Nurçay TÜRKOĞLU

# GÖRÜ-YORUM

## Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü



DER YAYINLARI: 277

Nurçay TÜRKOĞLU

# GÖRÜ-YORUM

## Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü

DER
YAYINLARI
İSTANBUL-2000

**DER YAYINEVİ**

Molla Fenari Sokak
Der Han 40-42
34410 Cağaloğlu – İSTANBUL
Tel: (0212) 527 01 65 – (0212) 511 51 90
Fax: (0212) 511 47 76

•

YAYIN NO: 277

•

Basım:
Kardeşler Matbaası
Topkapı-İSTANBUL

•

ISBN 975-353-203-2

•

© DER YAYINEVİ - 2000

# İÇİNDEKİLER

GİRİŞ ..... 9

**Birinci Bölüm**

GÜNDELİK YAŞAMDA İMGELER

I. İMGELERİ İNCELEMEK ..... 19

A. Mesajlar ve Anlamlar ..... 20

B. Kodlama/Kod Açımlama ..... 25

C. Gündelik Yaşamda Toplumsal Etkileşim ..... 30

D. Zaman ve Mekanda Etkileşim ..... 37

E. Toplumsal Yaşamda Alansal Uygulamalar ..... 42

II. İMGELERİN GÜCÜ VE HÜRÜ'NÜN GÖRDÜKLERİ ..... 47

A. İmge der ki "Ben Ondayım, O da Benim İçimde" ..... 49

B. İmgeler Ailesi ..... 52

C. Zihinsel İmge/Sözel İmge ve İmgesel Düzen/Simgesel Düzen Ayrımı ..... 54

D. Hürü'nün Gördükleri ..... 57

E. Okuyucu ve Sözel İmge İlişkisi ..... 64

F. İmgeler Bütünü Olarak Kimlik Görünümleri ..... 71

III. KADIN İMGELERİ: MİTLER VE GERÇEKLER ..... 76

A. Kitle İletişim Araçlarında Kadın İmgelerinin Yer Alış Biçimleri ..... 77

B. İzleyici Olarak Kadın ..... 79
C. Anlatı Konusu Olan Kadın Karakter ..... 82
D. Meslekte Çalışan Kadın ..... 83
E. Gençler İçin Müzikli Kadın İmgeleri ..... 85
IV. İMGELER VE REKLAMLAR ..... 95
V. ESTETİK VE İMAJ ÜZERİNE ..... 102
VI. GÜNDELİK YAŞAM KÜLTÜRÜ ÜZERİNDE ÇALIŞIRKEN ..... 107
A. Kültürel Mesafe, Zemin, Doku ve Kaçak Avcılar ..... 107
B. Mesafe ..... 108
C. Zemin ..... 110
D. Doku ..... 111
E. Kaçak Avcı ..... 113
F. Sözle Anlatılamayanlar ..... 114
SONUÇ YERİNE: İMGELERİN MELEZLİĞİ ..... 118
BİRİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI ..... 123

## İkinci Bölüm

## TARİHSEL İMGELERİN GÜNDELİK KULLANIMA SUNULMASI

(Video Kasete Dönüştürülen "British Pathé News" haber filmlerinin içerik dökümü ve bir inceleme modeli olarak İngiliz Kraliyet Ailesi görüntüleri 1930-1960)

I. CANLI TARİH ANSİKLOPEDİSİ ..... 131
II. YÖNTEM ARAYIŞI ..... 134
A. Film Endüstrisindeki Yeniden Üretim Süreci ..... 135
B. Metnin İçerik Çözümlemesi ..... 136
C. İzleyici Araştırması ..... 138

D. Karşılaştırmalı Araştırma ..... 142
E. Kavramsal Eleştirel Yaklaşım ..... 144
III. HANGİ TARİH, KİMİN GÜNDELİK YAŞAMI? ..... 145
A. Tarih ve Bilginin Yorumu ..... 145
B. Tarihsel Tanıklıklar ..... 147
C. Tarihsel Tanıklıkların Gerçeklik Sorunsalı ..... 150
D .Eleştirel Kuram ve Tarih ..... 154
E. Toplumsal Bellek ve İletişim Araçları ..... 158
F. Yeniden Dönüşümlü Tarih ..... 163
IV. KRALİYET AİLESİ KAMERA ÖNÜNDE ..... 167
A. İngiliz Kraliyet Ailesinde Tören Kavramı ..... 168
B. Elektronik Seremoniler ..... 178
C. Kraliyet Ailesinin Görüntülerindeki Temel Olaylar ..... 181
D. Kraliyet Ailesi Görüntülerinin Yıllara ve Konulara Göre Dağılımı ..... 183
E. Kraliyet Ailesi Görüntülerinin Değerlendirilmesi ..... 194
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME ..... 201
İKİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI ..... 205

# GİRİŞ

***Görü-Yorum: Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü*** kitabı yaşamımızı kuşatan görsel kültürü anlamaya yönelik bir kitap. Toplum içindeki iletişimin boyutlarını anlamaya çalışırken hem kendimizi hem de başkalarını görme biçimlerimizin hangi bileşenlerden oluştuğunu sorgulamaktayız. Nasıl bir yerde yaşıyoruz? Kimlerle, ne tür araçlar kullanarak ilişki kuruyor, kendimizi nasıl ifade etmeye çalışıyoruz? Başkalarından nasıl haberdar oluyor, onları nasıl görüyor ve onlar tarafından nasıl görünüyoruz? Kullandığımız araçlar değiştikçe iletişim kurma biçimlerimiz de değişiyor mu?

Sokakta, evde, işyerinde, medyada (en çok da görselliğin egemen olduğu medya biçimlerinde) karşılaştığımız görüntü bombardımanı, sıradan günlerimizi sıra dışı günler haline dönüştürme iddiası taşıyor.

Gerçeklikle olan ilişkimizde aslında kendi söylem alanımız içinde belki de çok önemli olmayan imgeler ikinci söylem alanında yani bizim başkaları ile paylaştığımız daha genel bir söylem alanında kışkırtıcı olabilir, önem kazanabilir.

İçinde yaşadığımız gündelik gerçekliklerde kendi varlığımızın sesini duyurabilmek için Öteki'ne kendi kimliğimizi göstermeye çalışıyorsak eğer, onun (ister imgesel ister gerçek) kimliğini kabul ediyor, tanıyoruz demektir. Aslında bir kimlik farklılığı iddiasında bulunan gruplar, diğer kimliklerle *eşit hakların* sahip olma savaşı/kavgası vermektedirler. Kendi kimliklerinin tanınmasını isterken bir meydan okuma hareketi içindedirler.

İstanbul Boğazının bir kıyısında, Fast-food paketi içinde Çin noodle'ı (bir çeşit ince makarna-şehriye) yiyen kokoreççi ile kestanecinin bir reklam dizisinde internet üzerine konuşurken "topluma uyum sağlayacaksın, gerekirse smokin giyip Financial Times okuyacaksın, yoksa toplum seni dışlar" demeleri bir kozmopolitan tipi özlemini yansıtmaktadır.

Ekonomik ve kültürel globalleşme tartışmaları, ulus-devlet toplumlarıyla doğrudan ilişkili olmayan değerlerin, kurumların ve yaşam biçimlerinin kozmopolitan gruplar eliyle geliştirilebileceği fikrine yer verir. Bazılarına göre kozmopolitan, yerleşik düzene bağlı kalma kaderciliğine başkaldıran seçkinlerdir. Hareket ve iletişim serbestisinden hoşlanan seçkinler kültürel çeşitliliğe de açık olmayı tercih ederler. Kuşkusuz tercih hakkını kullanabilmek de seçkinliğin bir uzantısıdır.

Gezginci kozmopolitan anlayışı beraberinde bir çeşit kültürel turist olarak mekâna ve mekândaki insanlara bağlılık duymamayı, tavizler vermeyi gerektiren dayanışma ve toplumsal katılmadan uzak durmayı getirir. Anglosakson dünyanın gelip bakan, alışveriş yapıp giden ticaret adamının piyasa değerlerine çok uygun bir tiptir kozmopolitan. Kentlerle ve kentlilikle yakından bağlantılı olmasının nedeni de kentlerin ticaret merkezi olması, insanların, malların, düşüncelerin ve kültürlerin karışımlarına açık olmasıdır zaten. Ancak Batılı modernleşme projesini başlatan büyük kentlerle, globalleşme eğilimine sonradan katılan büyük kentler arasında uluslararası kültürel değişim ve kaynaşma açısından çok önemli farklılıklar yaşanmaktadır.

Kozmopolis teriminin kökenine bakacak olursak; doğanın ve evrenin düzeni anlamına gelen *cosmos* ile, insan toplumlarının düzeni anlamına gelen *polis* arasında bir bağlantı kurulduğunu görürüz. Doğanın düzeni ile toplumun düzeni arasında doğrudan bir bağlantı olduğunu varsayan bazı kültürlere karşın Batılı modernite anlayışı, her iki alandaki çalışma düzeninin ilkelerinin bilim ve teknoloji tarafından ortaya çıkartılacağına inanır. Teknolojik bulguların hem dışsal doğayı hem de insanla-

rın içsel doğasını ve toplumsal yaşamını kontrol etmede kullanılabileceği düşünülür.

Bu anlayış içinde kozmopolitan tipi de ilke olarak her şeyi bilen, bilgi birikimiyle en iyi davranış biçimini de öğrenen kişidir. Ancak teknolojinin veri toplama ve biriktirme potansiyeli her zaman uygulamada doğru yargılarda bulunmayı öğreten kolay reçeteler sunmamaktadır. Özellikle davranışlarımızı alışılmış kimlikler alanımızın dışına taşacak biçimde globalleştirmeye kalkıştığımızda teknoloji, yargılarımızı kolaylaştırmaya yetmemektedir.

Büyük kentin teknolojik silahlar kullanan *kaçak avcıları* olan sokak satıcılarının durumunu (internet ve kredi kartı kullanan kokoreççi ve kestaneci örneğinde olduğu gibi) yukarıda sözünü ettiğim globalleşme ve kozmopolitan kavramlarıyla birlikte düşünmek gerekir.

Hareket ve iletişim serbestisinin bir tercih hakkının kullanımı olarak yaşam biçimine dönüştürülmesi, ucuz internet kullanım olanağıyla acaba ne dereceye kadar gerçekleştirilebilir? Serbest dolaşımda olup toplum içinde geçimini sağlayabilen kişilerin kimlikleri mutlaka fırsat kollayan uyanık tiplemeler mi olmalıdır? En önemlisi, gezicilerin mekâna ve mekândaki insanlara karşı davranışlarında sorumluluk sahibi olmaya nasıl yönlendirilebilecekleri ya da bu sorumluluk duygusunu nasıl hissedebilecekleri sorunudur.

Ekonomideki globalleşme büyük kentin ortak yaşam kültürünü mutlaka biçimlendirmektedir. Kozmopolitan kentli tipinin kültürel olarak köksüz olacağını ve öyle olması gerektiğini düşünmek, bu kent topluluğunda yaşayan insanların daha rahat, daha özgür, daha mutlu olmak yerine insancıl değerlerden uzaklaşacaklarını göz ardı etmek demektir. İnternet ortamındaki insan ilişkilerinin de tıpkı kontrollü bilgiden yoksun globalleşme içinde varlığını sürdürmeye çalışan ve salt var olmanın ötesinde insancıl yaşam kalitesini iyileştirici çabalardan da alıkonulan büyük kentlilerin ilişkilerinin yeniden üretilmesinden ibaret olduğunu görmekteyiz.

***Görü-Yorum: Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü*** Kitabının *Gündelik Yaşamda İmgeler* adındaki Birinci Bölümü, kimi zaman kaotik gibi görünen bir süreci anlamlandırabilmek için çok yönlü düşünmenin, belki de her an "uyanık" gözlerle dolaşmanın gerekliliğine duyduğumuz inançtan yola çıkmaktadır. Her an gözümüzün önünde olanlar, incelemeyi en çok hak ettikleri halde "aşinalık" yapışkanlığı ile varlıklarını gizliden gizliye sürdürürler. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim bilimleri yüksek lisans programında 1993 yılından bu yana "Gündelik Yaşamda İmgeler" adıyla verdiğimiz derste işte bu "aşina yapışkanların" bileşenlerini biraz ayrıştırmak ama aynı zamanda da içinde yaşadığımız büyük erime potasım kavrayabilmek amacıyla disiplinlerarası bir yaklaşım uygulamaktayız. Bu amaçla ana konumuz olan toplumsal iletişimi zaman/mekân/kent/göstergeler/yazılı ve görsel iletişim araçları çerçevesinde ele almaktayız. Yeri geldikçe toplumbilimcilere, kent bilimcilere, göstergebilimcilere yaklaşıp görsel malzemeleri değerlendirmeye çalışmaktayız.

*İmgelerin Gücü ve Hürü'nün Gördükleri* başlıklı çalışmada edebiyat ve imge ilişkilerinden yola çıkarak "imge" sözcüğü üzerine geliştirilen tartışmaları, sözcüğün farklı kullanımlarda büründüğü farklı anlamları, Güneli Gün'ün Bağdat Yollarında adlı romanındaki Hürü kahramanının yanıltıcı imgeler karşısındaki tepkilerinde incelemeye çalıştık.

*Kadın İmgeleri: Mitler ve Gerçekler*, kitle iletişim araçlarındaki kadın imgelerine yakından bakan bir çalışma. Toplumsal bir cinsiyet olarak kadın kimliğinin "aslının tıpkısı" görüntülerine karşın nasıl da gerçeklerden uzak bir kimlik olduğunu sinema, radyo, televizyon, gazete ve müzik videoları örnekleriyle ele aldık.

*İmgeler ve Reklamlar*, kitlesel tüketim kültüründe görüntülerin bireysel tüketicilerin içgüdülerini harekete geçirme işlevi üstlendiğini, 20. Yüzyılın başındaki reklamlardan örnekler vererek ele alan bir yazı. Reklamı yapılan ürünlerin görül-

meyi, fark edilmeyi, seçilmiş gruba dahil olmayı vaat ettiğini unutmamamız için bu kitaptaki yerini aldı.

*Estetik ve İmaj Üzerine* yazısı, pazarlanan imajların yarattığı yanılsamalı şiirselliğin düşe benzer bir görünüm içerdiğini ama düşlerimiz kadar masum olmadığını vurgulamayı amaçlamakta.

*Gündelik Yaşam Kültürü Üzerinde Çalışırken*, büyük kent ortamında karşılaştığımız kırsal yaşam izlerinin sokak deneyimlerinde kendini nasıl gösterdiğini gündelik yaşamdan verdiği örneklerle incelerken yüksek kültür/düşük kültür; kültürel mesafe, kaçak avcılar gibi terimleri tartışmaya açmaktadır.

Birinci Bölümün sonundaki *İmgelerin Melezliği*, görüntülerin verili anlamlarının nasıl da karmaşık, melez olduğunu anımsatmakta.

İkinci Bölümde, *Tarihsel İmgelerin Gündelik Kullanıma Sunulması* başlığı altında İngiliz Kraliyet Ailesinin 1930-1960 yılları arasındaki "British Pathé News" haber film görüntülerini video kasete dönüştürülmüş biçimiyle incelenmektedir. Bu çalışmadaki içerik değerlendirilmesi bir inceleme modeli olarak ele alınıp günümüz arşiv görüntülerinin incelenmesinde yol gösterici olabilir.

Dünya tarihinde belli bir zaman diliminin paylaşılmasındaki ortak anılardan söz edilirken, ortak tarih /popüler bellek/toplumsal bellek/ulusal kimlik gibi terimler kullanılmaktadır. Toplumsal düzeyde bir ortaklığa konu olan anıların nasıl ve kimler tarafından oluşturulup korunduğu tartışmalarında kitle iletişim araçları son yıllarda önemli bir yer tutmaktadır. Zaman ve mekân içindeki sözlü/görüntülü aktarma olanakları ile kitle iletişim araçları ya da son yıllarda dilimize yerleşmiş haliyle medya toplumsal anıları oluşturabilmekte, yeniden biçimlendirmekte ve canlı tutabilmektedir.

Araştırmamıza konu olan "video kaset haline dönüştürülmüş eski haber filmleri" ortak tarihi, ortak belleği yakalamak ve asıl sahiplerine sunmak iddiasındadır. Karşı çıkılması neredeyse olanaksız genellemelerle ("hepimiz tarihin bir parça-

sıyız...dünyadaki olaylar...anılarımız...çalkantılı yüzyıl...") 20. Yüzyıl tarihini kişiselleştirerek hem bir aile albümü hem de seri haline getirilen video kasetlerle bir yakın tarih ansiklopedisi biçiminde sunulmaktadır. 21. Yüzyıla girdiğimiz günümüzde ise video compact disklere (VCD) ve digital video disklere (DVD) kaydedilmiş bu arşiv görüntüleri televizyon programlarında kullanıldığı gibi bireysel kullanımlara da (gazete promosyonlarıyla) sunulmaktadır. Kasetlerden (veya VCD-DVD' lerden) birini video cihazınıza yerleştirdiğiniz anda, bu yüzyılın en "ünlü" insanları, olayları ve olguları televizyon ekranında sizin için bir geçit töreni yapmaya hazırdır; dünya tarihini avucunuzun içinde hissedersiniz.

İzlenilen asıl materyal, yani özgün seslendirmesi ve siyah beyazlığı ile asıl Pathé Haber/Aktüalite filmleri, bugünün televizyon izleyicisinin aşina olduğu televizyon haber programları formatına uygun hale getirilerek kurgulanmış ve video kaset piyasası koşullarına uygun olarak pazarlanmıştır. British Pathé Newsreels video kasetlerini, 1993 yılında İngiltere'deki Kent Üniversitesi (Canterbury) kütüphanesinde geliştirilen bir bilgi işlem sistemiyle izleme ve kataloglama olanağı bulduk. Kasetlerin içerik dökümünü süre, konu başlığı ve olası sınıflandırmalarla gerçekleştirdik. Kitle iletişim araçlarının incelenme yöntemlerini ve "toplumsal bellek" "tarihin yeniden çevrimli hale getirilmesi" ve "gündelik kullanıma sunulması" kavramlarını sorgulamak açısından, ele aldığımız malzemenin çok yönlü olanaklarıyla yeni bakış açıları getireceğini umuyoruz. İngiliz toplumunun popüler tarihini belgeleme iddiasında olan bu kasetleri izlemek bizim açımızdan çok yararlı oldu. İçerik dökümünü, yaptığımız değerlendirmelerle birlikte bu konuda araştırma yapabilecek olanların ilgisine ve bilgisine sunuyoruz.

Malzemeyi belli bir konu çerçevesinde incelemenin bir örneği olarak "İngiliz Kraliyet Ailesinin Görüntülerini" değerlendirmeyi denedik. Ancak burada asıl amacımız, İngiliz popüler tarihini ya da Kraliyet ailesini incelemek değil, bir "ortak bellek" oluşturmada medyanın nasıl kullanılabileceği konusundaki olasılıklara değinmektir. Kasetlerin içerdiği özgün arşiv

filmleri, tarihi, birinci elden yaşamış olmayan izleyiciler için de (yani hedef tüketici kitlesinin çoğunluğu için) bir deneyim olarak sunmaktadır. Çünkü; GEÇMİŞE HEP BUGÜNKÜ GÖZÜMÜZLE BAKARIZ.

Günümüz ekran kültürünün her yeri kuşatmasıyla yeni bir taklit gerçeklik düzenine girmemize yol açan imaj teknolojilerinin idealleştirilmesine karşı çıkan Kevin Robins'in, Türkçe'ye *İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası* (Ayrıntı yay., İstanbul, 1999) adıyla çevirdiğimiz bir diğer imgeler/görüntüler/imajlar kitabının, elinizdeki kitapta eksik bırakılan yerleri dolduracağı duygusuyla okunmasını önermek isterim.

Bu kitaptaki yazılardan bazıları daha önce biraz daha farklı olarak başka yerlerde de basılmıştı. İmgelerin Gücü ve Hürü'nün Gördükleri; Kadın İmgeleri: Mitler ve Gerçekler ve Estetik ve İmaj Üzerine yazıları *Kuram* dergisinin Mayıs 1995, Ocak 1996 ve Mart 1996 sayılarında yayınlandı. İmgeler ve Reklamlar *Antrakt* dergisinin Mart 1995 sayısında, Gündelik Yaşam Kültürü Üzerinde Çalışırken yazısı *Varlık* dergisinde Haziran 1995 sayısında, İmgelerin Melezliği *Çalıntı* dergisinin Yaz 1996 sayısında yayınlandı.

Akademik yaşamın hem zor hem de keyifli yanlarını öğrenmemdeki büyük payı derslerini dinlediğim, yazılarını okuduğum bütün hocalarıma; paylaşma ve kendimi yenileme duygusunu öğrencilerime; yazı yazma konusundaki cesaretimi yukarıda saydığım dergilerin editörleri olan Yurdanur Salman'a, Hüseyin Kuzu'ya, Enver Ercan'a ve Suat Bilgi'ye borçluyum.

Birinci Bölüm

# GÜNDELİK YAŞAMDA İMGELER

## I. İMGELERİ İNCELEMEK

Dilimizde Batı dillerindeki "image" karşılığı olarak kullanılan "imaj" sözcüğünün "yanıltıcı sunuş" değeri içeren bir anlamı var. Sözcüğün tam Türkçeleştirilmiş hali olan "imge" ise imleme işaretleme bağlamında "image"ın kasıtlı olarak yanıltıcı düzenlemeyle sunulmayan yanını da kapsamaktadır. İmge ile çok sık karıştırılan bir başka sözcük ise "simge" sözcüğüdür ve en azından bu terminoloji karışıklığını bir parça çözmek için göstergebilime başvurmamız gerekmektedir. Göstergebilimde farklı yaklaşımlar arasındaki savaş bir yana, tüm göstergebilim çalışmalarına yöneltilen (çoğunlukla yapısalcılığa yönelik suçlamaların bir uzantısı olan) eleştirilerin büyük ölçüde haklı olduğunu düşünsek de bir kaç temel terime yakından bakarak konuya olan yabancılığımızı kıralım istedik.

Saussure'e göre *gösterge* gösteren ve gösterilenden oluşmaktadır. Peirce ise göstergenin ikonik/indeksikal/sembolik boyutlarından söz eder. Kısaca ikonik gösterge benzerlik ilişkisinden dolayı nesnesinin yerini tutan göstergedir; resim, heykel gibi görülebilir. İndeksikal göstergenin nesnesiyle arasında nedensel bağlantılar vardır; bunlar adeta varlıksal / doğal bağlantılar gibidir; dumanın ateşin habercisi olması, semptomların hastalıkların habercisi olması gibi biçimlenebilir. Semboller ise toplumsal uzlaşma sonucu öğrenilen göstergelerdir; nesneleriyle aralarındaki ilişki tümüyle keyfidir: sözcükler, sayılar vb.

Göstergeler gerçek yaşamda belli düzenlemelerle karşımıza çıkarlar ve aynı gösterge içinde birden çok boyut bulunabilir. Göstergelerin düzenlenme sistemlerine "kodlama" diyoruz. Tüm kodlar toplumsal iletişime bağlı olarak ortaya çıkar ve kullanılır. Kodlama yapılacak olan birimlerin "syntagmatik" ve "paradigmatik" boyutlarından söz edilir. Paradigmatik düzenleme içinde bulunan birimler, aynı düzen içinde bulunmanın karakteristiklerini paylaşırlar. Örneğin alfabenin harfleri "harf" olma özelliği taşımayan bir birimi barındırmaz. Syntagmatik

düzenleme ise farklı karakteristiklere sahip birimlerin belli bir amaçla seçilmiş birleşimidir; örneğin bir tümce içinde harfler alfabedeki sırayı takip etmedikleri gibi gramer kuralları ile de bütünleştirilmektedir. Farklı paradigmalardan seçilen birimlerle syntagmatik düzen oluşturulur.

