bir izleyici kitlesi, halkın kamusal işleri de bir vodvil temsiline döndüğü zaman, artık ulus riskle yüz yüze gelmiş ve kültürün ölümü açık bir olasılık halini almış demektir.

Amerika'da Orwell'ın kehanetlerinin pek geçerliliği yoktur, oysa Huxley'in kehanetleri şimdilerde fiili bir gerçeklik kazanmaktadır. Zira Amerika, elektriğin gündeme soktuğu teknolojik eğlencelere uyum sağlamayı hedefleyerek dünyanın en iddialı deneyine girişmiş durumdadır. Bu eğilim, on dokuzuncu yüzyıl ortalarında yavaş yavaş ve mütevazı ölçülerde somutlaşmaya başlamış, daha sonra, yirminci yüzyılın ikinci yarısında Amerika'nın televizyonla yaşadığı tüketici aşkında pervasız bir olgunluk noktasına gelmiştir. Amerikalılar ağır hareket eden basılı yayınlar çağına son vermekte dünyanın başka hiçbir yerinde görülmeyen ölçüde çok ve hızlı mesafe kaydetmiş ve bütün kurumlarında televizyonun üstünlüğü ele geçirmesine sessizce boyun eğmişlerdir.

Amerika, Televizyon Çağı'nı müjdeleyerek, dünyaya Huxleyci geleneği doğrulayan en açık işareti vermiştir.

Bu konuda konuşma cesaretini bulanlar seslerini genellikle histerik denebilecek perdelere kadar yükseltmek zorunda kalmakta ve böylece silik bir kişiliğe sahip olmaktan yıkıcılığa ve kötümserliğe kadar her türlü suçlamaya uğramaktadırlar. Ama bu insanlar gene de konuşmakta, çünkü bunların çıplak gözle seçilemediği zaman hayırlı bir şeymiş gibi göründüğünü başkalarının da anlamasını istemektedirler. Orwellcı bir dünyayı tanımak ve karşı koymak Huxleyci bir dünyaya kıyasla çok daha kolaydır. Bugüne kadar öğrendiğimiz bütün bilgiler bizi, kapıları üstümüze kapandığı zaman bir hapishaneyi tanımaya ve ona karşı direnmeye göre ayarlamıştır. Sözgelimi, Saharov'ların, Timmerman'ların ve Walesa'ların seslerine kayıtsız kalmamız düşünülemez bile. Milton, Bacon, Voltaire, Goethe ve Jefferson'un desteğiyle böylesi sorunlar karşısında silaha sarılırız. Peki ama, ya duyabileceğimiz hiçbir acı çığlığı yoksa? Bir eğlenceler denizine karşı kim silaha sarılmaya kalkışır? Ciddi söylemler, kıkır kıkır gülmeler arasında kaynayıp gidiyorsa kime, ne zaman ve hangi ses tonuyla şikâyette bulunabiliriz? Bir kültürün kahkahadan boğulmasının panzehiri nedir?

Korkarım felsefecilerimiz bize bu konuda yol gösteremezler. Onlar, genellikle, insanın doğasındaki en kötü eğilimleri ortaya koyan ve bilinçli biçimde formüle edilmiş ideolojilere karşı uyarıda bulunmayı alışkanlık edinmişlerdir. Oysa Amerika'da yaşanan, açıkça ifade edilmiş bir ideolojinin uzantısı değildir. Onun gelişi ne *Kavgam*'da ne de *Komünist Manifesto*'da bildirilmiştir. Bugün yaşananlar, kamusal konuşma tarzımızdaki dramatik bir değişikliğin önceden planlanmamış bir sonucudur. Oysa bu gene de bir ideolojidir, çünkü insanlarla fikirler arasında hiçbir konsensusa, değerlendirmeye ve karşı çıkışa bağlı olmayan bir yaşam tarzı, bir ilişkiler sistemi dayatmaktadır. Tek varolan, razı olmadır. Kamusal bilinç henüz teknolojinin ideoloji olduğu saptama-

sını özümseyebilmiş değildir. Üstelik, teknolojinin seksen yıldan beri Amerika'da yaşamın her boyutunu değiştirmesi hepimizin gözleri önünde cereyan etmesine rağmen, durum böyledir. Örneğin, 1905 yılında otomobilin getireceği kültürel değişikliklere hazırlıksız yakalanmak bizim için affedilebilir bir şey olurdu. O günlerde toplumsal ve cinsel yaşamlarımızı nasıl yürüteceğimizi otomobilin düzenleyeceği kimin aklına gelebilirdi? Ormanlarımız ve şehirlerimize bakışımız konusundaki fikirlerimizi yeni bir doğrultuya oturtacak mıydık? Kişisel kimliğimizi ve toplumsal tavrımızı ifade etmenin yeni yollarını yaratacak mıydık?

Gelgelelim şu anda oyunun sonlarına yaklaşmış durumdayız ve skoru görmemek artık affedilemez bir yanlıştır. Bir teknolojinin kendine göre bir toplumsal değişim programıyla donanmış olduğunu fark edememek, teknolojinin tarafsız olduğunu iddia etmek, teknolojinin daima kültürün dostu olduğunu sanmak bu son saatte artık düpedüz aptallık olur. Dahası, iletişim biçimlerimizdeki teknolojik değişikliklerin ulaşım biçimlerimizdeki değişikliklere göre daha fazla ideoloji yüklü olduğunu yeterince anlamış bulunduğumuzu söyleyebiliriz. Bir kültüre alfabeyi sokarsanız o kültürün bilme alışkanlıklarını, toplumsal ilişkilerini, topluluk, tarih ve dinle ilgili nosyonlarını değiştirirsiniz. Bir kültüre taşınabilir türde matbaayı sokarsanız gene aynı sonucu elde edersiniz. Görüntülerin ışık hızıyla iletilmesini sağlarsanız bir kültür devrimi yaparsınız. Tek bir oya gerek duymadan. Polemiksiz. Gerilla direnişiyle karşılaşmadan. Burada, berrak olmasa bile saf bir ideoloji yatar. Sırada sözsüz ve bu yüzden çok daha etkili bir ideoloji vardır. Bunun tutması için bütün gerekli olan, ilerlemenin kaçınılmazlığına dindarca inanan bir halktır. Ve bu anlamıyla bütün Amerikalılar Marksisttir, çünkü biz, tarihin bizi önceden bahşedilen bir cennete götürdüğüne, bu hareketin ardındaki gücün teknoloji olduğuna kesinlikle inanan kişileriz.

Diyeceğim o ki, elinizdeki türde bir kitabı yazmış ve onu bazı çareler önererek bitirmek isteyen bir insanın önünde neredeyse aşılmaz engeller vardır. İlk olarak, bir çarenin gerekli olduğuna herkes inanmaz. İkincisi, herhalde böyle bir çare yoktur. Ama ben gene de nerede bir problem varsa orada mutlaka bir çözüm de olması gerektiğine sarsılmaz bir inanç besleyen sadık bir Amerikalı olarak, kitabımı aşağıdaki önerilerle noktalayacağım.

İlkin, kendimizi, örneğin Jerry Mander'ın *Four Arguments for the Elimination of Television*'ında ana hatlarıyla çizilen türde makine düşmanı, mantığa aykırı düşüncelerle kandırmamalıyız. Amerikalılar teknolojik aygıtlarının hiçbir parçasından vazgeçmezler ve onlardan böyle bir şey istemek hiçbir şey önermemek anlamına gelir. Yürürlükte bulunan iletişim araçlarında köklü değişiklikler yapılmasını beklemek de hemen hemen aynı ölçüde gerçekçilikten uzaktır. Birçok uygar ülke televizyon yayınlarının saatini yasayla sınırlar ve dolayısıyla televizyonun kamusal yaşamda oynadığı rolü azaltır. Ancak ben bunun Amerika'da mümkün olmadığına inanıyorum. Mutluluk Kutusu'nu bütün halkın önünde açtıktan sonra onu kısmen kapatmayı bile düşünemeyiz. Ne var ki bazı Amerikalılar hâlâ bu doğrultuda düşünmektedirler. Örneğin, daha önce belirttiğim gibi, 27 Eylül 1984 tarihli *The New York Times*'ta Farmington, Connecticut Kütüphane Kurulu'nun "TV Kapama" kampanyasının sponsorluğunu yapma planlarıyla ilgili bir haber çıkmıştı. Haberden anlaşıldığı kadarıyla, ondan önceki yıl da insanların televizyon izlemeye bir ay ara vermelerini sağlamayı amaçlayan benzer bir girişim yapılmıştır. *Times*'ın haberine göre, önceki Ocak ayında düzenlenen düğme kapama kampanyası medyada geniş yer almıştır. Haberde, ailesi bu kampanyaya katılan Ms. Ellen Babcock'a atfen şu sözlere de yer verilir: "Bu yılki etkinin, medyanın muazzam yer ayırdığı geçen yılki kadar büyük olup olmayacağını görmek ilginç olacak." Başka bir deyişle, Ms. Babcock, insanların televizyon izleyerek tele-

vizyon izlemekten vazgeçmeleri gerektiğini öğreneceklerini ummaktadır. Ms. Babcock'un bu yaklaşımda içerili olan ironiyi anlamadığına ihtimal vermek kolay değildir. Bu, benim, insanları televizyona karşı uyaran bir kitabı tanıtmak için televizyona çıkmam gerektiği önerildiğinde defalarca karşılaştığım bir ironidir. Bunlar televizyona dayalı bir kültürde yaşanan çelişkilerdir.