Aslında bir göstergeyi hiç bir zaman ortamından ayrıştırılmış biçimde görmeyiz. İleride görüşlerini ve üzerine yapılan değerlendirmeleri inceleyeceğimiz Barthes göstergelerin düzanlam ve yan anlamlarından söz ederken işte bu yapay ayrıştırmayı gerçekleştirmeye çalışır.(*)

## A. MESAJLAR VE ANLAMLAR

Kitle iletişim araçları (KİA) pek çok kuramsal ve disipliner kaynak tarafından tartışılırken birbiriyle çatışan yaklaşımlarda bile KİA mesajlarına büyük önem veriliyor. Aşağıda ele alacağımız çalışmasında Janet Woollacott kitle iletişim araştırmalarına edebiyat ve sinemayı da dahil ederek bugüne dek geliştirilen eğilimlerin derli toplu sayılabilecek bir özetini veriyor (Woollacott, 1986:91-111). Arada kendi değerlendirmelerimizi de ekleyerek bu çalışmayı inceleyelim.

Amerikalılar daha çok kişiler ile KİA arasındaki ilişkilere ağırlık veriyorlar. Geleneksel yaklaşımda iletişim süreci, göndericiden gelen mesajın diğer taraftaki alıcı tarafından alınması ilişkisi olarak düşünülüyor. Araştırmacıların ilgisi de daha çok KİA mesajlarının, üreticilerinin psikolojik eğilimleri ve mesajın izleyici kitlenin üyeleri üzerindeki etkileri konusunda yoğunlaşıyor. KİA mesajlarının anlamlarının incelenmesi de bu çalışma alanlarının uzantısı olarak ortaya çıkıyor.

KİA üzerine ilk Marxist çalışmalar, KİA'nın kapitalist toplumlardaki ideolojik işlevleriyle ilgilenirken, belirli KİA mesajlarındaki anlam üretimi ile daha az ilgilenmiştir. Bu sorular gündeme getirildiği zaman bir çeşit kültürel kötümserlik ile

---

(*) Göstergebilimle ilgili daha geniş bilgi için Bkz. Rifat,1983; Erkman, 1987; Woollacott,1986.

karşılaşılmıştır. Frankfurt okulu üyeleri kitle kültürünün totaliteryen devlet anlayışının egemenliği altında olduğu görüşündedirler. Adorno ve Horkheimer'a göre; "kapitalist toplumun ekonomik gelişmesine ideolojik destek" sağlayan ve kitle iletişim araçları ile çalışan kültür endüstrisi "bireyin içsel özgürlüğünün yanılsamalı da olsa belli bir avantaja" sahip olmasına bile izin vermemektedir.

Kitle iletişim araçlarının üretimini genel ekonomik üretimden ayıran en önemli özellik, kuralları ve anlamları belirli göstergeleme sistemlerine bağlı olarak hazırlanan mesaj üretimi işlevini üstlenmesindedir. Hall'a göre; "iletişim sürecinde mesajın sembolik formunun ayrıcalıklı bir yeri vardır; kodlama ve kod çözümleme anları iletişim sürecinin bütününde göreceli bir özerklik içindeymiş gibi görünse de bu anlar belirleyici anlardır.

Son on yılda kitle iletişim araçlarının mesajlarının biçimsel semiolojik yöntemiyle çözümlenmesinde haber yoğunluğu, reklamcılık, sinema filmleri ve televizyon programlarına ağırlık verilirken, bu çalışmalar bir yandan da ideoloji kuramlarındaki gelişmeler ile birlikte ele alınır olmuştur.

Kitle iletişim mesajlarını anlamadaki geleneksel çözümleme yöntemi içerik analizi olmuştur. İçerik analizi aracın içeriği ile bağlantılı olarak bir takım kavramsal kategoriler geliştirir ve bu kategorilerin hangi oranlarda mesajın içeriğinde bulunduğunun sayısal bir değerlendirmesini yapar. Mesajın dışa vurulan içeriği: iletiyi veren + iletiyi alan + araştırmacı arasındaki ortak evreni belirler.

İçerik analizi daha çok bireyci bir yöntem (Amerikan ampirik araştırma geleneği içinde davranışçı okuldan yola çıkan) olmasına karşın, örneğin Glasgow Medya Grubunun yaptığı gibi haber değerlerinin belirlenebilmesinde de başarılı bir biçimde kullanılmaktadır.

Semiolojik-yapısalcı çalışmaların bu sayısal içerik çözümlemesi tekniğine karşı çıktığı söylenebilir. Aralarındaki en önemli fark, yapısalcılığın ve semiolojik çalışmaların yalnızca bir

yöntemden ibaret olmayıp bir felsefe, bir kuram olma iddiasında bulunmasıdır. içerik analizi sayısal verilerle ve bu verilerdeki sıklık özelliklerine önem verirken, semiolojik çözümlemeler sıklık özelliği yerine ayrıksı/aykırı duranı da değerlendirmeye alır ve incelenen materyali bir yapısal bütün olarak görmeye çalışır. İçerik analizi örneğin filmlerdeki şiddetin dışa vurulan biçimiyle varolan yoğunluğunu, günlük yaşamda varolan şiddetle karşılaştırma yoluna gider. Oysa semiolojik çözümleme filmdeki şiddet ile ilgileniyorsa bunu bir söylem olarak görür ve şiddeti bir iletişim biçimi olarak ele alır, şiddetin kendisine değil kullanım biçimine bakılır(*). Öyleyse yapısalcılıkta önemli olan nedensellik değil, belirleyiciler değil, ilişkilerdir.

Barthes, kültürel ürünler üzerindeki semiolojik çalışmaların asıl amacının içsel ilişkilerdeki örtük olanı ortaya çıkarmak olduğunu söyler. Barthes'a göre dilbilimin alt dalı olan semioloji göstergenin önemi üzerinde ısrar eder. Kitle iletişim araçları ile ilgili çalışmalara gelindiğinde, görsel iletişimin dilbilimi kuralları ile incelenmesi bazı güçlükler ortaya çıkarmaktadır. Levi Strauss'un antropolojik çalışmalarında sözsüz iletişimin yapısal çözümlemeye nasıl tabi tutulacağının örnekleri verilmiştir; örn. evlenme kurallarının bireyler ve gruplar arasında ne tür bir iletişim sağladığı incelenmiştir. Dilbilim yöntemleri araştırmacının dışsal etkenler ve belirleyenler yerine dışa vurulan konuşma üzerinde durmasını gerektirir. Dışsal etkenler ancak, anlam sistemi içindeki işlevlerine konumlarına göre ele alınır. Barthes'a göre içsel ilişkiler yapıdaki her bir ögenin anlamlandırılmasını sağlar.

Araştırmacı incelediği objelerin içine girip sistemi oradan ele almalıdır. Böylece, incelenen anlam yığınının kimliğini algılayabilmek için tıpkı bir dil öğrenme tekniği gibi, o yapıya özgü kodlama ve kod çözme işlemlerinin anlaşılabilmesi gere-

---

(*) Öte yandan, örn. Hannah Arendt şiddet üzerine yazarken, tarihsel gelişim süreci içinde şiddetin toplumsal ve siyasal güç gösterme biçimleri ile felsefi boyutta ilgilenir.

kir. Kodlama ve kod çözme farklılığı bu iki kutupluluğun vurgulanmasını gerektirir.

Metnin içsel ilişkileri vurgulanırken örn. masalın biçimbilimini inceleyen Propp, kendisinden önce masalın içindeki karakterlerin neler olduğuna (dev/büyülü yaratıklar/hayvanlar vb.) değil, bu karakterlerin hangi işlevler yüklendiğine bakar. Karakter, eylemindeki işlevin önemine göre değer kazanır, bir kimlik kazanır. Propp'a göre hep ikili kutuplar vardır; tüm Rus masalları bir kurbanın başına kötü bir şey gelmesiyle ya da değerli bir şeyin çalınmasıyla başlar; ve görülen hasarın/zararın karşılanması ile son bulur. Bu başlangıç ve son arasında 7 karakter ve 31 farklı anlatım işlevi vardır.

Kısaca, ortaya çıkan kültürel ürün bir sonul değerlendirilmeye tabi tutulur, üretim aşaması ve metnin okunmasındaki farklılıklardan doğan sorunlar göz ardı edilmektedir.

Eco; Propp'un masal çözümleme yöntemini James Bond öykülerine uyarlamış; içsel karşıtlıklardaki zıtlıkları soğuk savaş ideolojisine bağlamıştır. Böylece metnin içeriğinde odaklanmakla birlikte, batılı edebiyat geleneğindeki maceracı heyecanlanmalar ve büyülenmelerin anlatımda yer aldığını da göstermiş. Eco'ya göre, semiolojik çözümlemede gerçek dünya (metnin dışındaki dünya) göz ardı edilirken, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki arandığı için ister istemez gerçeklikle de uğraşılmış oluyor. Barthes da metnin içindeki ideolojik biçimlerin mitsel olarak nasıl yer aldığını gösterirken aslında çok yeni, çok kendine özgü bir şey yapmış olmuyordu. Sanat ürünlerindeki belirli ideolojik biçimlerden söz eden pek çok Marxist çalışma olduğunu biliyoruz. Sanat ürünlerini birer gösterge sistemi olarak ele alan düşünürlerden biri, Benjamin bizim için hiç de yabancı değil. Benjamin "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Ürünü" adlı çalışmasında fotoğraf ile resmi karşılaştırırken; ressamın ürünü ile kendi arasına belirli bir mesafe koymasının kaçınılmaz olduğunu ancak, fotoğrafçının kamerasıyla objesinin olabildiğince içine girmeye çalıştığını söylüyor. Resimde bir dönüştürme işlemi varken, fotoğrafta bir kaydetme

ile karşı karşıyayız. Barthes da bu görüşten yola çıkarak fotoğrafın "kodsuz mesaj" paradoksu üzerinde durur. Fotoğraf "işte bu iş böyle oldu", "ben oradaydım" görüntüsüyle asıl ideolojik işlevini saklar. Özellikle haber fotoğraflarında bu "kaydetme" işlemi Hall'ın da değindiği gibi, gerçeklik garantisi ile ideolojiyi nötralize etmektedir.

Popüler kültüre iyimser yaklaşımıyla bilinen araştırmacı John Fiske ise, özellikle televizyonda toplumun egemen kesimlerinin tercihleri olan anlamların sunulmasının izleyicide geri tepkiye yol açacağını savunur. Ona göre izleyici her zaman, kendisinden uzlaşma istenen "karşı" taraftır ve bunun farkında olduğu için kodlamaları kendi istediği biçimde çözümleyebilecektir. Fiske, televizyonun, toplumdaki "merkezi kurum" gereksinimine yanıt verdiğini söylerken, "kültürün gereksinimleridir önemli olan; metnin içsel yapısı ya da iletişimcinin gerekleri değil, kültürel gereksinimler TV program yapısını belirler" der.

Görüldüğü gibi bu anlayış Marxist "ekonomik altyapının belirleyici" olması görüşüyle taban tabana zıttır. İzleyicinin varolan değerler sisteminin dışında hatta ona karşıt bir bilinç taşıdığını söylemek güçtür. Nitekim Frankfurt Okulu üyeleri kitle iletişim araçları ve kültür endüstrisinin "hem burjuva bireyciliğini hem de proleteryanın devrimci potansiyelini tehdit eden" bir yanlış bilinç oluşturduğu görüşündedirler. Althuserian ideoloji anlayışı "insanın temalar, kavramlar ve sunumlarla hayali bir ilişki içinde olduğu" ve "kendi gerçek varlıkları ile olan ilişkilerinin de ideolojik pratiklerine bağlı olduğu" nu anlatır. İşte ideoloji ve gerçeklik ilişkileri, gerçekçilik sorunsalının yapısalcı bir modelle ele alınmasını kolaylaştırmıştır.

Sinema dergisi Screen; fotoğraf, film ve televizyonun gerçekliğin aynası olma sorunsalım yapısalcı bir yaklaşımla inceleme yolunda, neredeyse bir "okul" olarak adlandırılmalarını sağlayacak gelişmeler göstermiştir. Gerçekçilik anlayışlarında 19. Yüzyıl gerçekçi romanın özelliklerinden yola çıkmış, bu dönem romancılığındaki gerçeklik ile klasik Hollywood filmlerindeki ortak özellikleri Screen çevresinde şöyle özetlenmiştir;

1. Gerçek ile zıtlaşmak olanaksızdır.

2. Özne egemen spekülasyonla ilişkisi içinde konumlandırılır; yönetilen söylemler kapalı tutulur ve okuyucu her şeyin kendisine açıklandığı bir durumla karşı karşıya kalır.

Öyleyse kapalı son izleyici ile statüko arasındaki uyumu sağlamaya yöneliktir ve tartışmaya giremeyen izleyici için bu durum örseleyicidir, ilerlemesini önleyicidir. Öte yandan avant garde filmler özellikle açık sonlu olmalarına karşın izleyicinin (daha doğrusu geniş kitlelerin) ilgisini çekip onların bilişsel tartışma yönlerini geliştirme konumunda olmayıp, yalnızca elitist ilgiye konu olmaktadırlar. Elit ilgi, avant-garde filmlerdeki özel ve artı bilgiye sahip olarak yorumlama ayrıcalığına sahiptir. Ancak Screen dergi grubu zaten klasik Marxist anlamdaki "ideolojik işlevler" kavramsallaştırmasına karşı çıkmakta ve önemli olan "söylem ve öznedir" demektedirler. Böylece gerçeklik sorunu Lacan psikanalizi ile birlikte ele alınmakta ve öznenin "ayna ben" durumu ile karşı karşıya kaldığı savunulmaktadır. Sinemanın psikanalitik çözümlemesi ise Freud'un "rüya tabirleri" yöntemi ile Lacan'cı "özne" kavramsallaştırmasının bir araya getirilmesi yoluyla yapılmaya çalışılmaktadır. Ancak son yıllarda bu yaklaşım çok büyük eleştiriler almış ve çürütülmüştür. Göstergebilimci Metz, sinemanın psikanalitik çözümlemesinin gerçekleştirilmesinde sinemanın kendine özgü bir "görüntü dili" olmasını kullanmaya çalışmış ancak ses ve sözü tümüyle dışlaması daha baştan kuramını geçersiz saymamıza yol açmıştır.

## B. KODLAMA / KOD AÇIMLAMA

Stuart Hall aşağıda tanıtmaya çalışacağımız makalesinde göstergebilimsel yaklaşımın ideolojiden bağımsız işleyemeyeceğini ileri sürer (Hall, 1990: 128-138). Bu makale aslında göreceğimiz gibi çok yabancısı olmadığımız konulara değinmekte ama farklı derlemelerde yer almasıyla da ün kazandığı için burada ele almayı uygun gördük.

Geleneksel kitle iletişim araştırmaları mesajın değiş-tokuşunda yoğunlaşarak, verici-mesaj-alıcı arasındaki ilişkiyi *doğrusal süreç* olarak görür.

Oysa kitle iletişiminin *belirli bir egemenliğe bağlı karmaşık bir yapısı* vardır. Bu yapı dönüşümlü olarak: üretim-dolaşım-dağıtım/tüketim-yeniden üretim süreci içinde yer alır. Bu sürecin her bir aşamasında üretimin aldığı görünüm farklı biçimlerdedir.(*)

*Geçişli üretim biçimi* ile anlamlar ve mesajlar *syntagmatic*(**) söylem zinciri içinde kodların düzenlenmesiyle oluşturulur. Üretimin araçları, ilişkileri ve uygulamaları dil kuralları gibi gerçekleştirilir. Üretimin varolabilmesi için *anlam* aktarılabilmeli, yeniden biçimlendirilebilmelidir.

Geçişli üretim biçimindeki dolaşım bir *bütün* olarak ele alınmalıdır. Tek tek parçalar bir sonrakinin varlığını garanti etmez. Ancak bu güvencesizlik parçalara tam bir bağımsızlık da vermez. Her bir parçanın kendi ünitesi, varlık koşulu olmakla birlikte arada kırılmalara, kesintilere uğraması "biçimlerin geçişi" ile uyumlu bir akış içinde olabilmelidir ki yeniden üretim gerçekleşebilsin.

İletişim değiş tokuşunda *kodlama ve kod açımlama* anları belirleyici anlardır. Örneğin tarihsel bir olayın televizyona özel bir söylem içinde sunulması; televizyona özel bir iletişime konu olabilmesi için bir "hikaye" haline getirilmesi gerekmektedir. Demek ki sembolik bir değiş tokuş söz konusudur. Mesajın biçimi *görünüş biçimine* dönüştürülmektedir.

Üretim aşamasının *çerçevesini* üretim rutiniyle ilgili bilgi,teknik beceri, profesyonel ideolojiler, kurumsal bilgi ve tanımlamalar belirler. Ancak bu çerçeve *kapalı bir sistem* değildir. Kitle iletişim araçlarında katı kesinlik kurallarının sistemin ge-

---

(*) Burada Hall, Marx'ın meta üretimi şemasını kitle iletişimine uyarlamaktadır.

(**) *Syntagmatic* farklı paradigmalara/dizilere ait birimlerin bir araya getirilerek oluşturduğu dizin.

nişlemesi için bir engel olacağı açıktır. Bunun içindir ki seslenilen kitlenin alımlama çerçevesi içinde "öyle de olabilir, böyle de..." söylemi kullanılır. Kesin tavırlar açıkça değil üstü örtük olarak sergilendiği sürece kabul görür. İzleyici televizyon mesajının hem kaynağı hem alıcısı olarak bu karmaşık yapının içinde yer alır. Kitle iletişiminde izleyicinin yeri "kullanım-doyum" gibi basit bir açıklama ile anlaşılamaz.

Anlamlı bir söylem olarak bir TV programının oluşumunu aşağıdaki şema ile çözümleyebiliriz:

Anlamlı Söylem Olarak TV Programı

kodlama ANLAM YAPISI-1 kod açımlama ANLAM YAPISI-2

/ \

bilgi çerçevesi bilgi çerçevesi
üretim ilişkileri üretim ilişkileri
teknik altyapı teknik altyapı

Birinci anlam yapısı ile ikinci anlam yapısı arasında mutlak bir eşitlik olası değildir. Ancak "unsurlar arasındaki denge eksikliği *sapmalara* neden olur" anlayışı, profesyoneller tarafından verilen mesajın tam da onların istediği biçimde algılanması gerektiği sonucuna götürmemelidir bizi. Yukarıdaki şemayı televizyonun *içeriği* terimini eleştirebilmek için kullanıyoruz.

Televizyon göstergesi, gösterdiğinin/yerine durduğunun bazı özelliklerini taşıdığı için *ikonik* gösterge durumundadır. Burada gerçeklik "gerçek ilişkiler ve koşullar üzerine bir dilin (TV dilinin) yapay yolla oluşturulmasının" ürünüdür. İkonik gösterge kodlanmış gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Televizyonda gerçekçilik görüntüsü *geçişçi* uygulamanın bir sonucudur. Doğallık ise evrensel gibi görünen ama halihazırda öğrenilmiş kültürel algılamalara dayanan kodlarla sağlanmaktadır. Kodların doğallık içinde sunumu ve algılanımı ideolojik etkinin ürünüdür.

Umberto Eco'nun söylediğine göre "ikonik göstergeler gerçek yaşamdaki nesnelere benzer çünkü izleyicinin *algılama*

*koşullarını* yani kodları kendisi üretir". Algılama koşulları bir dizi ayrıntılı kodlamayla oluşturulur.

Roland Barthes'ın kodlamalarla ilgili olarak üzerinde durduğu *denotation* (açıkta görünen anlam) ve *connotation* (örtük anlam) ayrımı yalnızca analitik bir yarar sağlayabilir. Hall, Barthes'ı haklı eleştirisinde açık ve örtük anlamların gerçek yaşamda birbirlerinden ayrı durmadıklarını; "anlamların" hiçbir zaman doğal algılamaya oturtulamayacağını ancak anlamlar arasındaki *farklı düzeylerden* söz edilebileceğini söylemektedir.

Farklı anlam düzeylerinin varlığından söz ederken, *çoğulculuk ile çokanlamlılığın* aynı kavramlar olduğunu söyleyemeyiz. Belirli bir güç yapısı/hiyerarşi ile düzenlenmiş tercihli anlamlar vardır. Bu hiyerarşi kültürel doğallık ile bezenmiş *sağduyu* görünümünde karşımıza çıkar.

"polysemy pluralism ile aynı şey değildir"

Tercihli okuma kalıbı => Sosyal Gerçeklik Haritası

Hall; "belirli bir" değil, "egemen" haritalardan söz eder. Çünkü her zaman bir olayı düzenlemek, sınıflandırmak, çözümlemek için birden fazla haritalandırma/yönerge kullanılabilir.

Örtük anlam düzeyindeki yanlış anlamayı gidermek için *var olan toplumsal yaşama* gönderme yapmak gerekir. Mesaj egemenlik ilişkisi içinde yapılandırılmış ama kapalı değilse uygulama anına/ icra kurallarına bakmak gerek. Geleneksel semioloji bu aşamada yorumlamalı çalışmayı reddettiği için yetersiz kalmaktadır.

İzleyicinin *öznel kapasitesi* de önemlidir ancak televizyon söyleminin nesnelliğinden söz edemeyeceğimiz için uygun anlamı algılamanın da öznel/ bireysel bir sorun olduğunu söylemek yanlıştır.

İzleyici araştırmalarında "anlama - yanlış anlama" sorunu, mesaj verici yönünden mesajın istenen biçimde algılanılmasını gerçekleştirmek üzere incelenir. Örn. reklamın hatırlanabilirliği üzerine yapılan araştırmalar, mesajın yönetimcisi için

ideal olan biçimde iletişimin gerçekleşmesini amaçlamaktadır. Öte yandan "seçici algılama" çalışmalarının farklı uygulamalarının da gösterdiği gibi "herkes mesajı işine geldiği gibi alır" demek sorunu çözmeye yetmemektedir. Hall televizyon söyleminde olası farklı kod açımlama biçimlerini aşağıdaki şematik açıklamayla verir. Kuşkusuz bu olasılıkların yukarıda Barthes'ı eleştirirken kendisinin de belirttiği gibi gerçek yaşamda birbirlerinden kolayca ayrılabileceğini savunmaz. Yine de her tür şematik açıklama çabasının gerçek yaşamla uyuşmama ve onu kavrama iddiasında olma sorunsalını taşıdığını anımsatmak istiyorum. Tüm soru işaretlerine rağmen Hall'ın görüşlerini tamamlayan bu olasılıklara bir göz atalım:

Televizyon Söyleminin Olası Kod Açımlama Biçimleri

1. Baskın - egemen durum: mesajın tam olarak vericinin istediği biçimde alınması. Programcılar profesyonel nesnellik iddiasında bulunurlarsa da kendi profesyonel bağımlılıkları genel demokratik bilgi alma/verme çerçevesi içinde yer almaktadır.

2. Anlaşmalı-müzakereli kodlama: mesaj ya mantıklı/evrensel yelpazede verilir ya da doğal/kaçınılmaz gibi meşrulaştırılır.

3. Karşıt kod açımlama: izleyici doğru anlar ve tümüyle farklı biçimde alternatif referans çerçevesi ile karşılık verir.

Hall'ın haber alma ve vermedeki kodlama ile kod çözümleme açıklamalarından sonra şimdi de göstergebilimcilerinin hep hoşlandıkları bir başka gündelik yaşam örneği olan trafik işaretlerine bir de kendi gözümüzle bakalım:

Trafik Kodları

Trafik kuralları günlük yaşantımızda belki de en açık olarak karşımıza çıkan kodlanmış göstergelerdir. Düzenleyen bir yetkili kurum vardır; emredicidir. Bu kuralları bilme/öğrenme ve uyma zorunluluğu vardır. Toplumda hemen herkesi kapsamına alır ve davranışlarımızı düzenler. Yetkili kurumun koyduğu kurallar zaman içinde değiştirilebilir ama hep "sağduyulu

olma" iddiasındadır. Sağduyunun bazı ayrıntılara karşı hoşgörülü olduğunu görürüz; acil durumlarda trafik kuralları adeta anarşik bir şekilde bozulur ancak kargaşa genellikle uzun sürmez. Bir de bazı trafik kurallarındaki ayrıntılara aynen uyulmaması gerektiğini biliriz. Örneğin yaya geçitlerinde karşıdan karşıya geçen kişi ülkemizdeki trafik tabelalarında şapkalı bir adam biçimindedir. Bu göstergeyi ikonik bir gösterge olarak ele alıp aynen uymaya kalkarsak şapkalı olmayan ve figürdeki adama benzemeyenlerin yaya geçidini kullanmaması gerekir. Oysa tüm kentliler bu tabelanın anlamını "öğrenme" yoluyla bildikleri için yaya geçidi sorun çıkmadan işlevini yerine getirir.

## C. GÜNDELİK YAŞAMDA TOPUMSAL ETKİLEŞİM

Erving Goffman ve diğer sosyologların toplum içinde bireyin kendini sunumu ile ilgili çalışmalarını bize "evet, gerçekten de öyle oluyor" dedirten Giddens'ın değerlendirmeleriyle ele alalım (Giddens, 1992: 89-116).

Gündelik toplumsal yaşam üzerinde çalışmanın önemi:

1. Yaşamımız benzer davranış kalıplarının günden güne, haftadan haftaya, aydan aya hatta yıldan yıla *yinelenmesiyle* düzenlenir. Hafta içi günlerin hafta sonlarından farklı geçmesi bile yinelenen bir düzen içindedir. Bunun için sıradan bir şekilde nasıl olduğumuzu soranlara "her zamanki gibi..." deyiveririz. Yaşamında büyük bir değişiklik geçiren kişi *günlük rutinlerini* de değiştirmek zorunda kalır, yeni bir düzenli alışkanlıklar sistemi oluşturulur. Günlük rutinlerimiz ve diğerlerinin rutinleri ile olan ilişkilerimiz toplum içinde neler yaptığımızın yapısını ve biçimini oluşturur.

2. Günlük yaşam üzerine çalışmak, geniş toplumsal sistemler ve kurumları anlamamızı sağlar. Örneğin kişisel olmayan ilişkilerden söz ettiğimiz zaman *büyük kent* yaşamında kişisel olarak tanımadığımız insanlarla etkileşim içinde olduğumuz gerçeğini sorgulamamız gerek. Erving Goffman büyük kent yaşamında karşılaştığımız insanlara şöyle bir bakıp geçme davranışımıza *medeni ilgisizlik* (civil inattention) der. Bu durum diğer

insanın varlığını fark ettiğimizi ama ona karşı herhangi bir niyet taşımadığımızı belirtir.

*Sözsüz İletişim* (non-verbal communication)

Yüz ifadeleri, jest ve mimikler, bedenin hareketleri bütün olarak bir *vücut dili* oluşturur denir. Ancak sözsüz iletişime aslında dil/söz bazı ifadelerimizde yetersiz kaldığı için başvururuz.

Görüntü ve dil ilişkisi üzerine tartışmayı derinleştirmek gerekli. Dil her zaman görüntüye egemen midir? Görüntüyü algılamamız ve anlamlandırmamız niçin dil aracılığı ile oluyor? "Görüntü dili" diyoruz da niçin "dil görüntüsü" demiyoruz? Öte yandan görüntünün "evrensel dili"ni kanıtlama çabaları niçin başarısız kalıyor? Görüntü ya da dilden birine üstünlük vermek mutlaka gerekli mi? Tüm bu soruları yanıtlamaya girişirken "öğrenilmiş/kazanılmış toplumsal kodları" temel almalı, görüntü ya da dilin edinilme ve kullanılma anlarına dikkat etmeliyiz (*).

*Yüz ifadeleri* üzerine yapılan çalışmalar, Darwin'in "temel duygu ifadeleri tüm insanlarda aynıdır" görüşünden yola çıkmaktadır. Sosyolog Paul Ekman yüz ifadelerindeki evrenselliği yakalama amacıyla FACS (Facial Actions Coding System: Yüz Hareketleri Kodlama Sistemi) adıyla geliştirdiği yöntemi önce 1971'de Yeni Gine'de Batılı kültürlerden izole bir topluluk üzerinde uygulamış ve temel altı duygunun ifade ve yorumunun Batı kültürüyle aynı olduğu sonucuna varmıştır. Bu duygular: mutluluk, üzgünlük, kızgınlık, tiksinti, korku, şaşkınlık. Aynı yöntem sağır-kör çocuklarda ve yeni doğmuş bebeklerde de uygulanmış ve yüzde çalıştırılan kasların aynı olduğu sonucuna varılmıştır.

---

(*) Bkn. M. Rıfat. *Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları*. YAZKO. İstanbul. 1983, göstergebilim derlemesindeki A. J. Greimas ve M. Merleau-Ponty metinlerinin yanı sıra. Ü. Oskay'ın "Kitle İletişiminde Birey-Toplum Etkileşimi" konusunu tartıştığı *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri* kitabının ss. 308-354 arasına bakınız. Oskay burada dilbilimci Vygotsky'nin "bilincin, dil ve düşünme yeteneğinin toplumsal/tarihsel bir olgu" olduğu yolundaki görüşünü destekleyen diğer iletişim kuramcılarından da söz etmektedir.

Bedensel ifadelerde ise yüz ifadelerine göre daha büyük farklılıklar bulunmuştur. İşaret etme, küfür, olumlama-olumsuzlama vb. ifadelerde kültürel farklılıkların, farklı kültürlerdeki anlamlı iletişimin gerçekleştirilmesini engellediğini bilmekteyiz.

Kültürel farklılıkları tümden göz ardı etmese de bu tür araştırmaların duygularımızı dışa vurmamızı sağlayan fiziksel özellikleri kullanma bilincimizi oluşturan toplumsal/sınıfsal ve tarihsel nedenleri önemsememe gibi bir yanılgısı olduğunu unutmayalım.

Her tür sözsüz ifade, söylediklerimizdeki boşlukları doldurmak ya da hiç bir şey söylemezken bir şeyler ifade etmek için kullanılır. Pek düşünmeden, kendiliğinden yaptığımız şeyler söylemek istediğimizi tam söyleyemediğimizin göstergesidir.

Yüz ifadeleri genellikle 4-5 saniye sürer. Uzun sürmesi pek inandırıcı olmaz, çoğu zaman tam tersini ifade etmek için kullanılır.

*Yüz ve Kültür*

Hemen tüm kültürlerde "yüz" kişinin saygınlığı ile birlikte düşünülür. Gündelik dilde kişinin saygınlığı yüzüne bağlı olarak ifade edilir.

Türkçe'de hemen aklımıza gelen deyişler: yüzüne bakmak/bakmamak; yüzüne vurmak; yüzüne karşı; yüz çevirmek; yüzüne söylemek; yüzü kızarmak; yüzü suyu hürmetine; yüzünden anlamak vb. toplumsal ilişkilerde "yüzün" hürmet görmesi gibi bir gerekliliği ifade eder.

Diplomaside yüz ifadelerinin denetlenmesi bir uzmanlık konusudur.

Kişiliğin ifadesinin denetlenmesini gerektiren kamusal hizmetle ilgili meslekleri düşünün; politikacılar; televizyon sunucuları (farklı programlarda farklı "yüzlerle" karşımıza çıkarlar); şöhret olmuş ya da şöhrete aday kişilerin her durumda kontrolü

elden bırakmamaları gerekir. Aslında herkes amatörce de olsa yüzüyle "oynar".

*Toplumsal Kurallar – Konuşma*

Sözlü iletişimde sözcüklerin kendisinde bulunmayan toplumsal bağlam içindeki bilgimizle anlaşırız. İki kişi arasında geçen bir konuşma konuyu bilmeyen bir diğeri için anlamsız olacaktır. A ve B kişileri arasında geçen aşağıdaki konuşmaya bakalım:

A. 14 yaşında bir oğlum var. B. İyi...

A. Bir de köpeğim var... B. Ah, üzgünüm.

Açıklamada bulunan A ile ona karşılık veren B arasındaki ilişkinin kiracı-ev sahibi ilişkisi olduğunu öğreninceye dek bu konuşmayı doğru anlayamayız. Gerçi bu mülkiyet ilişkisini öğrendikten sonra da yukarıdaki örnek konuşmada her şeyin anlaşıldığını söylemek kolay değil. Büyük kentte apartman dairelerinde yaşayanlar için bu diyalog bildik bir gerçeğe işaret ederken, kırsal kesim insanı ya da hayvan dostları ya da komünal yaşam yanlıları farklı tepkiler göstereceklerdir.

*Anlaşma= Paylaşılan Anlama*; Ortak bilgi, yüz yüze iletişimde soru ve yanıtların ilgili kişiye göre düzenlenmesini sağlar. "Ne var ne yok" sorusunun karşılığı kimin sorduğuna göre değişecektir. H. Garfinkel yüz yüze iletişimde *geri plan beklentilerinin* belirleyici olduğuna dair bir dizi araştırma yapmıştır. Gönüllü öğrencilerle havadan sudan konuşmaların tüm özelliklerini belirlemeye yönelik deneylerde, öğrencilerden alışılmışın dışına çıkmalarını istemiş ve örneğin "nasılsın?" sorusuna alınan karşılık "ne anlamda nasılım? sağlığım mı, mali durumum mu, kafam mı..." vb. olduğu zaman soruyu soranın bozguna uğradığını saptamıştır. Bu tür küçük, sıradan konuşmalarda beklenen yanıtı almazsa insanlar *paylaşılan anlamın sürekliliği* kesintiye uğradığı için şaşırmaktadır. Sıradan geçişlerin dışına çıkış çoğu kez komedi-hiciv biçiminde kullanılmaktadır.

Gündelik konuşmanın içeriğini incelemeye kalkışmanın yersiz olduğunu düşünenler, sıradan konuşmanın kendi içinde bir anlam aramanın yanlış olduğunu, Goffman'ın "medeni ilgisizlik" kuramının yeterince açıklayıcı olduğunu ileri sürmektedirler.

Dil, üzerinde düşünülmeye başlanınca kuşkusuz biçim değiştirmektedir. Bunu senaryolardaki diyaloglara, edebiyat metinlerine bakmakla ya da teybe alınmış günlük konuşmaları dinlediğimiz zamanki tepkilerimizde görebiliriz. Karşılıklı konuşmalardaki üst üste bindirmeler, gramer kurallarının ihlali, tonlama yoluyla yaratılan anlam farklılıkları sıradan gündelik dil kullanımlarımızda (kuşkusuz toplumsal kurallara bağlı olarak) "işlemektedir".

*Dil Sürçmesi - Ani Vücut Hareketleri*

E. Goffman refleks gibi görünmekle birlikte başkalarının varlığı durumunda ortaya çıkan ani tepkilerimizi *tepki çığlığı* (response cries) diye adlandırmaktadır. "ay, ay...aman...hop..." gibi küçük hatalarda verdiğimiz nidalar denetim dışı bir durumdaki boşluğu doldurmak için yalnızken değil başkalarının yanında gösterdiğimiz tepkilerdir. Goffman'a göre bu *kontrollü uyanıklılık* gösterisidir.

Freud "Günlük Yaşamın Psikopatolojisi"nde hiç bir dil sürçmesinin aslında kazaren olmadığını, hepsinin gerçek durumu ifade ettiğini ileri sürer. Böylece dil sürçmeleri içsel çelişkilerin bilinçli olarak dışa vurmaktan kaçınma çabasının başarısız kaldığını gösterir.

Sıra dışı konuşmalar; çocuksu-köylüce-kabaca-kibarca vb. ya da çift anlamlı konuşmalar çoğunlukla konunun hafife alındığı izlenimi yaratma çabasını yansıtır. Konuşmada uzman olması *beklenen* radyo- televizyon sunucularının, ders veren hocaların konuşma hataları daha komik görünür. Burada sıradan kişi ile serinkanlı profesyonel arasındaki ayrımın belirgin olarak sergilenmesi beklenir.

Profesyonel tonlama kalıplarının gençler tarafından taklit edilerek her an "duruma hakim" olma iddiasının ya da özel rad-

yolardaki genç sunucuların "rahat" vurgulamalarının moda oluşuna dikkat edelim.

*Etkileşimde Yüz-Beden-Konuşma*

Diğer insanlarla gündelik etkileşimimizde yüz-beden ifadelerini sürekli sıkı bir kontrol altında tutarız. Çabalarımız bazı anlamları *aktarmak*, bazılarını *saklı tutmak* içindir.

*Karşılaşmalar*: Goffman'a göre kalabalık yerlerde insanların birbirine aldırmaz bir görünüm sergilemeleri *odaklanmış dikkat* içerir ki bu medeni ilgisizliğin sonucudur. Günlük ilişkilerimizde sürekli düzenli olarak karşılaştığımız aile, arkadaş, meslekdaşlara karşı ise *odaklanmış dikkatle* yaklaşır ya da uzaklaşırız.

Karşılaşma her zaman bir *açılış* gerektirir. Medeni ilgisizliğin aşılması için herhangi bir biçimde dikkati odaklayacak bir itki bulunmalıdır.

Karşılaşmaların farklılığı *parantezlerle* ayrılır. Sanat öğrencilerine poz veren çıplak model, öğrencilerin karşısında değil ayrı bir yerde soyunur ve giyinir. İçeriği ne olursa olsun karşılaşmalarda biçimsel bir ayrım vardır. Asansör karşılaşmalarında abartılı bir ilgisizlik sergilerken çıkışta nezaketen "iyi günler" diyerek ayrılmak bizi rahatlatır.

*Parantezle çerçeveleme* konusunu kitle iletişim araçları karşısındaki durumumuza uyarladığımız zaman ilginç tartışmalar ortaya çıkar. Özellikle televizyonun yarattığı yanılsamalı yüz yüze iletişim konumu, sanki tüm açılış ve kapanışları bizim yaptığımız duygusu uyandırır. Uzaktan kumanda araçları ile kanaldan kanala "zapping" yaparken bu yanılsama daha vahim bir hal alır. Tek bir kanalı sürekli izlerken karşılaştığımız "parantezler" seyircilik konumumuzu algılamamızı kolaylaştırırken "zappinglerde" kumandanın gerçekten de bizde olduğunu sanırız.

*Etkileşimi Düzenleme*

Goffman ve diğer yazarlar toplumsal etkileşimi incelerken tiyatro kavramları kullanırlar; toplumsal *rol*, toplumsal *pozisyon* vb. Bu *dramaturjik* modelde diğerlerini istediğimiz yönde davranmaya yöneltecek biçimde içinde bulunduğumuz durumu ayarlamaya çalışırız, bilinçli ya da bilinçsiz olarak.

Goffman etkileşimi düzenlemenin bir sahne önü bir de sahne arkası olduğuna dikkat çeker. Sahne performansının gerçekleştiği ön planda tüm denetim sunulmaya çalışılırken, sahne arkasında tüm kayıt dışı *kulis* faaliyetleri rahatlıkla sahneye hazır hale getirmeye çalışır *aktörü*.

*Uyarlanmış roller* ise kuşkusuz belli bir öğrenim sürecini daha doğrusu deneyimini gerektirir ve son derece rahatsızlık vermesi olası durumlarla başa çıkmamızı sağlar. Erkek bir jinekoloğa giden kadın başlangıçta muayenehanenin bekleme odasında günlük kimliğinden sıyrılıp *hasta* rolüne kendisini hazırlar. Muayene gerekiyorsa doktor dışarı çıkıp hemşirenin *hastayı* hazırlamasını ister. Hemşire hemcins olduğu için sırdaştır; iç çamaşırlar gözden uzak bir yere konur, muayene örtüsü örtülür ve hasta hazır olup, doktor içeri girince de hemşire bu kez *tanık* olarak sahneyi izler. Muayene sonrası hasta giyineceği zaman doktor yine dışarı çıkar, hemşirenin yardımıyla giyinen hasta artık doktorla rahatsızlığı üzerine konuşabilecektir.

*Kişisel Alan ve Karşılaşma*

Karşılaşma ve konuşma esnasındaki fiziksel konumlarda kültürel farklılıklar belirleyicidir. Batılı toplumlar birbirlerinden uzak durmaya özen gösterirken Akdeniz kültürü insanları yakınlığı doğal kabul ederler. Edward Hall sözsüz iletişimde Batı ölçütlerini şöyle belirlemiş:

mahrem mesafe=yarım metreye kadar vücut teması, çok özel.

kişisel mesafe= 0,5-1,5 m. arkadaşlık.

sosyal mesafe= 1,5-4 m. resmi görüşmeler.

kamusal mesafe= 4m ve fazlası; toplantı,sahne seyirciliği.

## D. ZAMAN VE MEKANDA ETKİLEŞİM

Modern büyük kent yaşamındaki zaman ve mekân deneyimlerimizin ne denli bizim dışımızda belirlendiğinin/düzenlendiğinin sorgulamasını çoğu kez yapmadan uyum gösteririz. Aynı insanlarla farklı zaman ve farklı mekânlarda karşılaşmanın farklı tepkilere yol açması bir *beklentiye uygunluk* sorunudur. Kent yaşamında yeni alışkanlıklar (örn. 24 saat açık benzin istasyonları, marketler, bizde gece yarısından sonra açık işkembeciler, vb.) zamanın el değiştirmesine, kolonileştirilmesine yol açmaktadır.

*Haritaları Okumak*

Harita belli bir alanı, dünyanın herhangi bir parçasını temsil etmek üzere insanlar tarafından oluşturulmuş çizimlerdir. Bir yandan belli bir gereksinimi gidermeye yönelik işlevsel bir yönü; bir yandan da varolan imgelemi değerlendirici uzlaşımsal (conventional) bir yönü vardır. Haritanın bir tek okunuşu yoktur. Her yolculuk haritaya yeni öyküler getirir.

Haritayı yapan ile haritayı okuyan arasında gizemlilikten açıklığa gidip gelen bir bağlantı vardır. Harita yolu göstermek için gerekli anahtarları hem barındırır hem de bu anahtarları gizler. Haritanın geçerliği ve yeterliği kullanan kişinin okumasına doğrudan bağlıdır. Haritalar hep kendilerinden önce yapılan haritalara bakılarak, amaca göre değiştirilerek yapılır ama her zaman, harita yapımında mekânı insanın kullanımına sunma işlevi bulunur. Turistik haritalar, kent planları, her türlü yol gösterme çizimleri mekâna egemen olma kaygısını taşır[*]

---

[*] Haritalar konusunda ek bilgi için Bkz. Fernand Braudel; *Akdeniz: Mekan ve Tarih*, çev. Necati Erkurt: Metis yay. İstanbul, 1990; Michel de Certeau; "Walking in the City," *The Cultural Studies Reader*, ed. Simon During; Routledge, London, 1993, ss.151-160.; Anthony Giddens; "Social Interaction and Everyday Life," *Sociology*, Polity Press, Cambridge, 1992, ss. 89-116.; David Harvey; "The Experience of Space and Time," *The Condition of Postmodernity*, Blackwell, Cambridge, 1992.

Kentte Yürürken

"Dünya Ticaret Merkezi'nin 110. katından Manhattan'a bakınca gökdelenlerle parklar arasında gelip giden dikey dalgalanmaları görürsünüz. Dev yığın hareketsizleşiverir gözler önünde. Eski ve yeni yapılar arasındaki farklılık uç noktalardadır. New York hiç bir zaman Roma gibi geçmişiyle iyi geçinerek büyümeyi öğrenemedi. Yukarıdan bakınca bu kentte (New York) sürekli patlamalarla dolu bir evren olduğunu görürsünüz. Bu beton, çelik ve cam dolu sahneyi Atlantik ve Amerikan okyanusları arasında ikiye ayıran frijid su yatağı dünyanın en uzun mektubudur. Devasa retoriği hem tüketimde hem üretimde aşırılıktan kaçınmaz." (de Certeau, 1993: 151-160).

*Röntgenciler ve Yürüyenler*

Michel de Certeau'ya göre böylesi bir evreni okumanın esrikliğinde erotik bir şeyler vardır. Yukarıdan aşağıya bakarken bütünü görmenin bu şehvetli keyfi nereden kaynaklanır? Yukarıda olmanın tanrısal bir hakimiyetinden belki de. İçindeyken büyülenip sürüklendiğimiz dünyanın efendisi oluruz yukarıdan bakarken. Ancak bu yücelik duygusu aşağıya, kalabalıkların koşuştuğu karanlığa düşmek korkusunu da içerir. İkaros'un düşüşü gibi.

Dünyada ilk uçan adam olarak ünlenen İkaros, kralın buyruğuna karşı geldiği için mimar babası ile birlikte bir labirente kapatılır. Buradan kurtulmak için baba, teknik bilgilerinden yararlanıp kendisi ve oğlu için birer çift kanat yapar, balmumu ile omuzlarına yapıştırır. Oğluna da ne çok alçaktan uçmasını ne de güneşin ışınlarına fazla yaklaşacak kadar yükselmesini öğütler. Ancak havalandıkça oğul İkaros yükselmenin keyfiyle sarhoş olur ve babasının sözlerini unutur. Güneşin ışınlarına aldırmamak doğaya meydan okumak olduğundan Güneş tanrı bu pervasızlığı cezasız bırakmaz ve kanatları tutan balmumunu eritir. İkaros da neye uğradığını bilemeden denize düşer, boğulur. Düştüğü yer olan Ege'deki bölge İkaros denizi adıyla anılır. Sanat ve felsefede İkaros'un serüveni yüce-

lik/ecstasy ve doğaya meydan okumanın düşüşü ile insanın sınırlılığının simgesidir.

"Yukarıdayken aşağıya inmek zordur"

Ortaçağ ve Rönesans ressamlarının kenti sergiledikleri perspektif aslında kimselerin görme zevkine eremediği bir perspektiftir. Ortaçağ seyircisini "göksel göz"e dönüştüren bir kurmacadır oynanan. *Her şeyi gören kudret*; kentin karmaşasını okunabilir, durağan bir texte/metne dönüştürür.

Alan plancıları, şehirciler de *panorama kent* yaratma yolunda "gören kudret" gözüyle benzer bir yanılsama içindedirler. Aşağıdaki kendi pratiklerini unuturlar. Oysa kentin asıl uygulayıcıları aşağıda yaşayanlar, yürüyenlerdir. Yayalar sevgilisinin kollarında aşktan gözü kör olanlar gibi göremedikleri bir yerlerde dolaşırlar. Pırıltılı ve değişken devinim ağı artık ne yazar ne de seyirciye olanak tanır; yalnızca gündelik olarak kalır. Gündelik olan, gözün ürettiği imgesel bütünlükten kaçarak yabancılığını hep korur.

Görsel coğrafya alanı ya da kuramsal yapının ötesinde alan pratiğinin özel düzenleme biçimi, antropolojik-şiirsel-mitsel bir başka alansallığı, ışık geçirmez, *kör* bir hareketliliği vardır.

*Kent Kavramından Kentlilik Uygulamalarına*

Erasmus "kent kocaman bir manastırdır" derken kentin gelişen insan yığınını düzenleme sorunsalını gündeme getiriyordu. Yaklaşık 16. yüzyıldan bu yana şehirleşme(*) gerçeği, kent kavramına dönüştürüldü.

Kenti kavramlaştırmak ona kimlik verilmesini sağlamaz ama ilerici ortak yaşamlarında rol oynar. Bir kenti planlamak; gerçeğin çeşitliliğini yani çoğulculuğunu düşünmek ve bu düşünce biçiminin etkili olmasını sağlamak demektir.