Her neyse, bir aylık düğme kapatmanın ne yararı olacaktır? Bu, ucuz bir bedel, deyiş yerindeyse bir kefarettir. Farmington'daki insanlar cezalarını çekip tekrar asıl meşgalelerine geri döndüklerinde ne kadar rahatlamış olmalıdırlar. Bununla birlikte, televizyonun içeriğinde belli kısıtlamalar yapılmasını –örneğin, aşırı şiddete yer veren programların, çocuk programlarında reklam gösterilmesinin, vb. yasaklanmasını– bir ferahlık vesilesi olarak anlayan insanların çabalarının alkışlanması gerektiği gibi, bu insanların çabaları da alkışlanmaya değerdir. Ben John Lindsay'in, şu anda sigara ve içki reklamları nasıl yasaksa televizyonda politik reklamların da yasaklanması önerisini yürekten destekliyorum. Bu mükemmel fikrin çok yönlü yararları konusunda Federal İletişim Komisyonu'nun önünde memnuniyetle tanıklık ederim. Bu doğrultuda bir yasak konmasının anayasanın birinci maddesinin açık bir ihlali olduğunu ileri sürerek tanıklığıma karşı çıkacak olanlara ise şöyle bir uzlaşma yolu öneririm: Öyleyse, bütün politik reklamlardan önce, politik reklamları izlemenin topluluğun zihinsel sağlığı açısından tehlike oluşturduğuna kamuoyunun karar verdiği şeklinde kısa bir açıklama yapma zorunluluğu getirilsin.

Bu önerilerin ciddiye alınacağı konusunda çok iyimser değilim. Televizyon programlarının kalitesi yükselsin diye bu önerilere fazla bel bağladığım da söylenemez. Televizyon, daha önce belirttiğim gibi, bize en yararlı hizmeti saçma sapan eğlence programları yayımladığı zaman, en kötü hizmeti ise ciddi söylem alanlarını (haber, politika, bilim, eğitim, ticaret, din) birleştirip onları eğlence paketlerine dönüştürdüğü za-

man vermektedir. Televizyon kötüleşirse hepimiz daha kötü duruma düşeriz, daha iyi olmayız. "A-Takımı" ile "Cheers" halk sağlığımızı hiçbir şekilde tehdit etmez, ancak "60 Minutes", "Eye-Witness News", "Susam Sokağı" eder.

Gene de problem insanların *neyi* izlediklerinde değil, televizyon izlemelerinde yatmaktadır. Çözüm ise *nasıl* izlediğimiz noktasında bulunmalıdır. Çünkü, televizyonun ne olduğunu henüz öğrenmediğimizi söylememizin yerinde olacağından adım gibi eminim. Şundan dolayı ki, enformasyonun ne olduğu ve enformasyonun bir kültürü nasıl yönlendirdiği hakkında –bırakın yaygın bir genel anlayışı– kayda değer bir tartışmaya dahi rastlanamaz. Ve bu durum oldukça acıdır, çünkü "enformasyon çağı", "enformasyon patlaması" ve "enformasyon toplumu" gibi deyişleri bizden daha sık ve coşkulu biçimde kullanan başka bir halk yoktur. Görünüşe bakılırsa, enformasyonun biçimleri, hacmi, hızı ve bağlamında bir değişikliğin bir *anlam taşıdığı* fikrini kavrama noktasına ulaşmış durumdayız, ama henüz bunun ötesine geçemiyoruz.

Enformasyon nedir? Daha açık bir ifadeyle, *neler* enformasyondur? Çeşitli biçimleri nelerdir? Çeşitli biçimleri hangi zekâ, bilgelik ve öğrenim anlayışlarını özendirir? Her biçimiyle hangi anlayışlar görmezlikten gelinir ya da alay edilir? Her biçimin asıl psişik etkileri nelerdir? Enformasyon ile akıl arasında nasıl bir ilişki vardır? Düşünmeyi en çok kolaylaştıran enformasyon türü hangisidir? Her enformasyon biçiminin ahlaki bir yönelimi var mıdır? Çok miktarda enformasyon bulunduğunu söylemek ne anlama gelir? Bu nasıl bilinir? Yeni enformasyon kaynakları, hızları, bağlamları ve biçimlerine bakarak önemli kültürel anlamları nasıl yeniden tanımlamak gerekir? Örneğin televizyon, "dindarlık", "yurtseverlik" ve "özel hayat"a yeni bir anlam kazandırır mı? Televizyon "yargı"ya ya da "anlama"ya yeni bir anlam kazandırır mı? Farklı enformasyon biçimleri nasıl inandırıcı olurlar? Bir gazetenin "kamu"su televizyonun "kamu"sundan

farklı mıdır? Farklı enformasyon biçimleri, ifade edilen içeriğin türünü nasıl ifade ederler?

Bu ve buna benzer sorular, Amerikalıların, Nicholas Johnson'un deyişiyle, sırtlarını televizyon aygıtına dönerek konuşmaya başlamalarını sağlayabilecek olan yolu gösterir. Çünkü hiçbir araç (medium), eğer o aracı kullananlar yol açtığı tehlikelerin ne olduğunu anlamışlarsa aşırı ölçüde tehlikeli değildir. Soruları soranların, benim yanıtlarımla ya da Marshall McLuhan'ın yanıtlarıyla (aslında bambaşka yanıtlardır bunlar) karşılaşmaları önemli değildir. Soru sormanın yeterli geldiği bir kertedir bu. Soru sormak hecelemekten kopmaktır. Benim ekleyebileceğim başka bir nokta, enformasyonun psişik, politik ve toplumsal etkileriyle ilgili soruların televizyona olduğu kadar bilgisayara da uygulanabileceğidir. Ben bilgisayarın muazzam derecede önemsenen bir teknoloji olacağına inandığım halde bu noktaya değinmemin nedeni, açıkçası, Amerikalıların onu geleneksel aptalca dikkatsizlikleriyle kabul etmiş olmalarıdır; yani, kendilerine söylendiği gibi, en ufak bir şikâyette bulunmadan kullanacaklardır. Dolayısıyla, bilgisayar teknolojsinin temel tezlerinden birisi (problem çözmedeki asıl sıkıntımızın yetersiz verilerden kaynaklanması), üzerinde fazla durulmadan geçiştirilecektir. Ne var ki bu en fazla, verilerin topluca derlenmesi ve ışık hızıyla düzenlenmesinin büyük ölçekli organizasyonlar açısından büyük değer taşıdığı, ancak çoğu insanın önem verdiği çok az sorunu çözdüğü ve en azından çözebildiği kadar da problem çıkardığı fark edilene kadar sürebilir.

Sonuçta, benim dikkat çekmek istediğim nokta, ancak enformasyonun yapısı ve etkileri hakkında gelişkin ve sağlam bir bilince ulaşarak, ancak medyayı gizeminden arındırarak, televizyon, bilgisayar ya da başka bir araç (medium) üzerinde denetimi ele geçirme umudu bulunduğudur. Böyle bir medya bilinci nasıl oluşturulacaktır? Akla gelen iki yanıttan birisi saçma sapan bir düşüncedir ve hemen atlanabilir; diğeri ise umutsuz bir yanıttır, ama elimizde ondan başkası da yoktur.