---

(*) Urban; şehre ilişkin anlamının yanı sıra yine bununla bağlantılı bir parlakcilalı anlamı taşır.

Düzenlemeci kavram: Ütopyacı Kentli Söylem şu üçlü operasyonun olasılığına dayanır:

1) *Kendi* alanını üretmek; rasyonel düzenleme her türlü fiziksel, mental, politik kirlenmeyi bastırmaya çalışacaktır.

2) Geleneklerin direnişini eşsüremli (synchronic) bir sistemle kırmak, fırsatların avantajlarını kullanamama taktikleri ile adeta yeni bir tarih üretmek.

3) *Evrensel* ve *anonim özne* olarak kenti yaratmak. Bu özne-kent zamanla işlevselliği ile kendini kabul ettirecektir.

Yönetim her zaman bir eleme işlemi ile başlar. Kentin işlevlerini ve kısımlarını değiştirip yeni bir dağılım yapacak ve üstesinden gelinemeyecek her şeyi *atıklar* olarak niteleyip reddedecektir.

İşlevselci yönetim belirli bir zaman içinde istediği ilerlemeyi sağlayabilmek için alanın kendisini unutur; sürekli dönüşümlere ve yeniliklere açık olmakla *kavram kent* modernitenin makinesi ve kahramanı olarak işlev görür.

Kenti sosyoekonomik ve politik stratejilerin hükmedicimitsel bir alanı haline getirmeye çalışmanın sonucunda buna karşı çıkan tepkiciler, zırhlı kuvvetlerin erişemeyeceği bir yerde toplanmaya çalışırlar. Böylece tümüyle yönetim dışı hale gelirler.

*Uygulamaya Geri Dönüş*

Kavram-kent artık işlemiyor. Rasyonelliği savunduğunu söyleyen yöneticiler – Bilgi Bakanları zora düşünce sorunun kendi kuramlarından dolayı olmadığını, önlenemez bir "felaket" içinde olduğumuzu söylerler. Bu durumun alternatifi belki de ayrıntılardadır. Gözlemci düzenlemelerden uzak *mikrop* olmaktadır. Disiplin dışı gündelik pratikler kendi yaşama alanlarını oluşturacaklardır.

*Aylak Adımlar Korosu*

"Tanrıça ayak adımlarından tanınır" (Virgil, Aeneid I, 405)(*).

Yayaların devinimleri kenti gerçekleştiren asıl sistemdir. Belli bir bölgeleri yoktur, alana yayılmışlardır. Ortalıkta dolaşan, vitrinlere göz atan yaya yürüyüşleri haritada her an tersine çevrilebilecek bir hat izler. Coğrafi sistem, eylemi okunabilir, açık hale getirdikçe; sabit hale getirdikçe çıkış varlığını unutturur.

*Yürüme Retorikleri*

Bir dizi dönüşler "turlar" sergileyen yayaların yürüyüşleri "deyişlere" veya "stilistik figürlere" benzetilebilir. Tıpkı kullandığımız dil gibi bu sanatın da stilleri ve kullanımları vardır. Stil sembolik düzeyde kendini dışa vuran linguistik yapıyı belirtir. Kullanım ise bir kodun ögelerine gönderme yapar, kuralsaldır. Kullanım stili bir varoluştur, varoluşu işleme yoludur.

Kentte belirli isimleri, numaraları arayan kişi bunların mıknatısına kapılmış gibidir.

Kentte birtakım kronolojik düzenlemeler ve tarihsel meşrulaştırımlar vardır. Zamanla çıkış noktaları yavaşça silinir ama yine de varlıkları kendilerine verilen adlarla kimliğini sürdürür. Açık anlamları yön belirlemektir ve birincil rollerinden uzaklaşırlar. Bazıları ise işlevselci tarihsel düzenin ötesinde poetik coğrafyaya konu olur. Teknik yapı ile yok edilen kent "ertelenen sembolik düzen" olur. "Evimden başka özel bir yerim YOK" dedirtir kentlilere; "inandırıcı tek sığınağım, hâlâ bir parça efsaneye açık, geçmişin gölgeleriyle dolu evim..." Kavram-kentte "özel" hiçbir şey yoktur, işaretlenmiş hikayesi, anısı, imzası yoktur. Hiçbir şeyin inandırıcı olmadığı yerler vardır yalnızca.

---

(*) Aeneid ya da Aeneis Romalı Vergilius'un -Virgil- 12 bölümlük destanıdır. M.Ö. 29'da yazılmaya başlanmıştır. Daha eski çağlara uzanan Roma'nın kuruluşuna dair efsaneleri konu alır.

Yürüyen, dolaşan kişi dünün ve bugünün hurafeleriyle hareket eder; uzak yerlerde aranır egzotizm. Oysa "ekstralar" ve "ötekiler" her zaman dışarıdan sızan ayrıntılar olarak kurulu düzene sızarlar. Kalbur bir düzendir bu. Michel de Certeau'nun şiirsel bir duyarlılıkla dile getirdiği gibi böylece kent bir konsensus yeri değil, modernite içinde sürekli disipline edildiği için radikal dönüşümlere açık bir arenadır.

## E. TOPLUMSAL YAŞAMDA ALANSAL UYGULAMALAR

Modernite zaman ve mekânın değişimine bağlı olduğuna göre, bu değişimin nasıl oluşturulduğuna dair pek çok düşünür kafa yormuştur. Bu düşünürler arasında Marshall Berman, Daniel Bell, Walter Benjamin, Frederic Jameson, Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Michel de Certeau, Henri Lefebvre başta gelmektedir.

Lefebvre alansal uygulamaların oluşumlarındaki karmaşayı bir parça çözümleyebilmek için üç boyuttan söz eder: deneyim, algılama ve imgeleme boyutlarıdır bunlar (Harvey, 1992: 201-323).

1) Materyal alansal uygulamalar; fiziksel/materyal akışlar, aktarımlar, etkileşimler alanda üretimi ve toplumsal yeniden üretimi sağlayacak biçimde oluşurlar; YAŞAM DENEYİMİNE KONU OLAN, TECRÜBE EDİLMİŞ.

2) Alanın göstergeler, kodlar ve bilgiyle donatılarak sergilenmesi, gündelik sağduyu terimleri ya da akademik jargonlarla konuşulup anlaşma sağlanması için (mühendislik, mimari, coğrafya, planlama, sosyal ekoloji vb.) ALGILANAN.

3) Sergileme/sunum alanları zihinsel buluşlardır (kodlar, göstergeler, mekânsal söylemler, ütopyacı planlar, imgesel manzaralar, sembolik mekânlar, belirli bina çevreleri, müzeler, vb. materyal yapılar). Bunlar yeni alansal pratik anlamları ve olanakları İMGELERLER. Bu üçlü arasında diyalektik bir ilişki vardır.

Deneyim, algılama ve imgelem arasındaki diyalektik ilişkiler zincirini daha net görebilmek için David Harvey bu üçlü boyutu aşağıdaki "ızgara" biçimine uygulamayı önerir (Harvey, 1992:201-323):

1. GEÇİŞ olanağı (giriş olanağı) ve MESAFELENDİRME (uzak tutma). İnsan ilişkilerinde mesafenin önemi kendisini sürekli, etkileşime tepki olarak anlaşmazlıklarda gösterir.

Deneyimde: Maddi koşullar; meta, para, insan, emek gücü, pazar, vb. Ulaşım ve iletişim sistemleri.

Algılamada: Uzaklığın sosyal, psikolojik, fiziksel ölçüleri; Harita, merkez ve çevre bölgeler.

İmgelemede: Cazibe/iticilik; uzak durma/arzulama; girme/reddetme; aşkınlama; "araç mesajdır".

2. Alanın UYGUNLUĞU ve KULLANIMI: alanın nesnelerle (ev, fabrika, cadde,vb.) ; etkinliklerle; bireyler, sınıflar ve sosyal gruplarla nasıl işgal edildiğini inceler.

Deneyimde: Arsa kullanımı, bina çevreleri, sosyal alanlar vb. sosyal iletişim şebekesi.

Algılamada: Kişisel mekân, kullanılan alanın zihinsel haritaları, sembolik sunumlar/temsiller, söylemler.

İmgelemede: yakınlık, yuva, açık alanlar, popüler seyir yerleri; cadde, alan, pazarlar vb. ikonografi, graffiti, reklâm.

3. Alanın EGEMENLİĞİ ve DENETİMİ: güçlerin sergilenmesi.

Deneyimde: Özel mülkiyet, devlet ve yönetim bölümlemeleri, özel topluluk/cemaatlar ve komşuluk bölgeleri (meskun yerler), sosyal kontrol biçimleri.

Algılamada: Yasak alanlar, bölgesel kültür, jeopolitik, hiyerarşi.

İmgelemede: Yabancılık, korkulacak bölgeler, mülkiyet/hırs, ritüel anıtları, sembolik bariyerler, sembolik sermaye, GELENEK oluşumu.

4. Alanın ÜRETİMİ: Yeni alan/mekân kullanımları, arsa düzeni, enformasyon teknolojisi.

Deneyimde: Fiziksel altyapının oluşturulması; ulaşım, çevre düzenlemesi vb. resmi-gayri resmi düzenlemeler.

Algılamada: Yeni haritalandırma sistemleri, görsel sunum, iletişim vb. yeni sanatsal ve mimari söylemler, gösterge sistemi.

İmgelemede: Ütopyacı planlar, imgesel manzaralar, bilimkurgu derlemeleri, sanatçıların taslakları, söylenceler, alanın şiirselliği, arzulanan alanlar.

Ancak Harvey, yukarıda şematik olarak belirlemeye çalışmasına karşın, sosyal pratikten bağımsız evrensel bir alan/mekân dili olamayacağı gerçeğini de kabul etmektedir. Harvey, diğer yazarlarla belli bir iyimserliği paylaşarak "alanın ancak üretilerek fethedileceğini" söylüyor ve örnek olarak Fransız Devrimindeki kent yasaklarının delinmesini veriyor. Ancak biz günümüzdeki "yasak delici" görünümlere baktığımızda, örn. gecekondulaşmanın, işporta-sokak satıcılarının durumunun da görünürde bir alan fethi olduğunu ancak Fransız Devrimindeki gibi seremonilerle değil kaçak ve uyumlanmaya mahkum fırsatçılıklar olarak karşımıza çıktığını fark ediyoruz.

## KAYNAKÇA

ARENDT, Hannah; ***The Human Condition***, The University of Chicago Press, Chicago/London, 1958.

BARTHES, Roland; "Rhetoric of the Image," ***Image, Music, Text***, derleyen ve İngilizce'ye çeviren Stephen Heath; Fontana, Glasgow, 1990, ss. 32-51.

BARTHES, Roland; ***Mythologies***, İngilizceye çeviren: Annette Lavers, Paladin, Suffolk, 1976.(Dilimize ***Çağdaş Söylenler*** adıyla Tahsin Yücel tarafından çevrildi; Metis yay. İstanbul 1998.).

BERMAN, Marshall; ***Ali That is Solid Melts Into Air***, Verso, New York, 1991. (Türkçesi: ***Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor***, çev. Ümit Altuğ, Bülent Peker, İletişim Yay. İstanbul. 1999.

BRAUDEL, Fernand; ***Akdeniz: Mekan ve Tarih***, çev. Necati Erkurt; Metis yay. İstanbul, 1990.

BROWN, Bruce; ***Günlük Hayatın Eleştirisi***, çev. Yavuz Alogan; Ayrıntı yay. İstanbul, 1989.

de CERTEAU, Michel; "Walking in the City," ***The Cultural Studies Reader***, ed. Simon During; Routledge, London, 1993, ss.151-160.

ECO, Umberto; ***Günlük Yaşamdan Sanata***, çev. Kemal Atakay; Adam yay. İstanbul, 1991.

ERKMAN, Fatma; ***Göstergebilime Giriş***, Alan yayınları, İstanbul, 1987.

FOUCAULT, Michel; "Space, Power and Knowledge," ***The Cultural Studies Reader***, ed. Simon During; Routledge, London, 1993, ss. 161-169.

FREEDBERG, David; ***The Power of Images***, The University of Chicago Press, Chicago / London, 1991.

GIDDENS, Anthony; "Social Interaction and Everyday Life," ***Sociology***, Polity Press, Cambridge, 1992, ss. 89-116.

GOMBRICH, E.H. ***Sanatın Öyküsü***, çev. Bedrettin Cömert; Remzi yay. İstanbul, 1986.

HABERMAS, Jurgen; "Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü," çev. Tanıl Bora; ***Defter***, sayı:16, Bahar 1990, Metis yay. İstanbul, ss.53-63. Kitap olarak: ***Kamusallığın Yapısal Dönüşümü***, çev. Tanıl Bora, Mithat Sencer, İletişim yay. İstanbul, 1997.

HALL, Stuart; "Encoding/Decoding," ***Culture, Media, Language***, ed. S.Hall, D.Hobson, A.Lowe, P.Willis; Centre for Contemporary Cultural Studies, London, 1990, ss. 128-138.

HARVEY, David; "The Experience of Space and Time," ***The Condition of Postmodernity***, Blackwell, Cambridge, 1992.

LUNAÇARSKI, A.V.; ***Sanat ve Edebiyat Üzerine***, çev. K. Kavala; Adam yay. İstanbul, 1982.

LYNTON, Norbert; ***Modern Sanatın Öyküsü***, çev. Cevat Çapan, Sadi Öziş; Remzi yay. 1982.

NEGT, Oskar ve Alexander Kluge; "Kamusal Alan ve Deneyim," çev. Ahmet Doğukan; ***Defter***, sayı:16, Bahar 1990, Metis yay. İstanbul, ss. 65-71.

OSKAY, Ünsal; ***Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri***, Ankara: AÜ. SBF. yay., 1982. Ayrıca Der yay., 2000.

RİFAT, Mehmet; ***Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları***, YAZKO, İstanbul, 1983. (Özellikle bkz. ss. 261-346).

SIMMEL, George; "Metropol ve Zihinsel Yaşam," çev. Celal A. Kanat; ***Defter***, sayı: 16, Bahar 1990, Metis yay. İstanbul, ss. 83-94.

SOJA, Edward; "History: Geography: Modernity," ***The Cultural Studies Reader***, ed. Simon During; Routledge, London, 1993, ss.135-150.

TÜRKOĞLU, Nurçay; "Seyirlik Ölümler," ***Marmara İletişim Dergisi***, sayı:2, Nisan 1993, ss. 237-272.

WOOLLACOTT, Janet; "Messages and Meanings," ***Culture, Society and the Media***, T.Bennett et.al. der.; Routledge, London, 1986, ss. 91-111.

## II. İMGELERİN GÜCÜ VE HÜRÜ'NÜN GÖRDÜKLERİ

Kitle iletişim araçlarıyla donatılan görsel bir çağ yaşadığımızı, bugün çevremizdeki imgelerin artık herkes tarafından açıkça anlaşıldığını savunanlar, imgelerin eskiden olduğu kadar sorgulanmadığını söylerler. Oysa çağdaş kültür eleştirmenlerinin üzerinde durduğu gibi günümüzde imgeler, eski putperestlerin düşlerinde bile göremeyecekleri kadar büyük bir güce sahip. Çağdaş eleştiri dünyasının gelişim sürecinde imge sorunsalının önemi dil sorunsalının hemen ardından ikinci sırayı almaktadır. Karşılaştırmalı Yazınbilim'in iki ana dalı olarak kabul edilen İmgebilim ve İzlekbilim; insanların başka ülkeler ve uluslar hakkında basmakalıp yargılar, tanıklıklar ve izlenimlerden oluşan imgelerinin (imajlarının) yazına yansımasını incelemektedir (Kuran: ss. 77-82). Ancak imgebilim uzmanları yalnızca yabancı kültürlerin yazına yansımasını inceleyen yazınbilimciler değil, Kundera'nın iğneli sözleriyle; "reklam ajansları, devlet adamlarının iletişim danışmanları, yeni bir arabayı ya da jimnastik salonunu tasarımlayanlar, moda yaratıcıları, büyük terziler, kuaförler, fizik güzelliğin kurallarını belirleyen *show business* starları"dır artık (Kundera: ss.129-134). Üstelik bu yeni imge ya da *imaj* uzmanları ideolojilerin ciddiye alınmadığı son yıllarda büyük başarıya ulaşıyor, adeta ideolojiye karşı köktenci bir zafer kazanıyorlar.

Dil ve imgeler dünyası artık Aydınlanmacı düşünürlerin umduğu gibi öyle gerçekliğin anlaşılması için mükemmel, şeffaf araçlar olarak hizmetimizde değil. İmgeler dünyaya açılan şeffaf bir pencere sağlamak yerine; zifiri karanlık, bozucu, keyfi bir sunum mekanizmasını, ideolojik şaşırtmaca sürecini gizleyerek, aldatıcı bir doğallık ve şeffaflık görüntüsü veren bir gösterge olarak ele alınmaktadır (Mitchell: s.8).

Düşünce üzerine düşünmek görüntü ve imge kavramlarıyla yakından ilintilidir. Görüntüleme, imgeleme düşüncesi ile uğraşırken birbirini yineleyen sözcükler kullanırız. "Düşünce"

Eski Yunanca'da "görmek" fiilinden gelir ve eski optik ve algılama teorilerinin temeli olan *eidolon* yani "görünür imge" kavramına bağlı olarak kullanılır. Türkçe'de yine "düşünce"nin yerini "görüş" ile karşılamaktayız. Görmek ile anlamak, kavramak arasındaki bağ, "anlıyorum" yerine "görüyorum" sözcüğünü kullanırken de karşımıza çıkar. Görüntü üzerine yapılan tartışmalarda yinelemelerden kaçınmanın bir yolu "görüş" yerine "kavram" ya da "düşünce" terimlerinin kullanılmasıdır. Bu yapılırken de sürekli olarak ("düşünce" anlamındaki) "görüş"ün görüntü/imge ve resimden farklı bir şey olarak anlaşılmasını şart koşmak gerekmektedir. Platonik gelenekte bu özellikle uygulanan bir durumdu; *eidos* "biçim, tip ve türlerin algılanabilir gerçekliğinin ötesinde" gibi bir anlam taşırken *eidolon, eidos*'un tam bir "benzerlik" ve "görünüşe" (fantazmata) konu edilmesini ifade eder (Mitchell: s.5).

Türkçe'deki, "görüşlerin, düşüncelerin görüntü/imge olarak görülmesi" üzerine düşüncemizin, İngilizce'deki "to see ideas as images"dan daha oyunlu ve daha yaratıcı bir yol olacağını düşünüyorum. Böylece Mitchell'in vurguladığı gibi, görüşlerin ve görüntülerin birbirlerini çiftlediğine dikkat çekilebilir: resim yapma davranışında düşüncenin yeri, imgeleme ediminin imgelenmesi, betimleme işinin betimlenmesinde olduğu gibi, düşünce ya da görüş ile görüntünün birlikteliği ele alınabilir. *Görüşleri görüntü olarak görmenin* ayartıcılığını hem kışkırtan hem de buna karşı bir noktada direnen düşünce alışkanlıklarımızı zorlamak üzere, bir sanatsal dışavurum örneği olarak ele aldığımız romandaki sözel imgeleri, gündelik yaşamlarımızdaki imgelerle karşılaştırmaya çalışacağım. Kurgusal anlatımdaki sözel imgelemeler ile uygulamada anlık yararlar sağlayacak yönlendirilmiş iletişim arasında yapacağımız karşılaştırmaları öncelikle, toplumsal iletişimle uğraşırken kendimizi içinde bulduğumuz serbest dolaşıma borçluyuz. Öncelikle "imge" sözcüğü üzerine geliştirilen tartışmalarla yazımıza başlayacağız. Sözcüğün farklı kullanımlarda büründüğü farklı anlamları yakalamak üzere *ikonoklasm*'dan başlayarak günümüze geleceğiz ve kitlesel tüketim ortamı içinde imgelerle olan ilişkimizi irde-

leyeceğiz. Yazımızın başlığında bulunan "Hürü'nün Gördükleri", Güneli Gün'ün okuyucuyu zevkli ve zorlu bir serüvene sürükleyen imgeleminin yarattığı Bağdat Yollarında adlı destansı romanındaki kahramana yaklaştıracak bizi. Kurgusal bir kahramanın yanıltıcı imgeler karşısındaki tepkilerine yakından bakacağız.

## A. İMGE DER Kİ "BEN ONDAYIM, O DA BENİM İÇİMDE"

Platon'un mağarası, Aristo'nun balmumu tableti, Locke'un karanlık odası, Wittgenstein'ın hiyeroglifi "hiperikon" örnekler olarak gösterilir. Bu örnekler "doğaya tutulan ayna" gibi popüler bir anlayışla birlikte ussal, sözsel, resimsel ve algısal, her tür görüntü hakkındaki düşüncelerimize model oluştururlar. Öte yandan, putkırıcı söylemler içindeyken ya da görüntünün başka bir şey, görüntü üzerine görüşlerin başka bir şey olduğunu savunurken aslında dışa vurulan şey, görüntüler/imgeler hakkındaki endişelerimiz, kaygılarımızdır.

Freedberg, tarih boyunca sanatsal, dinsel imgelere karşı olan tepkilerimizi değerlendirdiği İmgelerin Gücü adlı kitabında, imgelerden korkulduğunu çünkü imgelere gerçek(miş) gibi davranıldığını anlatır. Freedberg'e göre imgelerin "aura"sı, onlara bakanların gözlerindedir. İmgelere karşı olan tepkilerimizi yönlendiren "aura" toplumsal koşullar içindeki algı ve biliş süreçlerimiz tarafından belirlenir (Freedberg: ss.432-438). Aslında imgelere karşı tepkilerimiz, gerçekliğe olan tepkilerimizle aynı düzen içinde yer alır.

Bizans'ta 8-9. yüzyıllarda "İmge nedir" sorusuna vereceğiniz yanıt, imparator ile kilise babaları arasındaki amansız savaşta hangi saflarda yer aldığınızı belirler; putperest kiliseyi ortadan kaldırmaya çalışan bir ikonoklast (putkırıcı) mı yoksa geleneksel liturjinin uygulamalarını korumaya çalışan tutucu bir ikonofil (putsever) mi olduğunuzu ele verirdi.

İkonoklast anlayışa göre Tanrının kalplerde yaşaması ve çıplak gözle görünmemesi gerekmektedir. Bizans imparatoru Constantine'in kız kardeşi Constania, Kayserili kilise babası

Eusebius'tan İsa'nın bir resmini göndermesini istediği zaman putkırıcı Eusebius şiddetle reddeder. Bizans entellektüel yaşamıyla ilgili çalışmalar yapan tarihçi Milton Anastos'tan aktarıyorum:

"İsa'nın resmi dediğiniz de nedir? Tanrı'nın bir suretini istiyor olamazsınız, İsa'nın da dediği gibi kimse Tanrı'yı göremez. Öyleyse bizi kurtarmak için Tanrı aşkına, giysilere bürünmüş Tanrı'nın hizmetkarının resmini istiyorsunuz. Onun gerçek ölümsüzlüğünü kimse resmedemez."

İmparatorluk içinde büyük tartışmalar doğuran (Kapadokya'da günümüzde de canlılığını koruyan freskler örneğinde görüldüğü gibi) renkli duvar resimleri, Tanrı'nın yarattığı gerçekliği değiştirmeye çalışmakla suçlanıyordu. Yine Eusebius' un sivri diliyle Bizans kadınlarının aşırı makyaj yapmasıyla bağlantılı olarak "boyama" ya da "boyanma"ya nasıl karşı çıkıldığına bir bakalım:

"Tanrı kendisinin yaratmadığı şeyleri sevmez. Tanrı isteseydi koyunları mor ya da gök mavisi renkte yapmayı beceremez miydi? İstediği her şeyi yapma gücü olduğu halde yapmadığına göre demek ki böyle uygun görmüş. Tanrı'nın yapmayı reddettiği bir şeyi insanların yapması kesinlikle yasal olamaz...Tüm bu girişimler, doğayı bozmaya çalışan Şeytan'ın işidir...Tanrıya ait olmayan bir şey, onun düşmanı demektir." (Freedberg, s.397).

Aynı dönemin bir başka kilise babası Nazianzus'lu Gregory ise renkleri biraz daha yumuşak bir dille geri çeviriyordu: "Kalbimize değil de renklere güvenmek ne yazık. Renkler kolayca yok olabilir. Oysa kalbimin derinliğindekiler bana her zaman yakındır." (Anastos).

Sözel imge ise zararsızdı. Dindarlar mutlaka görüntü istiyorlarsa; Kayserili Basil'in dediği gibi yazıya başvurabilirlerdi; "insana canlı görüntüler veren kutsal yazılar üzerine çalışmak, kutsal kişilerin yaşamöykülerini rehber almak, Tanrısal yaşamın ve Tanrısal ruhun davranışlara yansımasını sağlar." (Anastos).

726-843 yılları arasındaki putkırıcı imparatorlar, tarihçi Ernest Barker'ın deyişiyle hiç de sanat ve yazı dostu değillerdi,

okulları kapatıyor, kitaplıkları yaktırıyorlardı (Barker:63-64). 700'lü yılların başında Damaskos'lu (Şam) İoannes, ikonaların yarattığı sorunların iktidar savaşından başka bir şey olmadığını şu sözlerle anlatır:

"Kilisenin imparatorluk buyrultularıyla yönetilmesini aklım almaz. Kilise, babaların -yazılı, yazısız- gelenekleriyle yönetilir. Nasıl İncil bütün dünyada herhangi bir yazı olmadan öğretilmişse, onun gibi, Tanrı'yı ve Azizleri ikonalarla temsil etmemiz de...bütün dünyada bir gelenek olarak bize kadar gelmiştir.", Yüksek rütbeli bir kilise adamı olmasına karşın Kilisenin bağımsızlığı için savaşan ve putkırıcı dönemin İstanbul'unda bir manastırda din eğitimi veren, el yazmalarını sabırla kopyalayan saygın keşiş Stoudion'lu Theodoros da ikonaların serbestliğinden yanaydı. (Barker:114-117)

Yöneten ve yönetilenler açısından düşündüğümüzde, kralların, imparatorların ve diktatörlerin dolaşımdaki simgelerinin, egemenliklerini kanıtladığı görürüz. Bizans imparatorlarının imgeleri, dolaştığı kent ve köylere imparatoru götürürdü aslında; imparator, imgesiyle orada varolurdu. İmparatorun imgesine zarar vermek ise kuşkusuz ona karşı gelmek demektir. İskenderiyeli Athanasius, Kutsal Üçlü (Trinity) içinde Baba ve Oğul'un birlikteliğini resmetmeye çalışırken "Oğul'u gören, Baba'yı da görmüş demektir" düşüncesiyle, imgenin asıl olanı temsil etmesini imparatorun imgesiyle karşılaştırarak şöyle açıklar:

"İmparatorun imgesinde imparatorun düşüncesi (eidos) ve biçimi (morphe) vardır...İmparator imgesine tıpatıp benzer, onun için de imgesini gören, imparatorun kendisini görmüş demektir, imparatoru gören de yine aynı şekilde onun imgesiyle aynı olduğunu görür...İmge: 'Ben ve imparator biriz.' 'Ben ondayım, o da benim içimde' der...İşte bunun için imgeye tapınan kişi aynı zamanda imparatora tapınır. Çünkü imge imparatorun düşüncesi ve biçimidir." (Freedberg, s.392.) Buraya aktarılan alıntının Freedberg'in de vurguladığı gibi iki önemli yanı var; birincisi, imgenin konuşması "İmge:....der". İkincisi "Ben ondayım, o

da benim içimde" sözünde Aziz John'un söylediği "Ben ve Baba biriz" ve "Ben Baba'mn içindeyim, Baba da benim içimde" sözlerine gönderme yapmasıdır.

İkonaların doğası ve kullanımı ile ilgili çatışmalar, yüzeysel olarak dinsel ritüel ve simgelerin anlamları üzerine bir takım ayrıntılar üzerine tartışmalar olmaktan çok, Mitchell'in Jaroslaw Pelikan'dan aktardığı gibi "siyasal çatışmayı meşrulaştırmak üzere doktrinel lugatı kullanan, kılık değiştirmiş toplumsal hareketlerdir". İslamiyette karşımıza çıkan "suret yasağı" da benzer bir "kutsallığın yere indirilebilirliği/indirilemezliği" düşüncesi çerçevesinde gelişen iktidar çatışmalarının göstergesidir. Bir yere imge olarak kaydedilmiş suret ise, günümüzde Barthes'ın fotoğraf için söylediği gibi "ölümsüzdür" ve bu haliyle dünyevi ölümlülüğe, diğer bir deyişle "fani = ephemeral" nitelemesine aykırıdır.

## B. İMGELER AİLESİ

İmgeleme üzerine kuramsal çalışmaların dayandığı toplumsal ve kültürel uygulamalar ve yaşanan tarih, yalnızca imge anlayışımızın değil, insan anlayışımızın da temelini oluşturmaktadır. İmgeler yalnızca gösterge olmakla kalmaz, tarih sahnesinde bir oyuncu gibidir; efsanevi statüsüyle boy gösteren bir karakter; bir yaratıcının "imgeleminden" doğan yaratıklar olmaktan, kendilerini ve dünyayı kendi imgeleriyle yaratan yaratıklar olma evrimini kendi kendimize anlattığımız öykülere katılan, bu öykülere koşut bir tarih gibidir.

İmgeler diye anılan olgunun çeşitliliği, bu alanda çalışanların pek çok disipline birden başvurmalarını gerektirir. Resim, heykel, optik yanılsamalar, haritalar, diyagramlar, düşler, halüsinasyonlar, seyirlikler, projeksiyonlar, şiir, kalıplar, anılar, hatta düşünce olarak imgeler (imajlar). Buradaki ince ayrımlar sistematik ya da bütünlüklü bir anlayışı olanaksız kılmaktadır. Üstelik, hepsini "imge" olarak adlandırsak da aralarında zorunlu olarak belli ortaklıkların bulunmadığı görülür. Başlangıç olarak imgeleri zaman ve alan göçleriyle parçalanmış bir aileye ben-

zetebiliriz. Bu parçalanma sürecinde de çok derin bölünmelere uğramış bir aile.

İmge ailesinin soyağacından söz eden Mitchell, imgelerin farklı kurumsal söylemlerde benzeşme, andırma ve benzerlik ilişkilerinden ötürü nasıl bir yer edindiğini şöyle gösterir (Mitchell,s.10-14):

Grafik imgeler: resim, heykel, tasarım
Optik imgeler: ayna, yansıma
Algısal imgeler: duyu-veri, tür, görünüm
Mental (zihinsel) imgeler: düş, anı, fantazmata
Sözel imgeler: metafor (eğretileme) ve tanım.

Bu soyağacımn her bir dalındaki imge tipi, belli bir entellektüel disiplinin söyleminin merkezinde yer alır: *mental imgeler* psikoloji ve epistemolojiye; *optik imge* fiziğe; *grafik, heykel ve mimari imgeler* sanat tarihine; *sözel imgeler* edebiyat eleştirisine aittir. *Algısal imgeler* ise fizyoloji, psikoloji, sanat tarihi ve optik üzerine çalışanların, felsefe ve sanat tarihi alanlarıyla birlikte ilgilenebildikleri bir çeşit sınır bölge oluşturur. Bu bölge, imge ile ilgili fiziksel ve psikolojik çıkarımlar arasındaki sınırı yakalayan, (Aristo'ya göre) nesnelerden kaynaklanan ve duyularımızın balmumu benzeri yuvalarına kendi mühürlerini vuran "türler" ve "anlamlı biçimler" tarafından işgal edilmiştir; imgenin kendisine uyarı kaynağı olan nesnelerin yokluğunda yeniden canlanan izlenim çeşitlemeleri olan fantazmata; modern psikolojide bunun kabaca bir koşutu olan "duyu verileri" ya da "algılar"; ve son olarak kendimiz ve gerçeklik arasına zorla giren ve genellikle yetenekli bir oyuncu tarafından yansıtılan ve gündelik dilde "imaj" olarak kullandığımız, reklam ve propaganda uzmanları tarafından, ürünler ve kişilikler için yaratılmış olan "görünüşler" vardır. Optik kuramlar tarihi bizimle algıladığımız nesneler arasında duran bu aracılarla doludur. Bazen Platon'cu kuramlarda olduğu gibi, anlamlı biçimlerin, maddi nesnelerden kaynaklandığı düşünülür; bunlar yüzeysel ama yine de nesneler tarafından yeniden üretilen ve kendilerini duyularımıza zorla benimseten hakiki imgelerdir. Bazen türler "özden

yoksun", maddesiz bir aracı tarafından yeniden üretilen tümüyle biçimsel varlıklar olarak kabul edilir. Bazı kuramlar ise aktarılma yönünün ters tarafta, gözlerimizden nesnelere doğru hareket etmekte olduğunu ileri sürer. Eski optik kuramına göre imge yalnızca basit bir gösterge/işaret çeşidi değil, Michel Foucault'nun "şeylerin düzeni" dediği temel bir ilkedir (Foucault, ss.94-100). İmge, dünyayı "bilgi figürleri" ile bir arada tutan çeşitli benzerlik dallarına sahip genel bir kavramdır. Zihin çözümleme yapabildiği sürece işaret ortaya çıkar. İşaret böylece, bilgi yoluyla zihnimiz ve nesneler arasında bağlantı kuran bir sistem içinde çalışır.

Edebiyattan, reklamlardan, gündelik yaşam deneyimlerinden örnekler vererek soyut ve sunumlanamaz resimlerin, süslerin ya da yapısal tasarımların, diyagramların ve grafiklerin nasıl olup da imge olarak anlaşıldığım tartışmak isteyebiliriz. Yine de, ele almak istediğimiz uç olaylar ne olursa olsun, sözcük anlamıyla nelerin imge olduğuna dair kabaca bazı düşüncelerimiz olduğunu itiraf edebilmeliyiz. Bu kabaca olduğunu bildiğimiz düşünceler de bize sözcüğün hangi kullanımların mecazi ve zorlama olduğu hakkında bir fikir verecektir.

## C. ZİHİNSEL İMGE / SÖZEL İMGE VE İMGESEL DÜZEN / SİMGESEL DÜZEN AYRIMI

Mental/zihinsel ve sözel imgeler, örneğin ruhçözümleme çalışmalarında hep karşımıza çıktığı gibi, biraz kuşkulu, metaforik anlamda kullanılan imgeler olarak görünebilir. İnsanlar okurken ya da düşteyken kafalarının içinde imgeleri yaşadıklarım söylerler ama bunu ancak bize aktarırken kullandıkları sözcüklerden öğreniriz, söylenilenlerin doğruluğunu sınamak için yapabileceğimiz bir şey olmadığından, tartışma sürer gider. Düşlerin ancak aktarıldığı biçimiyle yorumlanabileceği, düşü görmek ile anlatmanın aynı şeyler olmadığını bilen herkesin de düşçözümleyici olamayacağı, düşçözümlemenin bir uzmanlık uğraşı olduğu yolundaki tartışmaların, özellikle ruhçözümlemeci film eleştirisinin temelini oluşturur.

"Varolmayan ile varolanın ilişkisi" olarak açıklanabilen simgesel düzende, ifade edilmeyenin ifade edilmediği için ortada görülmeyebileceği ama bastırılmış ise bir gün mutlaka varolmak isteyebileceğini söyleyen Lacan, insanın bu eksikliğini tatmin etme arzusunu araştırır. Tatmin olma ancak "tanıma" yoluyla başlayacaktır (Lacan: ss.203-209). Tanıma için öncelikle imgeleme düzeninden geçmek mi gerekir acaba? Bir süreçten söz ederken Lacan, benliğin oluşum aşamalarını çocukluğa, anne ile ilişkilere kadar indirir ve ayna dönemi/imgesel düzen ile Oedipal dönem/simgesel düzen ayrımı yapar.

Lacan'ın "ayna dönemi" tanımlaması, sinemada Lacancı çözümlemecilerin sinema perdesine karşılık olarak düşündükleri bir tanımlamadır. Ayna kavramının düşündürdüğü ya da somutlaştırdığı yansıma / yanılsama / ikilik / gerçeklik / düş / vb. Platon'un gölgeler mağarasından da öncesine, mitolojik öykülere (örn. çok açık olarak Narcisus'un öyküsünde olduğu gibi) gönderme yapılarak sorgulanan olgular, sanata ilişkin düşünce ve tartışmaların konusu olagelmiştir. Altman, "sinema perdesi ile ilgili metaforlar" ve "düş olarak film" konuları çerçevesinde ele aldığı psikanaliz ve sinema incelemesinde Lacan'ın görüşlerini aşağıda aktarmaya çalıştığımız gibi özetliyor (Altman: ss.517-531):

Lacan'a göre çocuk doğduktan sonraki ilk altı aydan on sekiz aya dek geçen dönemde, kendi ayna imgesinde kendisini bir başka çocuk olarak görmekten, kendi imgesini kendisi olarak tanımaya doğru bir gelişme gösterir. Bu aşamada çocuk ilk kez bir benlik (selfhood) kavramı ile tanışır. Bu noktaya dek kendisini ancak birbirinden farklı bir takım dizilerin parçası olarak görürken artık kendi irade gücünün farkına varır ve ayna yardımıyla kendi bütünlüğünü yakalar. Bunun içindir ki "gözler" insanın Benlik duygusunun kaynağıdır. Kimlik edinmenin, tanımlanmanın bu ilk basamağının (primary identification) getirdiği önemli bir sorun vardır: çocuğun kendisiyle özdeşleştirdiği aynadaki imge aslında çocuğun kendisi değil yalnızca bir imgesidir. Benliğin yaşamı böylece bir "yanlış kavrama" göstergesi ile başlamaktadır. Lacan, çocuğun imge aracılığıyla kimlik edinmesinin bu ilk aşamasında anneyle özdeşleşmenin

de var olduğunu öne sürer. Bu dönem "ayna dönemi" olarak adlandırılsa da ayna kavramım sözcük anlamıyla olduğu gibi almamak gerekir: Lacan çocuğun Kendi ile Öteki arasındaki ayrımı bulmakta zorlandığı ayna-benzeri durumlar (örn. çocuk kendi davranışlarını bir başka çocuğa ya da oyuncağına yüklediği zamanlar) üzerinde çalışır.

İşte bu ayna aşaması İmgesel düzeni (Imaginary order) oluşturur. Bu aşamayı izleyen Oedipal dönemde çocuk dilin ve Babanın düzenine, Simgesel düzen (Symbolic order) aşamasına girecektir. Lacan'ın senaryosuna göre, ayna döneminde annenin egemenliği vardır ve baba yok sayılır. Çocuk birincil kimliğini kazandığı zaman baba devreye girer ve çocuğu anneden ayırır. Anneden kopuş ile birlikte çocuk daha sonra özdeşleşeceği Baba-yasaları (Law-of-the-father) ile ilk kez karşılaşır. Bu noktada çocuk lisan öğrenmeyle çok yakından ilişkili bir simgeleştirme yeteneği kazanır. Annenin yokluğunda (ya da herhangi bir nesnenin yokluğunda) çocuk yoksunluğunu duyduğu nesnenin yerini tutabilecek anlamlı sesler üretmek zorundadır. Aslında çocuk annenin yokluğunu seslendirebildiği anda babayı adlandırabilmiş olur. Babanın adı (Name-of-the-father: Gerçek baba değil, Baba yasalarıyla belirlenmiş simgesel figür olarak baba) ile gerçekleştirdiği bu ikincil kimliklenme aşamasında çocuk anneyle olan ikili ilişkisinin dışına çıkıp ailenin gerektirdiği üçlü ilişkiye girmeye hak kazanır. Bu yolla çocuk ebeveynlerinden ayrı bir varlığa sahip bir özne haline gelir. Dil ve kültür dünyasına girmeye hazır, İmgesel ile Gerçek ayrımını kavrayabilen bir özne olmaktadır artık. Altman, Lacan'ın ayna dönemi ile Oedipal dönem arasındaki farkları şematik olarak şöyle gösteriyor:

| Ayna dönemi | Oedipal dönem |
|---|---|
| birincil kimliklenme/özdeşleşme | ikincil kimliklenme/özdeşleşme |
| anne önemli | baba önemli |
| ikili ilişki | üçlü ilişki |
| imge | dil |
| İmgesel düzen | Simgesel düzen |

Zihinsel imgelerin varlığı konusundaki anlatılanlara inansak bile bunların en azından maddi, gerçek resimlerden farklı olmaları gerekir. Zihinsel imgeler gerçek imgeler gibi kalıcı ve sürekli olmazlar ve kişiden kişiye değişirler. Zihinsel imgelerin gerçek resimler gibi özellikle görsel olmaları da gerekmez; tüm duyuları içerirler. Sözel imge de tüm duyuları içerebilir ama herhangi bir duyusal kısmı olmadan da, örneğin adalet, lütuf, lanet gibi tümüyle soyut bir düşünce verebilir.

Wittgenstein'ın zihinsel imgelemeye saldırısı bu tür imgelerin varolmadığı biçiminde doğrudan bir reddetme stratejisi değildir. Düşünce ya da konuşmayla bağlantılı zihinsel imgelerimizin olabileceğini açıkça kabul eder ama bu imgelerin gerçek imgelerden daha özel, metafiziksel, maddesiz varlıklar olarak düşünülmemeleri gerektiğinde ısrar eder. Wittgenstein'ın zihinsel imgeyi açığa çıkartma taktiği bunu açıkça gözle görülür hale getirmektir: "Renk, şekil, ses vb. dil gibi iletişimde bir rolü olan zihinsel imgeleri gerçekte görülen renk parçalarıyla, duyulan seslerle aynı kategoriye koyuyoruz" (Mitchell: ss.15). Aslında zihinsel imgelerle fiziksel imgelerin "aynı kategoriye" nasıl girdiğini anlamak biraz zor. Böyle bir şeyi yapmak için herhalde insanların kafalarının içini açıp, içerideki zihinsel imgeleri duvarda asılı olanlarla karşılaştırmıyoruz. Wittgenstein'ın ruhuna uygun bir şekilde yapmaya kalkarsak, öncelikle bu imgeleri, dünyayı resimleyebilmek üzere "kafalarımızın içine" nasıl yerleştirdiğimizi incelememiz gerekir.

## D. HÜRÜ'NÜN GÖRDÜKLERİ

Klasik Batılı metafizik ayrımının (zihin-madde, özne-nesne) bir sunum modeli olarak, görsel imgeler ile bu görsel imgelerin temsil ettikleri nesneler arasındaki ilişki *bilinçlilik* ile açıklanır. Bilinçlilik başlı başına resimsel üretim, yeniden üretim ve sunum edimi olarak görülür ve bu iş yapılırken lensler, algılama yüzeyleri ve baskı, basım ve bu yüzeylerde iz bırakmak gibi aracı mekanizmalardan yararlanılır.

Bu tasarımın "akıl" olarak sunulan yarısı ortadan kaldırıldığı taktirde, varsaydığımız fiziksel dünya var olmayı pekala sürdürecektir. Artık sevgili roman kahramanımızın imgelerine bakmaya başlayabiliriz sanırım. Burada aktarmaya çalışacağım imgelerin, *palimpsest* yazıma konu olduğunu; "romancı/roman/roman karakterleri/okuyucu/araştırmacı/araştırmamn okuyucusu" katmanlarının birbirleriyle ne tür ilişkiler (imgesel ve simgesel) içinde olduklarının tartışmaya açık olduğunu anımsatmak isterim.

Hürü'nün durumunda akıl bilinçlilikle işlediği sürece varsayılan dünya fiziksel dünya haline dönüşemiyor, akıl ortadan kalktığı anda ise yanılsamalı imge gerçekliğe dönüşüyor. Ama bunun tersi olanaksızdır: dünyayı ortadan kaldırırsak, bilinçlilik durumu ilerleyemez (bu da modelin simetrisini çürüten bir noktadır). Akıl olmazsa zihinsel ya da materyal imge olamayacaktır. Dünya bilinçliliğe bağlı olmayabilir ama dünya *içindeki* (dünyanın imgeleri değil) imgeler bilinçliliğe bağlıdır. Ve bunun nedeni bir resmin, aynanın, ya da herhangi bir çeşit "simulacrum"un yalnızca insan eliyle yapılması değildir; hayvanlar da kendilerini kamufle ederken ya da birbirlerini taklit ederken bir anlamda imgesel bir sunum yapabiliyorlar (Mitchell:ss.14-17). Çünkü, Lacan'ın "ifade edilen ile bastırılan" çatışmasında olduğu gibi, imgenin paradoksal bir bilinç oyunu olmadan öylesine görülmesi olanaksızdır, bu oyun bir şeyi aynı anda hem "orada" hem de "orada değil" olarak görebilme yeteneğidir. Bir ördek çağırtkan sese yanıt verirken, ya da bir kuş Xeuxis'in efsanevi resmindeki üzümleri gagalarken gördükleri şey imge değildir; gördükleri kendini çağıran diğer ördekler ve gerçek üzümlerdir, bu gördükleri şeylerin kendileridir, imgeleri değil. Hürü ise gördüklerinin imge olduğunu onayladığı anda gerçek fiziksel dünya ile iletişime geçmekte, yani bastırılmış olanı tanımaya başlamaktadır.

Bence Hürü'nün serüvenleri arasında, görünen imgelerin yanıltıcılığını en çarpıcı biçimde veren örnek, romanın "İlk Lütuf" adlı dokuzuncu bölümü. Sihirli Hazine'ye girip Taş Liri

alabilmek için Hürü hiç konuşmadan, soru sormadan, Abd-üs Samed'in bütün dediklerini eksiksiz yerine getirmelidir:

"....kapıyı, çok hızlı vurarak art arda üç defa çalacaksın. Birisi: 'Hazine'nin kapısını çalan ve gizemlerin nasıl çözüleceğini bilmeyen bu kişi de kim?' diye soracak....'Eğer sen Hürü'ysen' diyecek, 'boynunu uzat da kafanı kesip koparayım.' *Korkma.* Boynunu hemen uzat...Onun ruhu yoktur, sana zarar veremez. Ama sen *direnecek olursan, o hayal seni öldürme gücü kazanacak, çünkü senin korkundan kuvvet kazanmış olacak"* (s.128).

İkinci kapıda; "...mızrağını sana yöneltmiş bir atlı üstüne gelecek... gömleğinin önünü *korkmadan* aç ve *mızrağını batırması için bağrını göster.* Göğüs kemiğine vurduğunda atından düşüp cansız yere yığılacak. Göreceksin ki onun da ruhu yok. Ama ona karşı gelecek olursan, mızrağıyla kalbini deler" (s.128).

Üçüncü kapıda; "Bir okçu çıkıp sana nişan alacak. *Kaçma.* Orada *korkmadan öylece dur.* Onun oku sana işlemez. Ama okunu attıktan sonra o da öbürleri gibi cansız yere yıkılacak..." (s.128).

Dördüncü kapı; "korkunç bir aslan çıkıp dişlerini göstererek üstüne saldıracak. Ondan *kaçma.* Elini uzat; elini ısırır ısırmaz önünde yere yığılacak...elini çekmeye çalışırsan, dişlerini geçirip seni yutacak" (s.128).

Beşinci kapıda zenci bir köle olaysız, Hürü'ye yol verecektir.