Saçma olan yanıt, insanları televizyon izlemekten vazgeçirmeyi değil, televizyonun nasıl izlenmesi gerektiğini göstermeyi, televizyonun haberler, politik tartışmalar, dinsel düşünceler, vb. ile ilgili bakışımızı nasıl yeniden yaratarak düzeysizleştirdiğini göstermeyi amaçlayan televizyon programları hazırlamaktır. Ben bu tür kanıtların ister istemez bir parodi biçimine bürüneceğini düşünürüm; bunlar, televizyonun kamusal söylemi denetlemesi konusunda bütün ülkeye alay konusu çıkaran "Saturday Night Live" ve "Monty Python" çizgisinde olacaklardır. Gelgelelim, son gülen doğallıkla televizyon olacaktır. Anlamlı sayılabilecek çapta bir izleyici kitlesine hâkim olmak için programları televizyon stiliyle, korkunç eğlendirici biçimde hazırlamak gerekecek, tabii eleştiri de nihayetinde televizyonun kontrolünden çıkamayacaktır. Parodiciler ünlü kişiler olacak, filmlerde yıldızlaşacak ve sonunda televizyon filmi yapmaya soyunacaklardır.

Umutsuz olan yanıt ise kâğıt üzerinde sorunumuzu halledebilecek biricik kitlesel iletişim aracına (okullar) güvenmektir. Bütün tehlikeli toplumsal problemlere getirilen geleneksel Amerikan çözümü budur ve elbette eğitimin etkili olduğuna duyulan çocuksu ve gizemli inanca dayanmaktadır. Oysa böyle bir sürecin işlediği çok enderdir. Gündemimizdeki konuda ise buna bel bağlamak için daha az gerekçemiz vardır. Bizim okullarımız henüz kültürümüzün şekillenmesinde basılı yayınların rolünü irdeleme noktasına dahi gelememiştir. Hakikaten, yüz lise öğretmeni arasında alfabenin ne zaman bulunduğunu (beş yüzyıllık bir hata payıyla) söyleyebilecek iki kişi bulamazsınız. Bu soru yöneltildiğinde, onların sanki kendilerine "Ağaçlar ya da bulutlar ne zaman icat edilmiştir?" türünden bir soru sorulmuş gibi sersemlediklerini gördüm. Roland Barthes'ın işaret ettiği gibi, mitin temel ilkesi tarihi doğaya dönüştürmektir ve bizim okullarımızdan medyanın mitolojileşmesini önleme görevi üstlenmelerini istemek onları hiçbir zaman yapmaya yanaşmadıkları bir göreve çağırmak anlamına gelir.

Gene de durumun umutsuz olmadığını düşünmek için yeterince neden var. Eğitimciler, televizyonun öğrencileri üzerindeki etkilerinin elbette farkındadırlar. Eğitimciler bilgisayarın gelişmesiyle kışkırtılmış olarak bu konuya bir hayli kafa yormakta, deyiş yerindeyse bir tür "medya bilinci" edinmektedirler. Onların bilinçlerinin ağırlıkla, "Televizyondan (bilgisayardan ya da kelime işlemciden) eğitimi denetlemekte nasıl yararlanabiliriz" sorusu üzerinde yoğunlaştığı doğrudur. "Eğitimden televizyonu (bilgisayarı ya da kelime işlemciyi) denetlemekte nasıl yararlanabiliriz" sorusuna henüz geçmemişlerdir. Ancak ulaştığımız çözümler şu anki kavrayış düzeyimizi aşmamalıdır, yoksa neyin rüyasını görebiliriz ki? Ayrıca, gençlerin kendi kültürlerinin sembollerinin nasıl yorumlanacağını öğrenmelerine yardımcı olmak okulların genel geçer bir görevidir. Şimdi bu görevin öğrencilerin enformasyon biçimleriyle aralarına bir mesafe koymayı gerektirmesi, o kadar garip bir girişim anlamına gelmese de ne bu çabaların öğretim programına dahil edilmesini ne de eğitimin merkezine yerleştirilmesini umabiliriz.

Ben burada çözüm olarak, Aldous Huxley'in de önermiş olduğu düşünceyi ortaya atacağım. Zaten ondan daha iyisini de öneremem. Huxley, H.G. Wells'le birlikte, eğitim ile felaket arasında bir yarışta olduğumuza inanıyordu ve hep medyanın politikası ve epistemolojisini anlamamızın zorunluluğu üzerine yazılar yazmıştı. Sonuçta Huxley, *Brave New World*'deki insanların başına gelen belaların, bu insanların düşünmek yerine gülmelerinden değil, neye güldüklerini ve düşünmeyi niçin bıraktıklarını bilmemelerinden kaynaklandığını anlatmaya çalışıyordu.

Kaynakça

Anderson, Paul, *Platonism in the Midwest* (Philadelphia: Temple University Publications, 1963).

Arendt, Hannah, "Society and Culture", der Floyd Matson ve Ashley Montagu, *The Human Dialogue* (Glencoe, III.: Free Press, 1967) içinde.

Armstrong, Ben, *The Electric Church* (Nashville: Thomas Nelson, 1979).

Berger, Max, *The British Traveler in America, 1836-1860* (New York: Columbia University Press, 1943).

Boorstin, Daniel J., *The Americans: The Colonial Experience* (New York: Vintage Books, 1958).

Cassirer, Ernst, *An Essay on Man* (Garden City, N.Y.: Doubleday Anchor, 1956).

Curti, Merle, *The crowth of American Thought* (New York: Harper and Row, 1951).

Czitrom, Daniel, *Media and the American Mind: From Morse to McLuhan* (Chapel Mill: University of North Carolina Press, 1982).

Dewey, John, *Experience and Education* (The Kappa Delta Pi Lectures, Londra: Collier Books, 1963).

Drew, Elizabeth, *Portrait of an Election: The 1980 Presidental Campaign* (New York: Simon and Schuster, 1981).

Eisenstein, Elizabeth, *The Printing Press as an Agent of Change* (New York: Cambridge University Press, 1979).

Fast, Howard; Thomas Paine, *Rights of Man*'e Giriş yazısı (New York: Heritage Press, 1961).

Franklin, Benjamin, *The Autobiography of Benjamin Franklin* (New York: Magnum Books, 1968).

Frye, Northrop, *The Great Code: The Bible and Literature* (Toronto: Academic Press, 1981).

Graham, Billy, "The Future of TV Evangelism", *TV Guide* 31:10 (1983).

Harlow, Alvin Fay, *Old Fires and New Waves: The History of the Telegraph, Telephone and Wireless* (New York: Appleton-Century, 1936).

Hart, James D. *The Popular Book: A History of America's Literary Taste* (New York: Oxford Universty Press, 1950).

Hofstadter, Richard, *Anti-Intellectualism in American Life* (New York: Alfred A. Knopf, 1964).

Hudson, Winthrop, *Religion in America* (New York: Charles Scribner's Sons, 1965).

Lee, James Melvin, *History of American Jornalism* (Boston: Houghton Mifflin, 1917).

Lockridge, Kenneth, "Literacy in Early America, 1650-1800", der Harvey J. Graff, *Literacy and Social Development in*

the West: A Reader (New York: Cambridge University Press, 1981) içinde.

MacNeil Robert, "Is Television Shortening Our Attention Span?", *New York University Education Quarterly* 14:2 (Kış 1983).

Marx, Karl ve Friedrich Engels, *The German Ideology* (New York: International Publishers, 1972) [*Alman İdeolojisi*, Çev. Selim Belli, Sol Y., 1987]

Mill, John Stuart, *Autobiography and Other Writings* (Boston: Houghton Mifflin, 1969).

Miller, John C. *The First Frontier: Life in Colonial America* (New York: Dell, 1966).

Miller, Perry, *The Life of the Mind in America: From the Revolution to the Civil War* (New York: Horcaurt, Brace and World, 1965).

Moran, Terence "Politics 1984: That's Entertainment", *Et cetera* 41:2 (Yaz, 1984).

Mott, Frank Luther, *American Journalism: A History of Newspapers in the U.S. through 260 Years, 1690 to 1950* (New York: Macmillan, 1950).

Mumford, Lewis, *Technics and Civilization* (New York: Harcourt, Brace and World, 1934.)

Newhall, Beaumont, *The History of Photography from 1839 to the Present Day* (New York: Museum of Modern Art, 1964).

Ong, Walter, "Literacy and the Future of Print", *Journal of Communication* 30:1 (Kış 1980).

Paine, Thomas, *The Age of Reason* (New York: Peter Eckler Publishing Co., 1919).

Presbrey, Frank, *The History and Development of Advertising* (Garden City, N.Y.: Doubleday, Doran and Co., 1929).

Rosen, Jay, "Advertising's Slow Suicide", *Et cetera* 41:2 (Yaz, 1984).