Altıncı kapıda; "...iki iğrenç yılan üstüne saldıracak. Yılanların sokması için iki elini de öne doğru uzatacaksın. Daha önce olduğu gibi bu hayaller de senin önünde kıvrılıp kalacaklar. Ama çekinecek olursan ağuları seni öldürecek (s.128).

Son kapı olan yedinci kapı; "...arkasında o zamana kadar gördüklerinden daha da *korkunç bir yanılsamayı*

saklıyor...Şeytanca bir şey! Sana doğru yaklaşan suret babandan, iyi yürekli babandan, usta Hekim Turhan'dan başkasının sureti değil....Seni kandırmak için elinden geleni ardına koymayacaktır; yalvarıp yakaracak, senin değer verdiğin şeyleri sayıp dökecek...Gene de sen ona hiç mi hiç acıma...Anadan doğma kalıncaya kadar tehditler yağdırmaktan vazgeçme. Sonra da yorgunluktan bitap düşüp cansız bir biçimde önüne yığılıncaya kadar göbek attır. Onun da ruhu yoktur. Ona acıyacak olursan, o sana zerre kadar acımayacaktır" (s.128).

Hürü yapması gerektiği gibi, karşısına çıkan kapılardaki bütün imgelerin yalnızca kendisini kandırmak için var olduğunu aklından çıkarmadan, ne yapması gerekiyorsa öyle yapar ve kapılardan geçer. Ancak son kapıdaki imge, yani babasının sureti onu gerçekten çok zorlar:

Hürü, "Sen nasıl da benim babam olabilirsin, *ey lanetli suret*? " dedi. "Benim babam İstanbul'da oturuyor. Onun kokuşmuş bir hazineyi beklemekle hiç ilgisi olamaz."

Ne var ki Hürü emin olamıyordu. Suret o kadar inandırıcı davranıyordu ki neyin hile, neyin gerçek olduğu pek anlaşılmıyordu. Turhan Bey'i şu anda bile epeyce aşağılamış durumdaydı. Hürü imgesel-gerçek babasının değil, simgesel babasının yani Çağın Simyacısı Abd-üs Samed'in sözünü tutar ve işte gerçek ortaya çıktıktan sonra kanıtlanır ki doğru olanı yapmıştır.

Dünyadaki gerçek, materyal imgeleri tanımanın anahtarı, aynı anda "orada" ve "orada değil" deme meraklılığımız ise, zihinsel imgelerin nasıl olup da "gerçek" imgelerden daha az ya da daha fazla gizemli göründüğünü sorgulayabilmeliyiz. Zihinsel imge kavramıyla ilgili olarak felsefecilerin ve sıradan insanların sorunu, evrensel temel olarak gerçek, ortak bir deneyimde buluşmaları (hepimiz düş görme, görüntülendirme, çeşitli derecelerde de olsa belli duyularımızı temsil etme yeteneğine sahibiz) ama kimsenin "İşte - bu bir zihinsel imgedir" diye gösterememesidir. Gerçek bir imgeyi (görüntüyü) imgenin ne

olduğunu bilmeyen birine gösterip açıklamaya çalışırken de tamamen aynı sorun ortaya çıkar. Xeuxis'in resmini gösterip imgenin anlamını bilmeyen birine "İşte bu bir imgedir" dersem, yanıt, "renkli yüzeyden mi söz ediyorsun?" ya da "üzümleri mi kastediyorsun?" olacaktır.

Öyleyse, aklın bir ayna ya da resim yüzeyi gibi olduğunu söylersek, kaçınılmaz olarak oraya resimleri çizen ve deşifre eden bir başka aklın varlığını şart koşuyoruz demektir. Ama metafordan söz edilince, metafor aynı zamanda yolun öbür tarafıyla da kesişir: sınıfın duvarındaki "boş tahta", holdeki ayna, önümdeki sayfa ne gösteriyorlarsa o'durlar çünkü aklımız onları dünyayı ve kendilerini, kendilerine sergilemek için kullanıyor. Eğer aklın bir *tabula rasa* ya da *camera obscura* olduğunu söyleyecek olursak, boş sayfa ve kamera kendi akılları varmışcasına kendi bilinçleriyle hareket etmeye kalkabilirler.

Akıl gerçekleri olduğu gibi yansıtmaktan başka bir şey yapmıyor olsaydı yani bir *tabula rasa*, bir *camera obscura*dan başka bir şey olmasaydı, Hürü'nün bilinçli eylemlerini beklemeden, yanılgı-imgeleri kendiliklerinden harekete geçerler ve Hürü'ye ne istiyorlarsa onu yaparlardı. Gündelik ileti akıntılarında karşımıza çıkıveren, hoplayıp zıplayan popüler(!) imgeler ise bekliyorlar mı bizim bilinçli kararlarımızı? Buna hayır demek biraz fazla haksızlık olur sanırım. Tepkisizliğin de bir yanıt olduğuna inananlardan biri olduğum için, insanların edilgenliklerinin de anlamlı yorumlamalara açık olduğunu düşünürüm. Ortalıklarda koşuşan imgeler onları oldukları gibi kabul etmeyi sürdürdüğümüz sürece göründükleri biçimleriyle var olmayı sürdüreceklerdir. Sorgulamaya başlamak ise belki de Hürü'de olduğu gibi tam tersi özden yoksun, boş imgelere dönüştürecek onları. Peki ama Hürü gerçekten de tam bilinçliliğiyle mi sorgulamıştı imgeleri? Hayır. Ona neyi nasıl görmesi gerektiğini söyleyen biri vardır. Çünkü artık imgesel düzenden, simgesel düzene geçmeyi başarmış bir özne olarak Baba-Yasalarına uyması gerektiğini bilmektedir. Gerçekliğin görünen durumdan farklı olabileceği uyarısını veren Mağribi'ye inanmakla doğru bir seçim yapmış (gibi) görünür Hürü bizim için. Biz de okur

olarak yalnızca bize anlatılanla sınırlandırılmış, çerçevelendirilmiş durumdayız çünkü.

Bağdat Yollarında romanının anlatıcısı, anlatının kurgusallığına dikkat çekmek, okuduklarımızın gerçekliğinin bizi yanıltabileceğini vurgulamak üzere, Hürü'nün serüveninde çok önemli bir yeri olan "ötemekan"da bizi şaşırtır, tıpkı Hürü'yü şaşırttığı gibi. Büyülü gölden söz ediyorum, Hürü'ye mucizevi iyilikler sunar (gibi) görünen gizemli göl.

Gizemli göl ilk kez Hürü ile ağabeyi Bağdat yolculuğuna çıktıklarında, Kutsal Konya yakınlarında karşımıza çıkar. Bir çam korusunun ortasında mola veren iki kardeş, yazarın anlatımıyla "her gün gelip geçen yolcuların gözlerinden saklanmış harika bir göl" ile karşılaşırlar (s.63). Burada ağabeyi, huzurlu bir uykuya dalan Hürü'yü yaşlı bir çam ağacına bağlayıp yalnız bırakacaktır. "Dünyanın Merkezine İlk Bakış" başlığını taşıyan altıncı bölümün gösterdiği gibi bu göl pek çok serüvenin başlangıcı ve dönüm noktası olacaktır. Hürü ilk kez Hızır Ağabey ile, Yardımsever Çoban ile, Acımasız Şehzade ile burada karşılaşır.

Ne zaman başı sıkışsa büyülü göl iyilikler getirir Hürü'ye. Göl, su ile toprağın gizemli birleşimidir, sınırlandırılmış, odaklanmış olması, öte dünyaya açılan bir kapı metaforu haline getirir gölü. Bilinmezlerle dolu doğanın, tüm bileşenleriyle- su/toprak/gökyüzü- bir arada sunulduğu, gücünün doruğunda olduğu bir yerdir burası. Üstelik "ayna"dır; denizle ya da akarsularla karşılaştırıldığında gölün durgunluğu, yansımaların bakan göz tarafından algılanmasını kolaylaştırır. Gölün çevresinden, (bir ağaç yardımıyla) yukarısından bakıldığında durgun sudaki yansımalar gözle görülebilir.

> ....yabancı...kana kana su içmek üzere gölün üstüne eğildi. Gölün suyunu tatmış, çok tuzlu olduğunu anlayınca tükürerek ağzından atmış olan Hürü, suyun üzerine uzanan dalların arasından gözleyerek, yabancı (yı)...seyretmeye koyuldu...(s.71).

Adam, "Kim var orada?" diye bağırdı korkutucu bir sesle. "Ortaya çık!"

Aman Allahım! diye düşündü Hürü; burada olduğumu biliyor. Suda çıplak bedenimin yansımasını görmüş olmalı! Sonra bitli giysilerini insanüstü bir hızla yeniden üstüne geçirdi. Dallar sallanıyordu..." (s.72).

Gizemli göl Hürü'ye hep iyilikler getirir, onun yaramazlıklarını ödüllendirir gibidir, ta ki Hürü yaramaz çocuk olmaktan çıkıp, (yaşam süreçlerinden birinde) acı çeken bir yetişkin olduğu zamana gelinceye dek.

Hızır'a, giysilerini kendisiyle değiştiren çobana rastladığı, Selim'in tuzlu gölde yansımasını görüp kendisine aşık olduğu, Abd-üs Samed'in katırlarına binip uçtuğu, dört sihirli tılsımı aşırdığı, Uzunların Uzunu'nun hazinesinden Taş Lir'i alıkoyduğu yer burasıydı işte.

Hürü Şehriyar'a, "Burası, görünmeyenlerle yüklü bir yerdir," dedi.(s.380-381)

.....

Hürü saçlarını açtı; gölün kıyısındaki böğürtlen çalılarının arkasında gömleğini beline kadar indirdi...Bebek, durgun suda kendi yüzünü görünce neşeli gülücükler çıkardı. Rabbim, ne büyük mutluluk! Altında kocaman bir hazine yatan bu serin sulara girerken Hürü bunları düşünüyordu...Ne Yazık ki Şehriyar'ı, içine girdiğinde bu dupduru gölün, kuruyup gitmeyeceğine, ağaçların aslında iyilik dolu ruhlar olduğuna, mavi gökyüzünün bu yerin elle tutulabilir bekçisi olduğuna inandıramazdı. (s.381).

.....

Şehriyar...birdenbire Karacık'ı (Hürü'nün bebeği) göle atıverdi.

Rüyalarda art arda sıralanan olaylarda olduğu gibi, insanın eli kolu bazen öylesine ağırlaşır ki kendini kur-

tarmak için kıpırdayamaz bile. Hürü, tülbentten yapılmış gömleği içinde oğlunun kısa bir süre içinde bir nilüfer çiçeği gibi suyun üstünde kaldığım gördü. Sonra onun suyun içine taş gibi batışını seyretti. (s.383)

Kendini, işte yine kendi istemi ve bilinci dışında gizemli gölde bulduğu "Engelli Yolculuk" adlı yirmi birinci bölümde bu kez göl ona felaket getirir. Hem de ne felaket; oğlunun öte dünyaya göçmesini çaresizce seyreden Hürü okuyucuyu adeta isyan ettiren bir bilinç yitimine uğrar ve bir daha kolay kolay toparlanamaz. Demek ki bu göl yalnızca iyilikler gölü değilmiş! Ona da güvenmemeliymişiz!! İşte yine bizim (hangi "biz"; Hürü'nün yanında mı yer alıyoruz? kahramanı bugüne mi taşıyoruz? yoksa biz mi katılıyoruz kurgusal serüvenlere? Yazar'la bir ortaklık mı kuruyoruz yoksa?..) istencimiz dışında varolan ve değiştiremediğimiz bir imgeler bütünü.

## E. OKUYUCU VE SÖZEL İMGE İLİŞKİSİ

Hürü'nün bir roman kahramanı olarak deneyimleri, bize romancının aktardığı kadarıyla kendi zihinsel imgeleridir. Bizim bu zihinsel imgelerle tanışmamız ise roman yazarının sözel imgeleri aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu sözel imgeleri de en basit anlatımıyla kendi zihinsel imgelerimiz haline dönüştürerek "tanıma" sürecine girmiş oluruz. Burada kuşkusuz algısal psikoloji, seçici dikkat, özdeşleşme, arınma, vb. kavram tartışmalarına girilebilirdi ama yazımızın çerçevesini daha fazla bulanıklaştırmak istemediğimiz için yine Mitchell'in değerlendirmelerine başvuralım.

Wittgenstein'a göre "her imgeleme işleminin yerini bir nesneye, resme, çizime veya modele bakma işlemi pekala alabilir; kendi kendine konuşma işlemi de yüksek sesle konuşma ya da yazma işlemiyle yer değiştirebilir," (Mitchell: s.18). Ama bu "ikame" diğer yönde de pekala ilerleyebilir. Aynı şekilde "göstergelerin fiziksel olarak işlenmesi" diye adlandırdıklarımızın (resim, yazı, konuşma) yerine "kağıt üzerinde düşünme, yüksek sesle düşünme, imgelerle düşünme, vb." deyimleri koyabiliriz.

Sözel imgenin kısa bir tarihçesine değinen Mitchell, 1711 yılında Şiir Dersleri'ni yazan Joseph Trapp'ın "Düşünceler şeylerin imgeleridir, sözcükler de düşüncelerin imgeleri; hepimiz biliyoruz ki imgeler ve resimler, insanları ve şeyleri gerçekten temsil ettikleri ölçüde gerçektirler" görüşünden yola çıkar (Mitchell: ss.20-30). Zihinsel imgelerin tersine sözel imgeler özel, öznel bir alana hapsedilmiş, bilinemez metafiziksel varlıklar olma suçlamalarına pek maruz kalmazlar. Yazılı metinler ve konuşma edimleri, nihayetinde, yalnızca "bilinçlilik" olayları değil, kamuya açık ifadelerdir. Yaratmış olduğumuz her türlü maddi sergileme/sunum biçimleriyle -resim, heykel, grafik, harita, vb.- aynı yere aittir. Betimleyici bir paragraf da tıpkı resim gibi olayları/durumları, üzerinde kabaca, geçici olarak anlaşma sağlayacağımız kamusal simgelerle yansıtma işlevini yerine getirir ama bunu görebilmek için her ikisinin de tamamen aynı olduğunu söyleyemeyiz.

Sözel imge kavramının gerekliliği hakkında en güçlü iddialardan biri Wittgenstein'ın şu sözlerinde ironik olarak ortaya çıkar: "Bir önerme bir gerçeklik resmidir...bizim tahayyül ettiğimiz bir gerçeklik modelidir..." ve bu metafor değil "sıradan bir anlam" konusudur: Bu "sıradan anlam"ın nasıl bir şey olduğuna bir bakalım: Wittgenstein bir önermenin "gösterilene benzer bir durum" olduğunu söyler ve devam eder, "bir önermenin doğasını anlamak için tanımladığı gerçekleri gösteren hiyeroglif yazıyı düşünebilirsiniz". Bu arada, dilin içine yuvalanmış olan ve (Wittgenstein'ın görüşüyle) kendi yanlış modelleriyle bizi yanıltmaya çalışan "görüntülerin" burada sözü edilen benzerlikler ve hiyerogliflerden çok farklı olduğu göz ardı edilmemeli. Tractatus'taki görüntüler, bir takım ruhbilimsel işlemlerin büyülü kudretleri ya da yönergesi değildirler. Sözel imgeler çevirilerdir; yapısal eşleştirmeler, çeviri için gerekli bir kurallar sistemine uygun simgesel yapılardır. Wittgenstein'ın bunları müzikal notalandırmaya, sessel yazıya, hatta gramafon kayıtlarındaki izlere uyarlanabilir şeyler olarak görmesinden ileri gelir. Wittgenstein bazen sözel imgeleri "mantıksal alanlar" diye adlandırır, bunun nedenini ise şöyle açıklar: "İlk bakışta bir önerme -örn. basılı sayfada ortaya çıktığı zaman- ilişkili olduğu

gerçekliğin bir resmi gibi görünmez. Ne var ki, yazılı notalar da müzik parçasının görüntüsü gibi görünmezler. Yine de bu işaret dilleri sıradan anlamıyla bile, temsil ettikleri şeyleri gösterirler". Böylece sözel imgelerin dar anlamda grafik imgelerle karıştırılmaması gerektiğine dikkat çeker.

Yine Mitchell'den devam ediyorum; sözel imgelerin "imge" diye adlandırılmasının yerinde olup olmadığı sorusu Wittgenstein'ın "zihinsel kramp" dediği bir şeye yol açar. Çünkü bu sorunun altında yatan ve sözcük anlamı (literal) ile mecazi (figurative) ifadeler arasında öngörülen ayrım, yazınsal söylemde açıklamak istediğimiz kavramla kapana kıstırılmış olan sözel imgedir. Sözcük anlamıyla, harfi harfine kullanılan dilin, genellikle (edebiyat eleştirmenleri tarafından) düz, süssüz, cansız, sözel imgelerden ve konuşma mecazlarından yoksun olduğu düşünülür. Öte yandan mecazi (figüratif) dil, sözel imgeden bahsederken söylemek istediğimiz şeydir. Diğer bir deyişle "sözel imge" deyimi kendini eğretilemek için kullanılan bir eğretilemedir (metafordur).

Sözel imge kavramının iki çok farklı hatta birbirine zıt dilbilimsel uygulamaya işaret ettiğine dikkat çekerek işe başlayabiliriz. Sözel imge hakkında konuşurken bir yandan dikkati kullanılan söz öznesinden uzaklaştırıp başka bir şeye götüren bir teknik olarak eğretilemeli (metaforik), mecazi (figüratif) ve süslü bir dili kastediyoruz. Aynı zamanda da Wittgenstein'ın anladığı anlamda "canlı bir tablo gibi...saptanan bir durumu sergiler" dediği bir önerme biçimini kastediyoruz (Tractatus, 4.0311). Bu görüşe göre sözel imge, sözcük anlamıyla tam bir önerme olarak, gerçek yaşama uygulanabildiği ölçüde, önermeyi gerçekleştirebilecek bir durum olarak kabul edilir.

17. yüzyıla uzanan dil ile ilgili anlayış biçimine göre sözcüklerin gösterdikleri şeyler, nesnelerle olan ilişkilerimizin sonucunda bize yüklenen "zihinsel imgelerdir". Buna göre bir sözcüğü (örneğin "adam") temsil ettiği özgün durumdan iki kez ayırarak "sözel imge" haline getiririz. Sözcük bir düşüncenin, düşünce bir şeyin imgesidir.

Hume, biliş ve göstergeleme zincirini tanımlamada resimsel metaforları kullanırken Hobbes ve Locke'u izlemektedir: düşünceler, sözcüklerle geleneksel olarak ilişkilendirilen "soluk imgeler" veya "durulmaya yüz tutmuş duygulanımlar"dır. Hume, sözcüklerin özellikle soyut terimlerin anlamlarının netleştirmek için en uygun yöntemin, düşünceler zincirini özgün kökenine kadar izlemek olduğunu söyler.

Böyle bir dil kuramının şiirsel sonucu kuşkusuz, dil sanatını özgün anlam izlenimlerini yeniden canlandırma sanatı olarak gören resimselciliğe (*pictorialism*) varır. Addison bu sanatın kendine güvenliliğini son derece güçlü bir şekilde ifade eder:

"İyi seçildiği zaman sözcükler öylesine güçlüdür ki, tanımladıkları şeylerin kendi görüntülerinden çok daha canlı düşünceler verirler. Okuyucu sözcükler yardımıyla güçlü renklerle çizilmiş ve boyanmış bir sahneyi gerçekte aramaya kalkacağından çok daha canlı olarak imgeleminde canlandırır. Bu durumda doğayı en iyi yakalayan şairdir; aslında doğada varolan bir manzarayı izler ama güçlü dokunuşlarıyla onun güzelliğini yüceltir, her şeye hayat verir; nesnelerden akıp gelen imgeler, bu ifadelerin yanında zayıf düşer, solgunlaşır." (Mitchell:s.23)

Addison ve diğer 18. yüzyıl eleştirmenlerine göre sözel imge, metaforik bir kavram veya metaforları, figürleri ve sıradan dilin diğer "süslemelerini" gösteren bir terim değildir. Sözel imge (çoğunlukla yanlış olarak "betimleme" diye adlandırılır) tüm dilin anahtarıdır. Aslında gerçek betimleme, "nesnelerden gelen imgelerin" kendilerinden daha çok "sözel ifadelerden gelen" canlı imgeler üretir. Aristo'nun nesnelerden gelip duyularımızı etkilediklerini varsaydığı "türler", Addison'un yazma ve okuma kuramında sözcüklerin özelliği haline gelmiştir.

İmgelem, diğer bir deyişle imge kavramı, koruma altına alınma kaygısıyla ikiye ayrılır; daha düşük bir biçim olan - dışsal, mekanik, ölü ve genellikle görgül algılama modeli ile bağlantılandırılan-resimsel ve grafik imge ile içsel, organik ve yaşayan, daha "üstün" bir imge olarak. 19. yüzyıl romantizminde işte bu yüceltilmiş, soyutlanmış imge, tıpkı daha önceleri

resmin tüm retorik figürlerini bir araya getirmesi gibi, maddesel gerçekliğin açık bir sunumu olan görgül sözel imge kavramının yerini almıştır.

Addison'da gördüğümüz, şiirin "nesnelerden kendilerine doğru akan imgeleri" canlılıkla ve doğrudan yakalamaya çalıştığını düşünen on sekizinci yüzyılın imge kavramının tortusunu taşımaktadır Ancak özel modernist vurgulama imgeyi bir çeşit kristalleşmiş yapı, entellektüel ve duygusal enerjinin şiirde biçimlenen dinamik bir kalıbı olarak görür. Biçimci eleştiri, şiirlerdeki enerjinin mimari gerilimlerin düzenlenmesiyle oluştuğunu ve bu düzenlemelerin, şiirin önermelerde bulunan içeriği ile uygunluk içinde olduğunu göstererek, bu tür sözel imgelere hem şiir hem de yorum açısından yaklaşır.

Wittgenstein, dildeki resimlerin herhangi bir gerçekliğin dolayımsız kopyaları olmadığında ısrar ederek, zamanın büyük bir kısmını bu yanlış anlamayı düzeltmeye çalışmakla geçirdi. Dilimizde yer alan resimler, ister aklın gözüne, ister kağıda yansıtılsın, tıpkı bağlantılı oldukları önermeler gibi kurgusal, yapay ve üzerinde anlaşmaya varılmış göstergelerdir. İşte bu yüzden Wittgenstein, zihinsel imgelem kavramının yerine maddesel karşılığını koyarsak ("her türlü imgeleme işlemini, bir nesneye, çizime, resme bakma işlemi yerine koyarsak") yanılacağımızı söylemektedir. Bunun için de Wittgenstein'a göre "düşünme" özel, büyülü bir süreç değil, sözel ve resimsel olarak "göstergelerle çalışma işlemi"dir.

İnsanın "göründüğü gibi" olduğu yolunda bir bilinç, "görünen durumun ürünler eliyle değiştirilebilir" olduğu önermeleriyle birleşince, gerçek olmasa da inandırıcı bir güzellik edinmek olasıdır. Arthur Koestler'in uydurma bilim ve sanat yapıtları için kullandığı sözlerle böylece, yalancı esinler "doğrulukları kanıtlanan esinler ve kuramların yarattığı aynı güçlü inancı, aynı güzel duyguyu, aynı arınmayı, aynı güzellik deneyimini yaratırlar" (Koestler, 1993:52). Koestler, kanıtlamanın ancak *post factum* yani yaratma ediminin tamamlanmasından sonra gerçekleştiğini söyler. Görsel imgelerin öznel coşkular yaratma özelliğinin yanı sıra,

gerçeklik kanıtı olarak da kullanılması durumu iyice karmaşık hale getirmektedir.