Salomon, Gavriel, *Interaction of Media, Cognition and Learning* (San Francisco: Jossey-Bass, 1979).

Sontag, Susan, *On Photography* (New York: Farrar, Straus and Giroux, 1977) [Türkçesi, *Fotoğraf Üzerine*, Çev. Reha Akçakaya, Altıkırkbeş Yay., 1993.]

Sparks, Edwin Erle (der), *The Lincoln-Douglas Debates of 1858*, Cilt I (Springfield, III.: Illionis State Historical Library, 1908).

Stone, Lawrence, "The Educational Revolution in England, 1500-1640", *Past and Present* 28 (Temmuz, 1964).

Thoreau, Henry David, *Walden* (Riverside Editions, Boston: Houghton Mifflin, 1957).

Tocqueville, Alexis de, *Democracy in America* (New York: Vintage Books, 1954).

Twain, Mark, *The Autobiography of Mark Twain* (New York: Harper and Bros., 1959).

Dizin

60 Minutes 196
700 Club 143, 144
1984 8, 139, 190

A
ABC 111, 113, 116
ABD 13, 55, 61, 62, 73, 110, 140, 147, 185
Abe Lincoln "Dürüst" 76
açgözlülük 157
açık dil 64
açıkoturum 114
ad hominem 128
afişler 97
Agassiz, Louis 57
aile 119, 166
akademi 22
akıl 45, 69, 74, 77, 107, 181, 196
Akıl Çağı 70
Akıl İmparatorluğu 66
Akıllı Solomon 38
akla ve düzene büyük değer verme 84
aklın egemenliği 71

aktör/muhabir 128
alegorik 162, 190
alfabe 179
algı devrimi 22
Alice 29
alkış almak 116
Alo Telefon romansları 204
Altamira 85
American Mercury 100
Amerika 12, 13, 14, 15, 16, 27, 39, 44, 46, 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 63, 66, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 80, 81, 82, 83, 86, 98, 100, 110, 111, 119, 123, 131, 134, 139, 147, 155, 157, 158, 161, 167, 171, 173, 176, 178, 179, 191, 192, 193, 194
Amerika Birleşik Devletleri Anayasası 82
Amerika'daki dinsel düşünce 75
Amerika'daki dinsel uyanışlar 73
Amerika'daki kiliseler 74
Amerika'da politik söylem 157
Amerikalılar 7, 11, 46, 51, 55, 77, 118, 169, 191, 193, 194
Amerikan 11, 13, 17, 44, 51, 52, 53, 58, 66, 71, 72, 77, 78, 83, 86, 97, 103, 110, 111, 112, 117, 121, 122, 157, 166, 171, 182, 186, 198
Amerikan Anayasası 171
Amerikan kamusal söylemi 71
Amerikan kültürü 166
Amerikan söylemi 86, 117
Amerikan televizyon programları 111
Amerikan televizyonu 111, 112
Amherst 75
Amishler 121
analitik düşünce 70, 78
andan ana geçiş 21
Anderson, Paul 83, 200
anlama 19, 65, 68, 80, 92, 95, 97, 128, 196
anlık haberler 169
anti-entelektüelizm 92
anti-iletişim 132
antropologlar 23
araç (medium) 17, 41, 108, 109, 110, 168, 197
araç, mesajdır 18, 20
Arendt, Hannah 200
Aristoteles 35, 36
Associated Press 89, 118, 138
A-Takımı 148, 150, 196
atasözleri 30
Atina 29, 170
Atinalılar 178
A Treatise Concerning Religious Affections 74
Audit Bureau of Circulations 140
Augustus *Ars Amatoria* 205
Autobiography of Benjamin Franklin 44, 201
Avrupa 70, 110, 179
avukatlar 31, 32
A Walk Throught the 20th Century 204
Aydınlanma 22, 66, 157
ayin 148
Ays 29

B

Babcock, Ms. Ellen 194, 195
Bacon 192
bağlamsal temel 169
bağlamsız bir bağlam 138
Baker, John 79
bakılacak haberler 113
Bakker, Jim 145, 150
Baltimore-Patriot 88
Bank Street College of Education 183
Baptistler 44, 75
Barthes, Roland 102, 147, 198
basılı 20, 31, 32, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 46, 47, 48, 49, 54, 56, 58, 59, 60, 67, 68, 69, 70, 71, 78, 81, 82, 83, 108, 140, 161, 168, 171, 179, 182, 184, 186, 187, 191, 198
basılı materyal 49, 58, 171, 182
basılı yayın 54, 56, 184
basın toplantısı 99
Başkanın Bütün Adamları 136
başlık dili 92
Batı Afrika 30
Batı demokrasileri 169, 171
Bay Psalm Book 47
BBC 119
Beard, Charles 82
Beckett, Samuel 116
belagata bağışıklık 39
Benét, Stephen Vincent 77
Bennett, James 87, 89
Bennett, James 87, 89, *New York Herald* 87, 89
Berle, Milton 14, 142
Berlin, Irving 124
beyin 109
beynin sağ yarıküresi 40
Beytüllahm 142
bilgi 19, 22, 43, 48, 50, 76, 79, 90, 91, 93, 95, 98, 99, 103, 118, 135, 141, 161, 169, 179
bilgilenmek 134
bilginin analitik biçimde işlenmesi 69
bilginin kökenleri 28
bilgisayar 101, 183, 184, 188, 197
bilgisayar dili 101, 183
bilim 33, 49, 50, 101, 157, 183, 195
bilimci 163
bilişsel gelişme 40
Billboard 119
billboardlar 97
bilme yolları 102
bir kitabın yakılışı 92
Birmingham 51
bir şey hakkında konuşmak 94
bir şeyi göstermek 94
biyolojik saat 25
Bonanza 111
Boorstin, Daniel 49, 52, *The Image* 97, 99
borsa haberleri 90
Boston 11, 12, 47, 51, 52, 53, 78, 79, 155, 201, 202, 203
Boston Gazette 53, 79
boş zaman 81
Bölünmüş Meclis konuşması 65
Beecher, Henry Ward 57
Brokaw, Tom 133
broşürler 73
Bruner, Jerome *Studies in Cognitive Growth* 40

Buchanan 65
Buckley, William 114, 117
Buda 150
Bulwer 55
Bumppo, Natty 77
Bunn, Alfred 57
Burke, Edmund 51
Burns, George 14
Buttons, Red 14
Büyük Birader 8, 139, 191
Büyük Özetleyici 15
Büyük Uyanış 59

C-Ç

Cagney, James 121
Calvinci Püritenler 47
canlı yayınlar 113
Carlyle, Thomas 167, 168
Carroll, Lewis 29
Carter, Jimmy 81
Cassirer, Ernst 20, 201
Cavett, Dick 123
CBS 111, 152, 153
ce-ee dünyası 100
ce-ee oyunu 100
cehalet 168
cemaatçiler 74, 75
Cemaat Kilisesi 74
Chamber, Star 171
Cheers 164, 177, 196
Cherokee 16
Chicago 12, 118, 121
Children's Television Workshop 120, 177
CIA 91, 135
Cicero 76, 180
ciddilik 206
ciddi söylem 173, 195
ciddi televizyon 103
ciddiyet pozu 116
Clark, Ramsey 160
Cohen ve Salomon 185
Coleridge 89
Colgate 75
Commager, Henry Steele 66, 82
Comstock, George 185
Connecticut Kütüphane Kurulu 194
Coppola, Francis 164
Cosell, Howard 156
Cosmos 116, 182
Coswell, Henry 73, 75
Craft, Christine 127
Cumartesi Gecesi Ateşi 122
çapraz bulmaca 98
çekicilik 129
çelişki 132, 137, 138
çelişkiden nefret etme 84
çeviri 146, 147
çevreyi koruma 90
çıkarlar 167
çıkarsama yapmak inanmaktır 37
çıraklık kütüphaneleri 54
Çin 111, 170, 171
çocuklar 31, 65, 101, 122, 175

D

Dadaizm 132
daguerreotype 93
Daguerre, Louis 93
Daily News 97, 140
Dallas 111, 148, 150
Damdaki Kemancı 122