"Görmek inanmaktır" düşüncesi, gözün tanıklığını tüm diğer kanıtlardan üstün tuttuğu gibi gözü diğer duyularımızdan da üstün kılmaktadır. Bağdat Yollarındaki serüven ise bu savı adeta ters yüz etmeye kurulu gibidir.

Derviş, "Çok zamanım kalmadı," dedi. "Bir çoban var hani, sen onu çok iyi tanıyorsun. Gidip onun kulübesini yakacağım."

Hürü," Yapmayın bunu!" diye haykırdı. "O çok iyi bir insandır. Yakmayın evini!"

Derviş, "*İşler her zaman görüldüğü gibi değildir*," dedi.

Hürü ısrarla, "Neden yakmanız gerekiyor kulübesini?" diye sordu.

Derviş,"Sen bunu boş ver," dedi. (ss.432-433)

Hürü'nün Hızır Ağabey ile karşılaşmaları, hep gizemli Öteki ile karşılaşmalardır:

Hürü, "Size saygısızlık etmek istemem, ama bir dakika önce ağaç değil miydiniz?"

Yeşilli beyefendi, "*Seni bana bağlayan delikanlıya ağaç gibi görünmüş olabilirim*," dedi. "*Ama sen benim ağaç olmadığımı hemen anladın* değil mi? Bana ihtiyar dedin, gördüğün gibi ihtiyarım işte!" (ss.65-66)

Hürü doğru olanı, "bilgi"yi arayan bir serüvenci olduğu için, karşısına çıkan Ötekilerden bilge olanlara saygı duyar, onların sözlerini dinler, isteklerini yerine getirir. Baba - Yasalarının, simgesel düzenin farkındadır. Dili kullanarak bu simgesel düzeni anlamak ister. Hızır ve İlyas Kardeşlerden dileği de budur zaten:

Bana öyle bir Örtmen ver ki Başını
Ortasını ve Sonu'nu bilisin (s.43)

Acımasız Şehzade'nin olumsuzluklarının kökeni ise belki de imgelere tutkun olmasıdır. Yönetici olduğuna göre yasalar ondan sorulmalıdır ama o hep yitirdiği imgeyi, "ayna dönemindeki" imgesini aramaktadır. Tüm duygusal ve görsel zayıflıklarıyla (Selim renk körüdür, şehvet düşkünüdür, yanına yaklaşanlara felaket getirir, vb.) bedensel isteklerinin tutsağıdır:

> Selim, çekmeceden kırmızı kadife bir kese çıkararak, "Sana bir şey göstermek istiyorum," dedi. "Ama bundan kimseye -varsa- babana bile söz etmeyeceğine dair yemin etmelisin."
>
> Hürü, Kuran'm üstüne yemin ettikten sonra kırmızı kesenin içindekini görmesine izin verildi. Bu, boyna asılacak bir muskaydı; som altından yapılmıştı ve üzerine bir *kadın profili* oturtulmuştu.
>
> Hürü, "Bunu siz mi yaptınız?" diye sordu. "Bu hanım kim?"
>
> Selim, "*Şöyle gördüğüm birisi*," dedi, "bir kerecik. Ama *belki de onun sudaki aksini yalnızca hayal etmişimdir.* Kim olduğunu bilsem, ister Adem'in kızı olsun, isterse şeytanın dölünden gelsin, onu sevmeyi ve kalbini kazanmayı, hatta onunla evlenmeyi düşünebilirim." (s.96).

Yanılgılardan kurtulamayacak olan Selim, bu kadın profilinin romanın bütünü içinde bizim gördüğümüz gibi Hürü'nün ta kendisi olduğunun farkına varamayacak ve Hürü ile evlenmesine karşın mutlu olamayacaktır.

Hürü, simyacı Mağribi Abd-üs Samed ile yolculuğunda üstünde Venedik soylusu giysisi olduğu halde, Taş Liri alacağı Sihirli Hazinenin kapısına gelir. Yazgıyı kapıdaki ifritler dile getirirler:

> İkincisi, "Hazine'yi size teslim ederiz," dedi. "ama Turhan kızı, Hürü adındaki bakirenin hazineyi açmak üzere burada hazır bulunması koşuluyla. Çünkü Hazine ancak onun eliyle açılabilir."

Abd-üs Samed, "İşte kendisi burada," dedi...

"Bize onun bir bakire kız olacağı söylenmişti, ey Çağın Simyacısı!" dedi ikincisi. "Oysa o, bizim gözümüze bir *gavur soylusu gibi* görünüyor" (s.127).

## F. IMGELER BÜTÜNÜ OLARAK KİMLİK GÖRÜNÜMLERİ

Kimliğin kendisi imgeden başka bir şey değildir aslında. Ben "kendim"i tanımlamaya çalışırken, başkalarının bu "imgesel" kendim ile olan ilişkisini bulmaya yönelirim. Gündelik deneyimler kimlik imgesinin oluşmasında önemlidir ama çoğu zaman insanlar sıradanlıklarının dışına çıkmak için hayali / imgesel kimlikler uydururlar. Başkalarının kimlikleri ile ilgili düşüncelerimiz de zaten onların bana sergilediklerinden çok, bizim onlar hakkındaki imgelerimden oluşur. Her kimlik imgesinde en az bir çift yönlülük vardır: kimlikleri "Ben ve diğerleri" arasındaki ilişkiler belirlediğine göre, benim kendim olduğunu sandığım, daha doğrusu beni anlatmaya en uygun olduğunu sandığım imgem ile başkaları tarafından (ki o başkalarının kimliğini de benim imgelemime göre varsayarım!) görüldüğünü sandığım, onların gözünde yer aldığını sandığım imgem arasındaki çatışma beni harekete geçirir. İçinde yaşadığımız gündelik gerçekliklerde kendi varlığımızın sesini duyurabilmek için kimlikler kullanmaya gerek duyarız.

Hürü "Deniz Yolculuğu" adlı sekizinci bölümde, simyacı Abd-üs Samed'in amacını pek anlayamadığı ve kendine anlatılanları da pek anlamlı bulmadığı bir kitabı aramasına yardımcı olurken *imgelerin yanıltıcılığı* konusunda bize çok önemli uyarılar vermektedir. İmgelerin kimlikle ayrılmaz gibi duran ilgisinin nasıl da yanıltıcı olduğunu vurgulamaya şu soruyla başlar Hürü:

Hürü, "Kimsiniz sizler gerçekten," diye sordu, "siz Mağribiler?"

Abd-üs Samed, "*Mağribiler belli bir biçimde giyinen insanlardır.*" dedi. "İnsan olduklarından, bedenlerini

giysiyle örtmeleri gerekir elbette. Yoksa, yakıcı Kuzey Afrika sıcağında kavrulup giderler."

"Peki kardeşlerinden biri neden Yahudi?"

"İyi ama," dedi Abd-üs Samed, "neden olmasın?" (s.123).

Mağribi kimliği hakkında daha öte bir bilgi vermez Abd-üs Samed; "belli bir biçimde giyinen insanlar" açıklaması da gerçekten yeterlidir ona göre. Değil mi ki Hürü de gördüğü kişilerin kimliklerini giyinişlerine göre tanıyordu:

> Katırın üstündeki *adam yaklaştığında Hürü onun bir Mağribi, bir tür Kuzey Afrikalı Arap olduğunu anladı*; tahminine göre bu kişi, Berberistan Sahili'nde dolaşan kabilelerden bir Berberi olabilirdi. Buraların yabancısı olduğu açıkça belli olan Mağribi, iki tarafından harika güzellikte işlenmiş birer heybe sarkan katırın üstünde oturuyordu; *kendisi de çok çarpıcı, süslü giysiler içindeydi; giysilerinin üstünden altınlar, gümüşler sarkıyordu...Zengin giyimli adam* katırdan indi; yere oturmuş, şaşkınlıkla kendisini seyretmekte olan Hürü'nün yanına geldi. (ss.107-108).

Giysinin yarattığı imge ile kimliğin örtüşmesi, romanın serüvenci akışında "ayraç" işlevi görür gibidir. Ayraçlarla belirlenen çerçeveler, kendi içlerindeki sistemi oluşturur ve kendisi dışında kalanlarla (diğer çerçeveler ya da ayraçlarla) ilişkilerini bu sistem aracılığıyla kurar. Güneli Gün'ün Bağdat Yolları'nda çerçeveler arası geçişler kuşkusuz vardır. Ancak bu geçişler "makul ve mantıklı" olmak zorunda değildir, çünkü anlatı gerçek olma savı taşımaz. Olsa olsa, okuyucuyu "inandırmak istememe içtenliğine inandıran" bir söylem taşır.

> *Araplar* gibi uzun giysilere bürünmüş, başına *Yahudiler*'inki gibi bir türban sarmış, ayaklarında *Türkler*'in giydiği çizmeler ve turuncu renkli *Arnavut* geniş kemerine asılı ordu malı hançerle Hürü'nün gerçekten çok garip bir görünüşü vardı: *Osmanlı* İmparatorluğu'nun bin bir renkli vatandaşı işte... (s.105).

Kılık değiştirme işlemleri yoluyla kahramanlar çoğunlukla kendi insiyatifleriyle, öz bilinçleriyle, farklı kimlikler sunma amaçlarını gerçekleştirmektedirler. Hürü ve diğer kahramanlar zaman zaman (karşılarına çıkması beklenen ya da beklenmeyen) insanları yanıltmak üzere giysi değiştirmek yoluyla farklı kimlikler edinirler. Yardımsever Çoban Hürü'nün belki de ilk "imaj değişimine" tanık olmaktadır:

> İşkembe yerine oturmuş, Hürü'nün olmayacak renkteki kızıl saçları, kafasını ikinci bir deri gibi kavrayan o mide bulandırıcı zarın altından görünmez olmuştu; başı bir daha hiç saç bitmeyecekmiş gibi uyuz ve kel bir görünüm almıştı.
>
> *"Şimdi nasıl görünüyorum?"*
>
> Çoban, "Daha da beter," dedi. "Peşinden koşturup kovalayacaklar, alay edecekler seninle; kafanda eşek uyuzu var sanacaklar. Kimse dönüp de sana bakmak bile istemeyecek. Sopayla dürtecekler seni. Cüzzamlılara yaptıkları gibi" (ss.69-70).

Giysi gerçekten de bedenin biçimini değiştiren, onu farklılıklara dönüştüren bir kılıftır. Biçim değişimi basit bir yanılsama değil, bazen gerçekleri de açığa çıkartabilen *kimlik değişimi* görüntüsüdür. Bağdat Yolları'nın anlatısı işte böylesi giysi > kılık > biçim > görüntü > imge > kimlik değişimleriyle örülmüş, kurgulanmıştır. Görüntüler hep dönüşümlere gebedir; Karaman Şehzadesi ve Hürü'nün ağabeyi Mahmut Can, tüccara, çalgıcıya, idamlık isyankara; ağaç, "yeşilli beyefendi" kılığındaki Hızır Ağabey'e; Mağribi'nin katırının heybesi sihirli sofraya; insanlar cinlere, cinler insanlara; taş lir sihirli çalgıya, sihirli çalgı taşa; nankör kız kardeşler dişi Afgan tazılara; erkek tüccar, Halife Harun Reşid'e; dükkan sahipleri, madeni kutulara; yılan kuşa, kuş dişi cine; Çerkez kızı Gök-Kurt Safiye'ye, Karaman Hanı'na ve Hürü'nün karısı/sevgilisine; Gerçek Halife Sahte Halife'ye, Sahte Halife Gerçek Halife'ye; John Barth, Can Baat'a; Şehrazat feministe, peygambere; Şehriyar hükümdardan uşağa, ayyaşa, kötü adama; iyilikler getiren mucize göl, felaket

gölüne; Çağın Yeni Öğretmeni yarı kadın, yarı erkek bir köçeğe ve çam kütüğüne; gerçekler hayallere, hayaller gerçeklere dönüşür. Hürü ise beceriksiz kekeme kız, Keloğlan, Sultan Selim'in kan kardeşi, Yahudi, Venedikli züppe, Arap sokak çocuğu, genç erkek, genç kız, genç kadın, Sultan Selim'in Hatun'u, anne, yine Keloğlan, Aşık/Derviş Keloğlan, Kafuru, yine Hürü, Kadın Serüvenci ve "giz" olur.

Hürü ve tüm diğer karakterler, okuduğumuz romanın satırları arasında hem vardır, hem yoktur. Anlatıyı canlı kılan da budur; "orada ve orada değil" imgelerin gizi bizi düşündürür. Yazılanları, yazının dilini bildiğimiz için anlayabiliriz. Anlatılanlara olan inancımız ise artık bizim öznel alanlarımıza ilişkindir. Yaşantılarımızdaki gerçeklerle olan ilişkilerimizde imgelerin simgesel boyutunu; imgelerin simgesel bir düzen içinde varolduğu gerçeğini görmekte başarısız olursak eğer, gördüklerimize iman derecesinde inanmaktan kurtulamayız. Michel de Certeau'dan destek alarak, belki biraz fazla iddialı olabilecek bir saptama yapmak istiyorum; olgunlaşmak, inancımızın "inanmış olduğumuza inanmak"tan ibaret olduğunu kabul etmek demektir. Değil mi ki dil aracılığıyla bir toplumsal kültür içinde yaşıyoruz, o zaman dil ile yani simgeler aracılığıyla anlamlandırılan bir dünyada yaşadığımızın farkına varmalıyız. Kısaca, imgesel düzen ile simgesel düzen arasındaki ayrım, toplumsal bir özne olarak, öznel söylemimiz içinde "görünen gerçek" ile olan ilişkimizi belirleyecektir.

## KAYNAKÇA


ALTMAN, Charles F., "Psychoanalysis and Cinema: The Imaginary Discourse," ***Movies and Methods, Volume II***, ed. Bill Nichols, London: University of California Press, 1985, ss. 517-531.

ANASTOS, Milton, ***Studies in Byzantine Intellectual History***, London: Variorum Reprints, 1979.

BARKER, Ernest, ***Bizans Toplumsal ve Siyasal Düşünüşü***, çev. Mete Tuncay, Ankara: Dost kitabevi yayınları, 1982.

BERMAN, Marshall, ***All That is Solid Melts Into Air***, London,New York: Verso, 1991.

de CERTEAU, Michel, "What We Do When We Believe," ***On Signs***, ed. Marshall Blonsky, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 1991. ss. 192-202.

FOUCAULT, Michel, ***Kelimeler ve Şeyler***, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İstanbul: İmge yay., 1994.

FREEDBERG, David, ***The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response***, Chicago and London: The University of Chicago Press, 1989.

GÜN, Güneli, ***Bağdat Yollarında; Sihirli Serüvenlerin Romanı***, çev. Yurdanur Salman, İstanbul: Simavi Yayınları, 1993. (Kitabın bir başka baskısı Aysel Morin tarafından yapılmış ve Remzi Kitabevinden 2000 yılında piyasaya çıkartılmıştır.)

KOESTLER, Arthur, "Yaratma Edimi:İmge," çev. Sertaç Ergin, ***Kuram***, Kitap 1, Ocak 1993, ss. 47-53.

KUNDERA, Milan, ***Ölümsüzlük***, çev. İsmail Yerguz, :İstanbul: Afa yayınları, 1990.

KURAN, Necdet, "Karşılaştırmalı Yazınbilim'den İmgebilim'e," ***Kuram***, Kitap 1, Ocak 1993, ss. 77-82.

LACAN, Jacques, "Sign, Symbol, Imaginary," ***On Signs***, ed. Marshall Blonsky, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 1991. ss. 202-209.

MITCHELL, William S.T., "The Idea of Imagery: What is an Image," ***Iconology: Image, Text, Ideology***,: Chicago and London:The University of Chicago Press, 1986, ss. 5-46.

PROBYN, Elspeth, "Technologizing the Self," ***Cultural Studies***, der. Lawrence Grossberg, et.al. New York, London: Routledge, ss. 501-511.

## III. KADIN İMGELERİ: MİTLER VE GERÇEKLER

İmgesel kimlik üreticileri olan reklam yazarlarına göre kadınlar en iyi tüketicilerdir; özellikle güzellik ürünlerinin satış kampanyalarında kadın bedeni, sergilenmek üzere süslenmeye hazır bir meta olarak görüldüğü için kadın, bedenini önce kendisine sonra da erkeğe beğendirmekle adeta yükümlüdür. Kadının toplumsal gücü cinsiyetini kullanma gücüyle sınırlandırıldığı sürece kadın bedeninin fetişleştirilmesi kaçınılmazdır. Erkeğin egemen olduğu toplumsal düzendeki en çekici kadın ise ancak "aynaya bakınca keşke erkek olsaydım diyorum...kendimle evlenecek bir erkek" fantazyasını kurabilen eksik kadın olacaktır (Ewen, 1976: s.48). 1920'li yılların kadın dergilerinde açıkça egemen olan bu "kendi kendini fetişleştirme" söylemi diğer mitsel söylemler gibi kendi tarihsel konumunu reddettiği için sonsuz bir doğallık görüntüsü altında günümüzde de canlılığını sürdürmektedir. Marx'ın "insanlar arasındaki en doğrudan, doğal ve gerekli ilişki"nin erkek ve kadın ilişkisi olduğu yolundaki görüşünü destekleyen Simone de Beauvoir, kadınlar hakkındaki mitleri ve gerçekleri incelediği *İkinci Cins* adlı kitabında "kadın nedir?" sorusunun yanıtını arar (de Beauvoir, 1988). Bu sorunun mitsel yanıtında insanlık iki cinse ayrılmıştır; kadın gizemli, sonsuz ve ölümsüz dişi olarak erkekten farklıdır, öteki cinstir. Erkeğin birinci elden deneyimleri mitsel öğretiye ters düşerse yanlış olan, değişmesi gereken gerçek kadındır. Çünkü mit sorgulanmaya, değişime konu olduğu anda güvenli açıklamalarıyla sığınak olmaktan çıkar. Gerçeklerle olan uyumsuzlukları gidermek üzere zıtlıklara, keskin tanımlamalara başvuran mitsel söylem kadına "iyi" ve "kötü" etiketleri yapıştırır. Anne ve bakire iyidir; kötü kadın ise cinselliği ile erkeğin başını döndüren acımasız şeytandır.

## A. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA KADIN İMGELERİNİN YERALIŞ BİÇİMLERİ

Kitle iletişim araçlarında yer alan insan görüntülerinin gerçeklikle olan ilişkileri ikonik göstergeler boyutu içinde incelenmelidir. Umberto Eco, gerçeğin hareketli, renkli ve sesli yansımaları olan televizyon görüntülerinin ister dramatik ister belgesel / haber kurgusu içinde olsun "kendi kendisi yerine durma", "kendisini sunumlama" özelliğinden ötürü ikonik göstergeler olduğunu belirtmektedir (Seiter, 1987:19-20). İkonlarla olan ilişkimizde elimizde var olan gösterenin yani göstergenin maddesel biçiminin, gösterilene yani göstergenin kavramsal yanına benzerliğini baştan onaylamışsak, algılama ve tutum geliştirme sürecimize bir kalıp yargıyla başlamış oluruz. Mitsel ve gerçek kadın imgeleri konulu bu incelemenin gündelik yaşamlarımızda bizi birlikte kuşatan *kitle iletişim araçları, önyargılar* ve *kadın sorunları* alanlarını kapsamasının kaçınılmaz olduğunu düşünüyoruz.

Kadını konu alan kitle iletişim araştırmalarında radikal, liberal, Marxist ve sosyalist olmak üzere belli başlı dört yaklaşımdan söz edilebilir (Steeves, 1993: 105-167). Radikal feminist yaklaşım, kadınların kendi kitle iletişim ortamını yaratmaları yolunda alternatif araçlar önerir; kadın videosu, kadın televizyonu, kadın filmleri gibi. Liberal feminist yaklaşımda ise varolan sistem içinde belirli değişiklikler önerilir. Küçük şıklıklardır bunlar: renkli kadın dergilerinde karşımıza çıktığı gibi orgazm yollarını çeşitlendirerek özgür sekse, annemizin margarinini kullanmayarak özgür mutfağa erişebilir ve özgürleşebiliriz. Marxist feminist bakış açısı ise kapitalist üretim sürecinin toptan değişimini öngördüğü için kadının izleyici, konu ve yaratıcı olarak imgesellik ve gerçeklik boyutlarındaki toptan değişimi söz konusudur. Sosyalist feminist yaklaşım, toplumdaki cinsiyet, sınıf ve ırk ayrımcılığı yapan baskıcı kurumların ortadan kaldırılmasını önerir. Bu yazının çerçevesini kuramsal bir saptama olarak çizdiğimiz için kendi yaklaşımımızın adım en başta dile getirmeyi uygun görmemekle birlikte, kadının da erkeğin

de kendi tarihinin öznesi olma yolunda çaba göstermesi gerektiğine inandığımızı söylemekle yetinelim.

Kitle iletişim araçlarını toplumsallaşma araçlarından biri olarak gördüğümüzü belirterek işe başlayabiliriz. Toplumsal sistemin bir parçası olarak kitle iletişim araçları bunu dile getirseler de getirmeseler de "toplumsallaşma aracı" olma işlevleri ile karşımızda durmaktadırlar. Önyargılar bir başka söyleyişle kalıplaşmış tutumlar algılamayı kolaylaştıran ancak yeni bakış açılarına karşı bir kalkan görevini üstlenen ve bu nedenle de çoğunlukla yanlış imgelerden başkasına geçit vermeyen algı kapısı bekçilerimizdir. Kadın sorunları ise kuşkusuz kadının toplumsal cinsiyetine odaklanmamızı gerektirir. Günümüz çocuklarından biri -cinsiyeti önemli değil- televizyonda bebeklerin dünyaya çıplak geldiklerini ilk kez görünce şaşkınlıkla anne ve babasının yanına koşmuş. "Bebekler çıplak doğuyorlarmış doğru mu?" diye sormuş. "Doğru" yanıtını alınca "İyi ama kız mı erkek mi olduğunu nasıl anlıyorlar?" demiş. Bu fıkradaki çocukluk tepkisi aslında cinsiyetin toplum içindeki örtünmemizle ne kadar da ilgili olduğunu çok güzel gösteriyor. Kadın ve erkek olarak toplumsal cinsiyetlerimizin önyargılardan bağımsız ele alınamayacağını ve bu önyargıların toplumsal aracılar tarafından canlı ve geçerli kılındığını düşünürsek kitle iletişim araçlarındaki kadın imgelerinin gerçekliğini anlama yolunda bir adım atabiliriz.

Önyargılar zaman içinde değişikliklere uğrayabilir ya da yerini başka önyargılara bırakabilir. Kitle iletişim araçları toplumsal değişme süreci içinde kadınlarla ilgili önyargılı imgeleri (imajları) hem desteklemek hem de değiştirmek gücüne sahiptir. Kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili araştırmalarda 1930'lu yıllardan başlayarak bugüne dek birbirinden farklı pek çok görüş ileri sürülmüştür. Türkçe'deki çeviri ve özgün pek çok kaynakta bu etki araştırmalarının özeti bulunabilir. Burada, kitle iletişim araçlarının egemen kültürü pekiştirmek, desteklemek yolunda işleyebileceği gibi eleştirel tavırlarla değiştirici ajan olarak da çalışabileceğini söylemekle yetinelim. Hedef izleyici kitlesini olabildiğince geniş tutmaya çalışan her bir kitle iletişim aracı, her

bir gazete, dergi, televizyon ve radyo kanalı zıt uçlardaki bu iki farklı tavra da değişik oranlarda yer vermektedir.