Das Kapital 157
Day, Benjamin *New York Sun* 87
Deff'rent Strokes 164
Deist 72, 73
Deizm 59, 71, 73
demiryolu 86
demokrasi 157
Denison 75
Depauw 75
dergiler 55, 140
Dewey, John 178, 180, 201, *Experience and Education* 178
deyişler 30, 31, 38
dezenformasyon 134
Dickens 55, 108
Dickinson, Emily 66
Dietrich, Dr. Edward 119
Different Strokes 182
dikiz aynası 108
dil 19, 24, 64, 67, 68, 69, 94, 95, 100, 117, 139, 141, 185
dil-merkezli söylem 69
dilsel biçimler 20
din 45, 50, 71, 72, 101, 118, 151, 153, 195
dindarlık 30, 196
dinsel ayinler 20
dinsel batıl inançlar 71
dinsel canlanma hareketleri 73
dinsel göstergeler 151
dinsel kuruluşlar 145
dinsel manyaklık 73
dinsel programlar 145, 149, 150, 151, 152
dinsel söylem 45
Dirksen, Everett 163
doğa 37, 94
doğanın dili 37
doğanın yeniden üretilmesi 93
doğru sözlülüğün bir anakronizm olması 133
Don Ho 143
dost yardımcı 151
Douglas, Stephen A. 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 80, 123, 203
Dört Havari versiyonu 72
Dörtlü Çete 111
drama 134
Dryden *Fables* 49
Duché, Jacob 49
Dukasis, Mike 164
duman işaretleri 17
Dunkerler 44, 45
duygusal 39, 40, 43, 59, 74, 111, 144, 158, 162, 180
duygusal güç 43
düğme kapama kampanyası 194
dünya görüşü 19
düşüncenin yerini görsel uyarıcılığın alması 133
düşünce tarzı 84
düşünme biçimi 24, 102
düşünmek 64, 65, 73, 81, 82, 128, 146, 199
Dwight, Timothy 49

E

edebiyat eleştirisi 28
Edison, Thomas 109
Edwards *Faithful Narrative of the Surprising Work of God in the Conversion of Many hundred Souls in Northampton* 74
Edwards, Jonathan 73-75, 146

eğitim 21, 48, 50, 66, 71, 76, 101, 113, 118, 178, 179, 180, 181, 183, 184, 195, 199
Eğitim Bakanlığı 183, 184, 185, 188
eğitimciler 185
eğitim felsefecileri 180
eğitim felsefesi 181
eğitim krizi 178
Eğitim neye yarar? 187
eğlence 12, 112, 113, 120, 127, 129, 130, 134, 135, 141, 145, 149, 160, 163, 173, 174, 175, 177, 182, 189, 191, 195
eğlendirmek 99
eğlenme 8, 12, 113
Einstein, Albert 81
Eisenstein, Elizabeth 69, 201
elektrik 108, 109
elektrokilise 149
elektroniğin sihri 23
elektronik bir pano 108
elektronik konuşma 100
eleştirmenler 15, 21, 28
elitist 28, 49
Elizabeth, I. 69, 171, 201
Ellis Adası 11
Elsewhere, St. 164, 188
elyazmaları 41
Emerson 57, 66, 83
Emerson, Ralph Waldo 57, 66, 83
Emory 75
enflasyon 90
enformasyon 8, 17, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 97, 98, 99, 113, 134, 135, 139, 141, 166, 170, 171, 172, 173, 179, 181, 184, 185, 196, 197, 199
enformasyona doyma 90
enformasyon çağı 196
enformasyon-eylem 90, 91
enformasyon-eylem oranı 90, 91
enformasyonların önemsizleşmesi 139
enformasyon özgürlüğü 170
enformasyon patlaması 196
enformasyon toplumu 196
en geniş izleyici kitlesi 133
entelektüeller 28, 58
Entertainment Tonight 140, 143
en ufak bir kafa karışıklığına yol açmayacaksın 181
episkopalistler 75
epistemoloji 28, 60
epistemolojik görecilik 37
Erasmus 69
Ervin, Sam 163
estetik 28, 73, 80, 151
evangelist 142
Eye-Witness News 196

F

Falwell, Peder Jerry 74, 75, 113, 145, 150, *Moral Majority* 113
Fantasy Island 181
Farmington 194, 195
Faulkner 100
fazilet 30
Federal İletişim Yasası 13
Federalist Papers 54
felsefe 17, 37, 51
felsefeciler 180, 192
Ferraro, Geraldine 164

fikirler 118, 176, 192
film 12, 58, 113, 122, 130, 136, 149
film izleme 122
filmler 101, 143, 182, 198
Finney, Charles 73, 74, 146
Firing Line 117
Fitzgerald 100
Folana, Lola 123
fonda duyulan müzik 113
Ford, Gerald 164
Ford, Harrison 122
Ford, Henry 169
Forest, Wake 75
fotografi 94, 96, 99, 100, 126
fotoğraf 58, 66, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 122
fotoğraf çekilme 122
Franklin, Benjamin 13, 44, 45, 46, 51, 59, 60, 66, 201
Franklin, James 53
Fransız Devrimi 73
Frelinghuysen, Theodore 73
Freudcular 15
Freud Çağı 15
Fritz 124
Frost ve Rybolt 185
Frye, Northrop 20, 23, 29, 30, 201
fundamentalist 152
Furman 75
futbol 50

G

Galileo 25, 36
Garth, David 156
gayri şahsi başlıklar 92
gazap üzümleri 29
gazeteciler 13, 97, 140
gazeteler 42, 55, 87, 97, 140
gen bölünmesi 25
genetik kodlar 25
geometri 22
Gerbner, George 172, 173
gerçeklik 20, 87, 97, 103, 131, 191
Gettysburg Nutku 64
global bir köy 90
Goethe 192
Goodrich, Samuel 55
Goody, Jack 40, *The Domestication of the Savage Mind* 40
Görevimiz Tehlike 111
görmek 56, 97, 194
görmek inanmaktır 37
görsel imaj 117
görsel-işitsel yardımcı araçlar 184
görüntü 16, 19, 63, 81, 94, 100, 101, 111, 131, 145
görüntü-merkezli 19
görüntü merkezli bir kültürdeki düşünme 81
Gösteri Çağı (Show Business) 85, 107
gösteri formatı 133
gösteri sahnesi 104
gösteri (show business) 13, 15
gözün dinlenmesi 111
grafik devrimi 97
Graham, Billy 13, 14, 73, 75, 81, 147, 153, 201
Grease 122

Greeley, Horace 57
Green, Shecky 14
Guardian 49
Gunsmoke 111
Gunter 186
Gutenberg 170, 171
günaha girme 153
günün haberleri 17, 89, 98, 127
Günün Haberleri 13
güvenilirlik 128, 129
güzellik 30, 114, 146

H

haber dergileri 97
haberin bir lokmalık olması 133
haberler 87, 89, 90, 97, 112, 122, 127, 135, 136, 139, 169, 198
haberleşme özgürlüğü 53
haber muhabirleri 133
haber özetleri 133
haber programı 113, 127, 128, 129, 133
haber spikeri 131
haber ve gerçeklik 97
hafıza kaybı çağı 169
Hahamlar 152
hakikat 28, 32, 34, 35, 36, 39, 40, 43, 45, 80, 94, 103, 128, 138
Hakikat Bakanlığı 169
hakikati açığa çıkarma 30, 37
hakikat tanımları 28
Haklar Bildirgesi 171
halkın eğitimi 120
halüsinojenik imge 40
Hamilton, Alexander 54
Hamlet 29, 153
Hanedan 111, 114, 164
hapishane 190, 191
hareketle durmadan tahrik etmek 208
hareketli görüntüler 182
hareketli resimler 208
Harris, *Boston News-Letter* 53, 78, *Domestick Intelligence* 52, *Publick Occurrences* 52, *Both Foreign and Domestick* 52
Hart, Gary 46, 47, 48, 49, 50, 53, 54, 55, 56, 164, 201
Harvard 51, 74, 75
Harvard Üniversitesi 51
hassaslık 129
hatırlamak 158, 167, 169
hatırlamayı reddetme 168
hava durumu 90, 118
Havelock, Eric 40
Hawthorne 66
haz 42, 111, 112, 139, 149
Hegel 121
Hemingway 100
Henderson, Mr. Jocke 120
Henry, VIII. 57, 66, 73, 82, 86, 94, 114, 164, 169, 171, 203
Herald Tribune 100
Herschel, Sir John F.W. 94
her şeyi kısa tutmak 132
heykel 12, 19
Heyman, John 122
Hıristiyanlık 151
Hıristiyan teoloji 72
hiciv 190
hiçbir önkoşul öne sürmeyeceksin 181
Hill Street Blues 164, 188
hissetmek inanmaktır 37

Hitt, Robert 64
hiyeroglif 20
Hobart 75
Hoffman, David 76
Hofstadter, Richard 58, 201
Holbrook, Josiah 56
Hollywood 12
Holt 183, 184
Homeros 83
Hope, Bob 123
Horn, Mr. Steve 165, 166
hoşgörü 209
Howard Fast 50
Howard Taft, William 16
Hoyer ve Sheluga 185
Hudson, Winthrop 66, 72, 73, 74, 201
hukuk 30, 31, 58, 74, 75, 76, 77, 78, 118
hukukçu 76, 78, 81
hukuk sistemi 75
Huxley, Aldous 12, 15, 18, 55, 83, 104, 124, 138, 139, 169, 170, 191, 199, *Brave New World Revisited* 8, *Brave New World* (Cesur Yeni Dünya) 7, 8, 139, 199
Huxleyci 140, 190, 191, 192
Huxleyci yol 190

I-İ

Illinois 61, 62, 64
Index Librorum Prohibitorum 171
IQ 25
I Remember Mama 163
Isaiah 29
içtenlik 128
ideoloji 192, 193
ifade aracı 84
ikonlar 151
ikonlara tapınma 191
ikonografik formlar 19
ilanlar 79
iletişim araçları 17, 41
iletişim tarihi 43
ilgisiz enformasyon 90
ilgisizlik 87, 99, 103, 168
illüstrasyon 183, 187
İlyada 60
imaj 17, 117, 161, 165, 166, 167, 168, 170
imaj politikası 167, 168
imaj yöneticisi 161
İncil 14, 18, 30, 46, 47, 72, 122, 150, 162
İngiltere 47, 48, 51, 53, 71, 111, 171
İran Rehine Krizi 134
İsa 30, 59, 72, 142, 143, 144, 147, 148, 151
İsrail 29, 111
İsrailliler 18
işsizlik 90
iyi görüntüler 112, 118
izleme 187
izleyici 130, 133, 148, 150, 181, 191, 198
izleyicilerle telefonla bağlantı 141
izleyici payı 150
izleyici toplamak 150
izleyiciye itici gelmek 128

J
Jaceby 185
Jackson, Michael 12, 55, 83
Japonlar 13
Javits, Jacob 160
Jay, John 54, 166, 202
Jaynes, Julian 40, *The Origins of Consciousness in the Breakdown of the Bicameral Mind* 40
Jefferson, Thomas 66, 72, 75, 82, 83, 136, 192
jest 174
Johnson, J.F.W. 57
Johnson, Nicholas 197
Jr. 150

K
kamera 13, 117
kamu 196
kamuoyu 136, 156
kamusal iletişim 42, 161
kamusal konuşma 60, 92, 192
kamusal konuşma tarzı 92, 192
kamusal simalar 81
kamusal söylem 15, 16, 42, 68, 70, 83, 85, 129, 131, 136, 171
Kamu Yayıncılığı Sistemi 183
Kanada 147
Kansas 83, 127
kapitalizm 13, 15, 71, 157, 158
karmaşıklıktan muhakkak kaçınılması 133
karteller ve tekeller 158
kaset 101, 117, 118
Katolik 109, 151, 154
Katz 185, 186
Kavgam 192
Kennedy, Edward 13
Kennedy, John F. 163
Kent, James 76
Kenyon 75
kiliseler 73, 146
Kissinger, Henry 114, 115, 116, 164
Kitabı Mukaddes 144, 152
kitaplar 55, 92, 170, 184, 187, 188
kitap rafı 110
kitap sansürü 170
kitap yasaklamaları 173
kitle kültürü 153
kitlesel eğitim 153
Klasik Yunanistan 170
KMBC-TV 127
Koch, Edward 119, 164
Koestler, Arthur Darkness at Noo 190
Kojak 111
kokteyl 99
koloni Amerikası 46
Komünist Manifesto 192
konferans 56, 57, 63, 66, 169
Konfüçyüs 163, Analects 170, 180
konuşan kafalar 110
konuşma 15, 16, 18, 19, 22, 23, 34, 41, 42, 54, 59, 60, 62, 64, 65, 68, 76, 86, 87, 89, 92, 94, 100, 116, 148, 152, 192
Koppel, Ted 114, 115, 116
kök konuşmacısı 63
Köleliğin Kaldırılması platformu 64, 65

kulak misafiri 141
kulaktan göze doğru 22
kutsallık yaratma (enchantment) 152
kültür 8, 14, 16, 17, 18, 20, 35, 37, 39, 54, 82, 103, 108, 190, 193
Kültür Bakanlığı 172

L

Lafayette üniversiteleri 75
Las Vegas 12, 13, 116, 118, 142
Laugh-In 163
leitmotif 129
Lévi-Strausscular 15
liberal demokrasi 157
Life 97, 201, 202
Lincoln, Abraham 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 76, 123, 167, 203, 204
Lincoln-Douglas tartışmaları 68
Lindsay, John 160, 195
Lippmann, Walter 136
Liverpool 51
Locke, John 179, 180, *Essay Concerning Human Understanding* 49
Longfellow 66
Look 97
Lowell, James Russel 66
Luther 46, 109, 150, 202
Lyceum Hareketi 56

M

MacNeil-Lehrer Newshour 132, 133
Madison, James 54, 66
Magnetic Telegraph Company 89
Maine ve Texas 86, 87
Major Bowes' Amateur Hour 117
Mander, Jerry *Four Arguments for the Elimination of Televison* 194
Markham, Edwin 66
Marksistler 15
Marshall, John 18, 40, 76, 77, 108, 145, 179, 197
Marx, Karl 13, *Alman İdeolojisi* 60, 202
matbaa 28, 51, 54, 87, 93, 179
Matbaa Çağı 170, 171
matbaa kültürü 93
matematik 21, 36, 37, 120, 183
Mayflower 46
McCarthy, Joseph 145
McDonald's reklamı 158, 159
McGinnis, John *The Selling of the President* 156
McGovern, George 12, 164
McGuffey Reader 55
McLuhancı 60
McLuhan, Marshall 18, 20, 40, 108, 145, 179, 197, 201, *Understanding Media* 40
McNamara, Robert 114, 115
McNeil, Robert 132, 133
medya 17, 20, 24, 27, 31, 36, 37, 42, 101, 126, 161, 184, 188, 197, 199
medya bilinci 197, 199
medya-metaforları 211
medya olayı 17

Meet the Press 117
mekân fethetme 86
mekân sorunu 86, 88
Meksika 51
Melville 66
Mennonitler 121
Meringoff 185, 186
Merrick, David 129
mesaj 16, 92, 118, 133, 147, 152
meseller 30, 162
metafor 21, 24, 25, 60, 78, 89, 94, 118, 169
meta-medium 102
metodistler 75
Middlebury 75
Middlesex County 47
mikroskop 25
Miller, Peder Samuel 163
Miller, Perry 76, 77, 83
Miller, William 163
Mill, James 71
Mill, John Stuart 65
Milosz, Czeslaw 168
Milton 192, *Areopagitica* 170
mit 102
mitos 211
mitsel semboller 20
mizah 14, 125, 133, 157
Monsieur de Crève-coeur 83
Monty Python 198
Moran, Terence 164, 165, 169, 202
Morse, Samuel Finley Breese 86, 88, 89, 93, 201
Moyers, Bill 160, 168
Muhammed 150
multi-medya sunumu 184
Mumford, Lewis 48, 91, *Technics and Civilization* 21
Murrow, Ed 163
Musa 19, 22, 45, 150
Musevilik 151
Mutluluk Kutusu 194
münazara 65
müzik 111, 113, 117, 120, 129, 136, 140, 151, 157, 182, 189
müzikal tema 129
My Fair Lady 153

N

Nader, Ralph 164
naklen yayın 120
nasıl izlediğimiz 196
NATO 91
Navratilova, Martina 156
NBC 14, 111
Neanderthal 141
nesne 95
nesnel yaklaşma 84
Neuman 185, 186
Nevada 12, 57, 118
Nevins, Allan 82
New England 46, 47, 53
New England Courant 53
New Hampshire 48
Newman, Paul 116
New York 11, 12, 53, 54, 57, 66, 79, 87, 89, 97, 111, 119, 121, 122, 127, 135, 138, 141, 160, 161, 164, 169, 172, 183, 185, 186, 194, 200, 201, 202, 203
New York Çıraklar Kütüphanesi 54
New York Daily Mirror 97

New York Gazette 53
New York Herald 87, 89
New York Times 79, 111, 121, 122, 127, 135, 138, 183, 194
neyi izledikleri 196
Nidre, Kol 154
Nietzsche 37
nihilizm 132
Nimoy, Leonard 116
Nixon, Richard 13, 81, 129, 137, 157, 163
Nova 181, 182
nutuk 59, 63, 66
nüansların atlanması 133
nükleer savaş riski 90

O-Ö

Oberlin 74, 75
O'Connor 119, 121, 154
O'Connor, Donald 121
O Connor, Edwin 155
O'Connor, Kardinal 119, 159
O'Connor, Rahip John J. 119
okul 48, 83, 118, 173, 176, 177, 179, 180
okula gitmek 82, 177
okumak 8, 37, 49, 55, 69, 82, 92, 97, 178
okumak inanmaktır 37
okuma kültürü 49
okuma özgürlüğü 173
okuma-yazma 46, 47, 49, 71, 108
okuma-yazma kültürü 108
okur 38, 42, 47, 56, 66, 69, 70, 96
okur-yazar 47, 56
okuryazarlık 82
O'Neill, Tip 164
On Emir 18
Ong, Walter 30, 31, 34, 40, 69, *The Presence of the Word* 40
OPEC 91
Orwellcı yol 190
Orwell, George 8, 18, 138, 139, 159, 169, 170, 171, 190, 191, "The Politics of the English Language" 159, *Animal Farm* 190
otomobil 13, 122
Ovid 170
oy kullanma 82, 91
oyun 29, 99, 121
öğrenme 31, 84, 177, 182
öğrenme yöntemi 84
öğretim ile eğlence 212
öğretim programı (curriculum) 172, 179
öğretme problemi 212
önyargı 35
özel hayat 196
Özgürlük Heykeli 12

P

Paine, Thomas 50, *Common Sense* 50, 51
Paine, Tom 66, *The Age of Reason* 72
Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler 166
paragraf 140
paranoya 144
parça parça 17, 92, 116, 127, 138, 168
parça parça enformasyon 168
Paul, Papa IV. 79, 83, 116, 171, 200

Pavarotti, Luciano 154
pazarlama 150
PBS 184
People 140
Person to Person 163
Philadelphia 51, 59, 88, 120, 182, 200
Philadelphia Public Ledger 88
Piaget 40
Pine, Profesör Charles 121
Pitagoras 36
piyasa araştırması 159
Platon 15, 18, 22, 23, 35, 45, 76, 178, 180
Poe, Allan 66
politika 50, 58, 101, 118, 155, 156, 157, 162, 163, 195
politikacı 14, 61, 165
politik liderler 129
politik reklamlar 195
politik simalar 163
politik söylem 67, 160, 165, 174
Pope Homer 49
Popish Plot 52
posterler 97
Pravda 138
Prentiss, Sergeant 76
Presbiteryenler 73, 75
Presbiteryen vaizler 152
Presbrey, Frank 78, *The History and Development of Adverstising* 78, 79, 80
profesyonel komedyenler 14
promosyon 150
Protagoras 170
Protestan 58, 109, 154
Protestan Reformasyonu 109
psikanaliz 212
psikodramalar 212
put 152

Q

Quakerlar 151
Quinn, John 140

R

radyo 14, 58, 90, 99, 100, 101, 110, 117, 126, 141, 186
radyo bilgi yarışmaları 99
rahipler 74, 152
rasyonalite 73
rasyonel argüman 71
Rather, Dan 133
Reagan, Mrs. Nancy 124, 135, 136, 155, 156, 164
Reagan, Ronald 212
Real, Michael 147
reklamcılar 80, 97
reklam kuşağı 131
reklamlar 97, 111, 113, 132, 149, 158, 160, 166
resim 19, 98, 113, 117, 161
resimli görüntüler 130
resimli yazı 41
retorik 28, 34, 35, 60, 65, 68
Revere, Paul 79
revivalist 73
rezonans 29, 30, 118
Rhode Island 48
Rickles, Don 123
Riesman, David 171
Rinehart and Winston yayınevi 183
Ring Around the Collar 162

Robertson, Cliff 143, 145, 147, 150, 153
Robertson, Pat 213
Roberts, Oral 74, 75, 145, 153, 185
rock müziği 141, 154
Roma Katolik Kilisesi 109
roman okumak 55
Rosen, Jay 166, 202
Rousseau 51
Russell, Bertrand 24, 39
Rusya 131, 171

S-Ş

saat 21, 22, 23, 24, 61, 62, 88, 110, 111, 122, 145, 188
saçma 28, 72, 98, 191, 195, 197
Sagan, Carl 114, 115, 116
Saharov 192
sahicilik 128
sahne 118, 178
sahte bağlam 99
sahte düşünceler 141
sahte olay 99
Sakowicz, Peder Greg 118, 119
Salomon, Gavriel 95, 185, 186, 187, 202
sanatsal imgeler 20
sansasyonal 92
sansür 170
Saturday Night Live 12, 164, 198
saymak inanmaktır 37
Schorske, Carl 168
Schuler, Bernard 119, 120
Schuller, Robert 145, 150, 153
Scott, Dred 65
Scott, Walter 55
Scowcroft, General Brent 114, 116
sekülarizm psikolojisi 149
semantik 29, 68, 69
Seneca 76
sentaks 95
serbest bir piyasa ekonomisi 110
serbest düşünceler 72
Sermon on the Mount 151
ses 23, 192
Shakespeare 50, 83
Sharswood, George 76
Shaw, George Bernard 111
Sheen, Piskopos Fulton 152
sigara ve içki reklamları 195
sinema 14, 122, 129, 132, 150, 152
Singin'in the Rain 121
sinir sistemi 40
siyahlar 167
sloganlar 92
Smith, Adam 13, 159
Smith, H. Allen 125
Smith, Kaptan *John Description of New England* 46
Sofistler 34
Sokrates 34, 35
Sontag, Susan 93, 95, 96, 202
Sovyetler Birliği 169
söylem 15, 16, 17, 20, 41, 42, 45, 60, 66, 67, 68, 69, 70, 75, 80, 83, 85, 87, 93, 94, 113, 114, 116, 127, 129, 131, 132, 133, 136, 138, 146, 158, 159, 160, 161, 165, 171, 173, 174, 195
söylemek inanmaktır 37
söylem tarzı 159

söylem yapısı 60
söz 14, 17, 19, 20, 23, 25, 28, 30, 31, 33, 34, 38, 40, 41, 42, 45, 48, 52, 53, 55, 59, 67, 69, 70, 82, 88, 89, 93, 96, 97, 110, 111, 112, 114, 128, 137, 138, 139, 145, 154, 170, 171, 182, 187
sözcükler 80, 94, 125, 146
sözel kültürler 31
söz-insanları 41
sözlü doktora sınavı 32
sözlü iletişim 37, 113
söz-merkezli 19
söz merkezli bir kültürdeki düşünme 81
Spectator 49
spiker 213
spor 101, 133, 139, 156
Stauffer 185, 186
Steele 49, 66, 82
Steinbeck 100
Steiner, George 159
St. Elsewhere 164, 188
Stern 185, 186
stil 124
Stiles, Ezra 71, 72
Story, Joseph 76, 77, 186
Stowe, Harriet *Beecher Uncle Tom's Cabin* 56
Streep, Merly 123
Stuartlar 171
suç 90
suç ve seks 87
Sullivan, Büyük Tim 164, 165, 167
sunucu 12, 123, 127, 128, 132, 141, 143
Susam Sokağı 120, 175, 176, 177, 178, 181, 182, 184, 196
Suskind, David 185
sürekli ilerleme 71
Swaggart, Jimm 74, 144, 145, 153
Swain, William 88
Swift *A Tale of a Tub* 49
şiir 36, 80, 146
şiirler 146
şizofreni 132
şovmen 124
şöhretler 118

T

Talbot, William Henry Fox 94
talk-show 123, 143
tarih 58, 72, 76, 97, 167, 168, 178, 189, 193
tartışma 16, 39, 65, 67, 95, 114, 115, 123, 162
Tass 138
Tatler 49
Teaching as a Conserving Activity 180
teatral 76, 114, 137, 144, 152, 162, 182
teknik kütüphaneler 54
teknoloji 108, 109, 110, 191, 193, 197
teknolojik muhayyile 214
televizyon 12, 13, 14, 17, 20, 21, 28, 37, 41, 42, 55, 57, 73, 75, 76, 81, 101, 102, 103, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 117, 118, 119, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 135, 136, 138, 139, 140, 143,

144, 145, 146, 148, 149, 150, 151, 154, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 171, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 194, 196, 197, 198
televizyon bolluğu 172
televizyon cihazı 108
Televizyon Çağı 17, 124, 172, 192
televizyonda din 145
televizyonda görülenler 102
televizyonda gösterilen şeyler 147
televizyonda günah çıkarılması 120
televizyondaki düşünme edimi 116
televizyonda politik felsefe 17
televizyonda söylem 16
televizyon ekranı 108
televizyon evangelistleri 75
televizyon formatı 139
televizyon haberleri 126, 131, 132, 135
televizyon izleme 187
televizyon izlemekten vazgeçme 195
televizyon kültürü 163
televizyon nedir 108, 110
Televizyon neye yarar? 187
televizyon reklamı 157, 158, 162, 163, 167
televizyon teknolojisi 110
televizyonun epistemolojisi 103
televizyonun nasıl izlenmesi gerektiği 198
televizyonun sunduğu eğitim felsefesi 181
televizyon vaizleri 146
televizyon ve okul 180
televizyon yayınlarının saati 194
telgraf 24, 86, 88, 89, 91, 92, 98, 99, 100, 101, 108, 126, 168
telgraf söylemi 92
temsil sanatı 13, 116
Tennent, William 73
Tennessee Üniversitesi 75
Teresa Ana 123
Terry, Rahip 4, 142, 143
Thamus, Kral 23
The Bank Street College 184
The Day After 113
The Electric Company 177
The Goldbergs 163
The Last Hurrah 155
The Little House on the Prairie 177
The Lost Traveler's Checks 162
The Merv Griffin Show 150
The National Geographic 181
The New Yorker 100
The New York Times 111, 121, 122, 127, 138, 183, 194
The Open Mind 117
The Phone Call from the Son Far Away 162
There's No Business But Show Business 124
The Thirty-second President 160
The Tonight Show 177
The Voyage of the Mimi 182, 183, 184, 187, 188
The Washington Post 138

Thoreau, Henry David Walden 66, 83, 86, 87, 89, 203
Thoth 23
ticaret 149, 157, 195
Ti, Chi Huang 170
Times 79, 100, 111, 121, 122, 127, 135, 138, 183, 194
Timmerman 192
tipografi 46, 83, 138
Tipografi Çağı 17
Tipografik İnsan 77, 87
tipografik kültür 214
tipografik söylem 133
tiranlar 173
tiranlık 8, 181, 191
tiyatro sunma 42
Tocqueville, Alexis de 53, 54, 56, 59, 76, *Democracy in America* 56, 59
toplumsal ve politik etki alanlarının daralması 90
Topol 122
Toyota 13
Travolta, John 123, 185
Trinity 75
Trivial Pursuit 99
Truman, Harry 163
Turner, Frederick Jackson 83
tutarsızlık 99, 103
tüketici 191
tümdengelimci ve ardışık düşünme 84
TV Kapama kampanyası 194
Twain, Mark 57, 66, 203
Tyson, Job 76

U-Ü

ucuz gazeteler 87
US 140
USA Today 139, 140
uyuşturucu 140
Uzay Yolu 111, 182
uzlaşma 195
Üçlü Çete 111
üniversiteler 32, 75
ünlü kişiler 133, 140, 151, 163, 198
ürün araştırması 159
ürünler 78, 83, 99, 153, 158, 159, 162, 180

V

vaaz 59, 142, 147, 151
vaiz 14, 142
varyete 132
ve şimdi de... 125, 126, 127, 131, 132, 138
Virginia 54
Virginia Gazette 54
vodvil 14, 132, 133, 139, 191
Voltaire 51, 192

W

Walesa 192
Wall Street Journal 140
Walter Cronkite's Universe 152
Warwick, Dionne 14
Washington, George 52, 75, 88, 138, 147
Watch Your Mouth 185
Watergate 137, 163
Way, Milky 153
Webster, Daniel 53, 76, 77, 78

Webster, Noah *American Spelling Book* 53
Welcome Back, Kotter 185
Welfare, Michael 44, 45
Wells, H.G. 199
Wesleyan 75
Westheimer, Dr. Ruth 14
What's My Line? 163
Whitefield, George 59, 60, 73, 146
Whitehead, Alfred Nort *Modes of Thought* 40
Whitman 66
Whittier 66
Wyoming 83
WINS 141
Wiesel, Elie 114, 115
Williams 75
Wilson 185, 186
Wirt, William 76
Witness 122, 196
WNET 185

X-Y

Xenophanes 167
Yahudi kıyımı 168
Yahudiler 144
Yakup 29
Yale 49, 75, 123
Yale College 75
Yankee Doddle Dandy 121
yanlış enformasyon 135
Yaradılış Bilimcileri 15
yargıçlar 31, 32, 170
yarınla ilişkilendirme 112
yasa koyucular 32
yazar ile okur 69
yazı 22, 23, 24, 30, 33, 35, 40, 41, 136
yazı-insanları 40, 41
yazılı söz 33, 45, 67, 93
yazılı söz epistemolojisi 45
yeni devlet dini 172
Yeni Eğitim 182
yeni epistemoloji 100, 101
Yenikonuş 138, 139, 159
yerel 88
yorum 64, 91, 109, 114, 147, 162, 182
Yorumlama Çağı 84, 85, 100, 215
Yunanistan 29, 34, 170, 210, 215
Yunanlılar 35
yurtseverlik 196
yükseköğretim sistemi 74

Z

zamandışı 88
zamanın ve dikkatin bölündüğü bir dünya 91
zekâ 38, 41, 69, 70, 76, 80, 81, 196
zekâ ve bilgelik 41
zihin 24, 109
Zimbalist, Efrem 150


AYONTI

Televizyon bir cazibe merkezi olarak hayatımızın baş köşesine oturdu. Yirmi dört saat yayın yapan kanallarla tam bir görüntü sarhoşluğu yaşıyoruz. Alışkanlıklarımız, konuşma biçimimiz, ilişkilerimiz televizyona endekslendi sanki. "Eğlenceli", "renkli" bir hayat yaşamaya başladık. Resmi ideolojinin yasaklıları, toplum kıyısında yaşayanlar bütün "giz"leriyle evlerimizde artık. Kameralar pervasızca mahremiyetimizin en ücra köşelerine giriyorlar. Şiddetin bütün türleriyle tanıştık. "Reality show"larla kan ve acının da bir satış değeri olduğunu, reklam alabileceklerini öğrendik. Kapitalizmin en temel özelliği olan rekabetin insanları nasıl vahşileştirdiğini, iğrençleştirdiğini gördük. Duygularımız, tepkilerimiz, duyarlılıklarımız törpülendi...

Tek sesli devlet televizyonunun ardından gelen bu denli çok seçenek karşısında nihayet "demokratikleştiğimize" inandık; uzaktan kumanda aletini "özgürce" kullanma hazzıyla kendi "gücümüzün" farkına vardık.

Peki, hayatımızı böylesine değiştiren televizyon nedir? İletişim kuramcısı Neil Postman on beş bin radyo ve televizyon kanalına sahip televizyon çılgını ABD'den hareket ederek söz ve yazı merkezli dönemlerle görüntü merkezli dönem arasındaki kültürel farklılıkları "hakikat" ve "kamu söylemi" açısından ele alıyor. Ona göre, kitabın nitelikli bir kamusal söylem için etkin bir rol oynadığı, düşünmeyi derinleştirdiği, ciddilik, tutarlılık, süreklilik ve bütünlük gibi kavramların yaşama imkânları bulduğu *Yorum Çağı* daha hakiki.

Gösteri Çağı ise ideolojinin yerine kozmetiğin geçtiği, hakikatin imaja yenik düştüğü, her şeyin "eğlenceli" bir biçimde sunularak içeriksizleştirildiği, müthiş bir enformasyon bombardımanının insanları parçalara ayırarak tepkisizleştirdiği, hafızanın kaybolduğu, algılamanın ve muhakeme yeteneğinin azaldığı bir dönem. Hayatımız hakkında karar verilen yer olduğu için çok ciddiye alınması gereken politika artık fikre değil, görüntüye dayandırılıyor (ABD eski başkanlarından Richard Nixon seçimi makyajcısının sabotajı yüzünden kaybettiğini söylemiş); halkın zihnine kazınacak görüntüleri tasarlayan imaj yöneticisinin cilaladığı "şovmen politikacı" tipi, partinin yerine geçiyor...

Postman bizi, duygularımızı ehlileştiren renklerin ötesine, eğlendiğimiz şeyin ne olduğunu düşünmeye çağırıyor.

AYRINTI • İNCELEME
ISBN: 978-975-539-058-1
9 789755 390581

17 ₺