Cinsiyet temeline dayanan izleyici sınıflandırmasında hedef izleyici kitlesi kadın ve erkeklerden oluşmaktadır. İzleyicileri ideolojik görüşleri temelinde sınıflandırmaya çalışırsak kabaca tutucu, radikal ve karşıt görüşlere sahip izleyicilerle karşılaşacağımızı varsayabiliriz. Siyasal karar mekanizmalarında söz sahibi olanlar yani politikacılar, yöneticiler, örgütler, kamuoyu önderleri de kitle iletişimden yararlanan izleyiciler arasındadır. İzleyicilerin tüketici kimlikleri ise -tek başına olmamakla birlikte- en çarpıcı biçimiyle reklamların hedef kitlelerinde karşımıza çıkmaktadır.

Toplumda kadının gerçeklik içindeki olaylar ve olgularda yer alış tarzlarını, önyargılarla imgesel varoluşlarından işlevsel bir amaçla yapay bir biçimde ayırabilmeliyiz. Gerçeklik ve imgesellik çifte kimliğini kadının kitle iletişim araçlarındaki varlıklarına uygulayabiliriz. Kadın kimliklerinin kitle iletişim araçlarındaki dolaşımını 1. okuyucu, dinleyici ve izleyici, 2. yazı, ses ve görüntülerde anlatı konusu olan karakter, 3. gazeteci, programcı, yapımcı vb. meslekten çalışan olarak üç bölümde ele alabiliriz .

## B. İZLEYİCİ OLARAK KADIN

Yazılı ve görsel-işitsel basınla okuyucu, dinleyici ve izleyici olarak ilişkide bulunan kadın, gerçek ve imgesel yaşamındaki rollerine uygun bir tavır almaktadır. Örneğin ev dışı yaşamıyla etkin bir bağlantısı olmayan geleneksel ataerkil değerlere bağlı bir ev kadım ise haberleri değil kurgusal iletileri yeğlemektedir. Televizyon programları karşısında ev kadınının tavrı ev dışı yaşama ilişkin olduğu düşünülen haberleri ve belgesel nitelikli programları erkeklere özgü programlar olarak görüp dışlamak, pembe dizi vb. içinde ev kadınlarının görüntülü olarak varolduğu kurgusal programları izlemek olacaktır. Sinema filmleri karşısında ev kadını, egemen kültürü yeniden üreten klasik öykülü anlatım filmlerini yeğlerken; feminist ve

avantgarde video filmleri gibi alternatif akımlara pek yönelmediği gözlenmektedir (Curti, 1992:134-153). Kuşkusuz popüler ürünlerden söz ederken, toplumdaki çoğunluğun (görünürdeki) kültürel tercihlerinin, adına sağduyu denilen ve aslında egemen ideolojiden başka bir şey olmayan "genel-geçer" orta yolda kümelendiğini belirtmek gerekir. Burada cinsiyetin özelliklerini ancak toplumsal belirleyicilerle birlikte ele alabiliriz. Belli bir toplumsal coğrafya ve tarihsel dönemden yoksun cinsiyet özelliği olamayacağı için örneğin; "kadınlar öncü filmleri yeğlemiyorlar" gibi bir saptama ancak böylesi bir gözleme konu olan coğrafya ve tarihsel dönemde kadınların risklere girmek için gerekli toplumsal güce sahip olmadıklarını gösterir.

1970'li yılların sonlarında İngiltere'de çalışan sınıftan (orta ve düşük ekonomik düzeydeki) ev kadınlarının evde radyo ve televizyonla ilişkilerini inceleyen Hobson bir dizi görüşme ve izleyici araştırmasının sonucunda radyo ve televizyonun kadınlar için birer boş zaman aracı değil, gündelik yaşamlarının birer parçası olduğunu söylemektedir (Hobson, 1990: ss.105-114). Araştırmanın bulgularını iki araç (radyo ve televizyon) için ayırarak incelersek, radyonun ev işlerini zamansal bir düzenlemeye koymada yardımcı olduğunu görürüz. Haftanın belirli günleri belirli saatlerde düzenli olarak yayınlanan radyo programları ev kadınlarına haftanın hangi gününde ve günün hangi saatinde olduklarını belirten birer takvim gibi işlemektedir. En çok dinlenen radyo programları, ev işi yapma görevini üstlenen ev kadınlığı kimliğini pekiştiren erkekçi bir söylemle kendilerine seslenen ve cinsel cazibesi yüksek erkek D.J'lerin sunduğu müzik programları. Seksi bir erkek sesiyle kurulan fantazya ilişkisi zararsız bir gönül eğlendirme, bir cinsel bastırma biçimi olarak hem kadınlar hem de erkekler tarafından onaylanmakta olduğunu görüyoruz.

Televizyon ise kadın dünyası ve erkek dünyası olarak ikiye ayrılır izleyiciler tarafından. Komedi dizileri, pembe diziler, hafif eğlenceler, dedikodu programları kadın dünyasını gösterdikleri düşünülerek ev kadınları tarafından izlenirken, haberler ve haber programları erkeklerin dünyasına özgü prog-

ramlar olarak dışlanır. İzleyici, dinleyici kadınlar Batı'da da kendilerini haberlere uygun bulmuyorlar. Haberlerin, ister radyoda, ister televizyonda olsun, önemli olduğunu kabul ediyorlar ama dinlemekten ya da izlemekten hoşlanmıyorlar. Haberlerin hep sözünü ettiği evin dışındaki yaşam (özellikle ev kadınları için) önemlidir ama erkek işidir. Kadınlar haberlerin hep ciddi ve kötü şeylerden söz ettiğini, bunlarla uğraşmanın erkeklere göre olduğunu söylerler. Haberler dışında, belgeseller de özel olarak kadınla ilgili bir konuda değilse, kadınlar tarafından izlemez. Radyoda arkası yarınlar, mikrofonda tiyatrolar, televizyonda dizi filmler esas olarak ev kadınlarına yönelik olarak hazırlanır; bunlar kadınlara kadın-erkek ilişkileri üzerine, insan ilişkileri üzerine bir takım hazır bilgiler verir. Bu tür programları sürekli dinleyen, izleyen kadınlar gerçek yaşamda da bu dizilerdeki gibi ilişkilerin olduğunu, bunun için de öğretici olduğunu, yaşam dersi verdiğini söylerler. Asıl önemlisi, bu dizilerin konularının daha çok evlerde geçmesi, özel yaşamlarla ilgili olması. Bu anlaşılır bir şey gibi görünüyor. Peki ya şu çok kanlı "reality show"ların, cinayet haberlerinin de en meraklı izleyicilerinin kadınlar olduğunu söylesem? Evet, kabul etmek zor gibi geliyor ama, kadınlar cinayet haberlerini, "sıcağı sıcağına, dumanı üstünde, daha özeli olamaz" gibi programları da ilgiyle izliyorlar. Çünkü bu tür programlarda gerçekten de kamusal alan dediğimiz dış dünyada değil de kadının mekanı olarak görülen "ev" içlerinde olan olaylara yer veriliyor. Kadın, özellikle ev kadını, kendine ait mekanları buralarda görüyor; kişisel ilişkilerle kadın kişi olarak, en azından yaşanan gündelik gerçekliğe yakın bir fiziksel varlık olarak bu programlarda bulunabiliyor. Farklı coğrafyalarla belirlenmiş bir kadın dünyası ve erkek dünyası ayrımı var, biz bunun pek farkında olmasak bile.

Erkek dünyası olarak ön kabul gören çalışma yaşamı ve siyaset alanları karşısında kadınsı değerler her zaman ikincil öneme sahip olmaktadır. Sonuç olarak radyo ve televizyonun, kadın ve erkek ilgi alanlarını birbirinden ayırmak yoluyla cinsel farklılıkları desteklediklerı ortaya çıkmaktadır.

## C. ANLATI KONUSU OLAN KADIN KARAKTER

Batı kültürünün temel sorunlarından biri olan iyi kadın miti ile kötü kadın miti arasında kalan erkek figürü, klasik öykülü anlatım filmlerinin en verimli konusudur (Wolfenstein ve Leites, 1964:24-307). Erkekler, farklı kadınlarda bulunduğu zaman başa çıkılması daha kolay olan bu iki zıt durumu aynı kadında birleştirmede zorlanırlar. Kötü kadın, erkeğin saygıdeğer bir kadınla bağdaşamayacağını düşündüğü cinsel tepkilere neden olur. Kadının "kötü" imgesinde, erkeklerin onur kırıcı bulduğu cinsel tepkilerin doyurulması söz konusudur. Diğer yanda, erkeğin annesini ve kız kardeşini anımsatan iyi kadınlar tarafından uyandırılan sevecen tepkiler vardır. İyi kız erkeğin evlenebileceği bir tiptir ama cinsellik konusunda eksiktir. Bu çelişkinin çözümlenmesi için tepkilerden biri yerine diğerini doyurmak, her ikisini de farklı yönlerde doyurmak ya da bir tek ilişki içinde iki tepkiyi birleştirmek çabaları gösterilebilir. İyi bir kadına duyulan bu özel bağlılık, Viktoryan evlilik anlayışının uzantısıdır. *Evdeki Meleğin* egemenliği altında ezilen asiler zıt uca, yalnızca fahişelerle ilişki kurmaya yönelir. Sık rastlanılan bir anlatım kalıbı da bir adamın aynı zamanda eşinin ve metresinin olabilmesidir. Cinsel duygular tıpkı sevecen duygular gibi doyum gerektirir ama bir kadının her ikisini birden vermesi beklenmez. Bir başka yol, genç erkeğin evleninceye dek kötü kadınlarla ilişki kurmasıdır. Böylece sonradan iyi kadına tam olarak bağlanması için önlem alınmış olur. Bunun tersi olduğu zaman ise, aile babası yoldan çıkar, kötülük saçan şuh kadınlar yuva dağıtırlar.

İki zıt anlayışın aynı kadında birleşmesi yeni bir kadın tipini ortaya çıkarır. Kötü kadın imgesi, daha ideal duyguların nesnesi olacak biçimde değiştirilebilir ve sivrilikleri olabildiğince törpülenmiş bir "iyi-kötü kız" çıkar karşımıza. Erkek sevdiği kadını değişik yönlerde görebilir. Yanılarak kötü kadını idealize etmiş olabilir ve acı çekerek durumuna katlanır. Buna karşılık iyi kız erkeğe kötü olarak görünebilir ve sonradan kızın iyi olduğu gerçeği anlaşılır. Kadın ayrıca kendisini çeşitli yollarla sunabilir. Kötü kadın kötülüğünü gizleyebilir; iyi kadın

kötü olmaya çalışabilir ya da ne olduğunu gizlemek için çaba göstermeden kötü görünebilir. Farklı kadın tiplerinin karışımından, kadınların kendilerini sunuş biçimlerinden ve erkeğin bir dizi algılamalarından çeşitli dramatik olasılıklar ortaya çıkar. Kahraman kızın kötü olduğundan kuşkulanır ama sonunda bunun yanlış bir algılama olduğunu keşfeder. Böylece şuh görünümüyle kendisini cezbeden ama sonunda eve götürüp annesine tanıtabileceği bir kıza sahip olur. Genellikle iyi-kötü kız bağımsız bir cinsellik yaşayan ya da kötü adam tarafından sürüklenen biri olarak görülür. Hırsızlık ve cinayet suçlusu olarak göründüğü de olur. Vamp kadın tam anlamıyla cinsel tepkileri uyandırıp yoğun bir kıskançlık duyulmadan paylaşılmaz iken iyi-kötü kız başka bir biçimde çekicidir. Onun çekiciliği yalnızca coşku uyandırmasında değil, diğer erkeklerle olan zararsız birlikteliğindedir.

Kadınlara yönelik televizyon programlarında bilgi vermekten çok uydurmacalara, masallara, fantazyaya dayalı ilginçlikler vardır (Curti, 1992:142). Kadının meraklı olduğu Pandora mitine dayanan bu yaklaşımla "soap opera" adı verilen dizi filmlerde akıl almaz ilişkiler zinciri kurulur. Ancak kadınlara yönelik bu programlarda kullanılan kolay düğüm-kolay çözüm örgüsünü erkeklere seslenen ciddi haberlerde de görmekteyiz. Örneğin CNN'in canlı yayında sunduğu Körfez Savaşı haberlerinin içerik çözümlemesini yaptığımız zaman; karakter zıtlıkları, kişisel husumet, paralel kurguyla ard arda verilen farklı mekanlardaki olaylar, vb. özellikleri açıkça görebilmiştik (Türkoğlu, 1991). Kadınsılığın toplumsal güçten yoksunluk anlamındaki ezilmişlik özelliklerinin erkekte de görülmesini, "insanın kendini bir birey yapacak insansal gizilgüçlerini gerçekleştirmekten alıkonulması" olarak değerlendirmeliyiz (Oskay, 1982: ss.109-117).

## D. MESLEKTE ÇALIŞAN KADIN

Kitle iletişim araçlarında kadının yer alış biçimlerini ölçmeye yönelik pek çok araştırma yapılmaktadır. Bu araştırmaların belki de en geniş kapsamlısı sayılan Dünya Çapında Medya İzleme Projesinin sonuçları Eylül 1995'te Pekin'deki Dördüncü Dünya Kadın Konferansında "Eşitlik, Gelişme ve

Barış Adına" başlığıyla sunuldu. Merkezi Kanada'da bulunan uluslararası Media Watch araştırma şirketi "Global Media Monitoring Project" (Dünya Çapında Medya İzleme Projesi) adı verilen araştırma projesiyle, yüz elliyi aşkın ülkeyi kapsayan bir inceleme gerçekleştirdi. İncelemeye katılan ülkeler, merkezden gönderilen yönergeler doğrultusunda aynı gün içinde radyo, televizyon ve yazılı basında yer alan haberlerde, kadınların ne kadar ve hangi bağlamda ele alındığını belirledi. Türkiye'den alınan sonuçlar tüm dünya ortalamasıyla uyumluydu: kadın gazeteci, televizyon ve radyo programcısı, yapımcısı olarak kitle iletişim araçlarında etkin bir rol oynarken, haberlerde adı bile geçmiyordu. Haber konusu olarak (herhangi bir biçimde adı geçen kişi olarak: açıklama yapan yetkili, dava konusu, kurban, vb.) karşımıza çıkmayan kadın, haberlerin "mutfağında" çalışan, haberleri radyo ve televizyonda sunan profesyonel kişi olarak bulunuyordu. Kadın kitle iletişim araçlarında haber üreticisi olarak var. Ancak sunulan haberlere dikkatle bakılınca kadının, ev dışı dünyadaki erkeklere ilişkin kamusal alanlarla ilgili haberlerin konusu olabilecek denli "ciddi işler yapmıyor" izlenimi ediniliyor. Hafif magazin haberlerinde ise durum tahmin edilebileceği gibi çok farklı. Özellikle gazetelerde fotoğraf, televizyon ekranlarında görüntü gerekiyorsa kadın estetik ve gizemli varlığıyla güvenli yerini alıyor.

Sinema ise kadına, yazılı ve görsel basın haberlerinden daha fazla giriş izni verir gibi görünüyor. Akademisyen kadınların sinemayla ilgilenmelerinde de sanatın yaratıcılığından yararlanma gibi bir eğilim olduğu söylenebilir. Feminist film eleştirmenleri, sinemanın da tıpkı psikoanaliz gibi "kadın" varlığından kaynaklandığını belirtirler. Onlara göre, öncelikle bebeğe süt veren annenin bir *arzu_öznesi* olarak değil de bir *arzu nesnesi* olarak algılanması ve fantazyanın başlaması, kadının erkek cinselliğini merkez alan *fallik* düzen içinde bulunduğunu kanıtlar. Bu durumun süreç içinde ancak kadınlar tarafından değiştirilebileceğini vurgularlar.

Geleneksel anlatı filmlerinin de içinde yaşadığımız bu *fallik* düzenin temsilcisi olduğu ve alternatif filmlerin ancak

kadın yönetmenler tarafından yapılabileceği inancı çoğu feminist film eleştirmenini pratikte film çalışmalarına yöneltmiştir. Ayna kuramından yola çıkan ve gözleyerek arzunun nesnesini aramaya çalışan klasik anlatı filminin erkek-egemen izleyicisi de filmdeki karakterlere kadının baktığı gibi bakmaz; burada erkek etkin (aktif), kadın edilgen (pasif)dir. Her şeyi kapsayan bir *söylem* vardır ve arzu, öznellik ve nesne bu söylemin içinde yer alır. "Görsel Zevk ve Anlatı Sineması" adlı makalesi feminist film eleştirmenlerinin psikanalitik yaklaşımlarının yaklaşımını belirlemiş olan Laura Mulvey'e göre; ataerkil toplumun bilinçsizliği filmin biçimini oluşturur ve toplumsal olarak oluşturulan cinsel farklılıklar imgeleri, imgelere bakışı ve gösteriyi düzenler (Mulvey, 1985, ss.305-315). Böylece sinemada erkeğin görsel zevki belirleyicidir. Kadın imgesine "bakılır". Görsel zevkin bu *röntgencilik* boyutu bir yandan da *narsisistik özdeşleşmeye* taşınabilir. Narsisistik özdeşleşme karakter ile izleyici arasındaki aynı cinsler için söz konusudur. Yani kadın izleyici görüntüdeki konumu her ne olursa olsun (suçlu, kurban, vb.) kadın kahramanla, erkek izleyici yine hangi konumda olursa olsun (cezalandırıcı, suçlu, kurban, vb.) erkek kahramanla hayranlık içeren bir özdeşleşme yaşar.

## E. GENÇLER İÇİN MÜZİKLİ KADIN İMGELERİ

Ülkemizde de gençler tarafından ilgiyle izlenen müzik kanalı MTV'de (Music Television) gösterilen müzik eşliğindeki hareketli görüntüleri kadın imgelerinin televizyondaki üretim ve sunumları çerçevesinde inceleyen Ann Kaplan, televizyon akışındaki bu görüntülerin belirli bir cinsiyete gönderme yapıp yapmadığını, kadın izleyicilerin bu görüntülerden nasıl etkilenebileceğini bulmaya çalışmıştır (Kaplan, 1987:211,253). Kaplan çözümlemesine başlarken MTV'nin video parçalarında kullanılan son dönem film kuramlarındaki zıt kutuplara ayrılmış film sınıflamalarını anımsatır. Bu sınıflamaya göre Klasik Hollywood metninin karşısında Öncü (avant-garde) metin; Gerçekçilik anlatımının karşısında Gerçekçi olmayan, öyküsüz film; Tarih'in karşısında Söylem; İdeoloji ortaklığının karşısında ise

Egemen ideoloji tarafından sıkıştırılmış olma durumu vardır. Kaplan'ın incelemesine göre MTV'de beş temel video tipi vardır: Romantik, toplumsal bilinçli, nihilist, klasik ve postmodernist. Bu beş temel video ayrımı biçemlerine ve temalarına göre ayrılınca aşağıdaki tablo ortaya çıkar:

**BİÇEM:**

Romantik Öykü
Toplumsal Bilinçli: Çeşitli Ögeler
Nihilist Öyküsüz Gösteri
Klasik Öykü
Postmodernist Karmaşık İmgeler

**TEMA:**

Aşk/Seks:
Romantik: Yitirme ve Yeniden Bulma (Odip öncesi)
Toplumsal Bilinçli: Özerklik Çatışması Aşk Sorunsalı
Nihilist: Sadizm / Mazoşizm, Çiftcinslilik (Hallik)
Klasik: Erkek Bakışı (Röntgenci, Fetişistik)
Postmodernist: Oyunculuk

Otorite:
Romantik: Ebeveyn Figürleri (Olumlu)
Toplumsal Bilinçli: Ebeveyn ve Kamusal Figürler; Kültürel Eleştiri
Nihilist: Nihilizm, Anarşi, Şiddet
Klasik: Özne Erkek, Nesne Kadın
Postmodernist: Yetkeye Karşı Belirli Bir Tutum Yok

Yukarıdaki sınıflandırmaya göre klasik öykülü anlatımın dışında bir anlatım tarzı seçen müzik videolarında alternatif kadın imgelerine geçiş izninin verildiği izlenimini ediniyoruz. Ancak sayısal araştırmalar, aşk/seks ve yetke ana temaları çerçevesinde kümelenen yirmi dört saatlik akıştaki tüm müzik

videolarının yüzde 75'inin beyaz erkek görüntülerinden oluştuğu sonucunu vermektedir (Kaplan, 1987:236-238). Merkez figür olarak karşımıza çıkan kadın imgeleri ise yalnızca yüzde 20 dolaylarındadır. Bu oran içindeki kadınlar da çoğunlukla onları önemsemeyen erkeklerin ilgisini çekmeye çalışmaktadırlar. Kadının egemen olduğu videolar arasında postmodernist olarak adlandırılabilecek "yetkeye karşı belirli bir tutumu olmayan" kadın videoları çoğunluktadır. Kolay tanınabilecek klasik Hollywood filmlerine göndermeler yapan kadın imgeli videolar da sık rastlanılan görüntülerdir. Filmlere öykünme, geleneksel cinsiyet rollerini anımsatmakta, küçük değişiklikler kolayca ayrımsanan yenilikler olarak ilgi çekmektedir. Film öykünmelerini en sık kullanan kadın şarkıcı Madonna'dır. Madonna belirli kalıpları önkabul gören film yıldızlarının kimliklerini ustaca giyinmekte, üstelik oyun alanını yalnızca Hollywood filmleriyle de sınırlamamaktadır. Kaplan'ın araştırmasının da gösterdiği gibi televizyon müzik programlarının görüntülerinde kadına ayrılan alan, kıstırıldığı ve ancak kendini arzulayan bir kadına dönüşerek katlanabileceği hava geçirmemecesine kapalı alandır. Erkek ise metropol alanlarında boy gösterir (Curti, 1992: 147-148). Kadının metropol alanında egemen cinsiyet ayrımcılığını zedelemeden gezinmesini en çarpıcı biçimiyle Madonna'nın bir videosunda görmekteyiz.

Nancy Owens, erkek egemen bir kurgusal kentte sınıf çatışmasının sergilendiği sinema tarihinin ilk bilim kurgu filmlerinden 1926 Alman yapımı *Metropolis* (yönetmen Fritz Lang) ve 1990'ların pop ikonlarından Madonna'nın "Express Yourself" şarkısı için çekilen "video-clip"i karşılaştırırken kadın ve erkek alanlarını yeniden sorgulama olanağı verir (Owens, 1992:59-63).

Hegel'ci anlayışla imgesel nesneyi çözümlemeye çalışan Owens'a göre efendilik ve kölelik nesne aracılığıyla gerçekleşen konumlardır. Nesne, iki özne arasındaki ölüm-kalım savaşımının tarafsız bir unsurudur. Efendi, nesne üzerindeki gücü aracılığıyla köleyi yönetir, nesneyle bağı yüzünden köle efendisine zincirlenmiştir. Efendinin köleyle olan ilişkisi aslında bağımsız bir nesne aracılığıyla olmaktadır; köleyi bağlayan bu nesne

onun bağımlılığını gösteren zincirdir. Köle bu zinciri kırıp bağımsızlığını kanıtlamak için önce "şey"e karşı bağımsız olabilmelidir ki, bunu gerçekleştiremez. Oysa efendi bu "şey"e egemendir ve ötekinin (kölenin) üzerinde gücü bulunan bu şeye egemen olmakla köleyi de egemenliği altında tutar. Tarafsız nesne olduğunu ileri süren imgelerin karşısında kontrolcü öznenin korkusu, imge-nesnelerin efendi/yaratıcının özgün niyetine karşı çalışabileceği yolundaki korkudan kaynaklanır. Cinsiyetçilikle kodlanmış (*gender coded*) imge üretiminde bu korku çok açık bir biçimde karşımıza çıkar ama bu yalnızca bir cinsiyetçilik konusu değildir. Örneğin Madonna, videoda gördüğümüz gibi "seks nesnesi" imgesini baskıcı erkeklere karşı erotik bir güç olarak kullanır ama bu metni Hegelci açıdan okursak bunun bir güç konusu olduğunu ve cinsiyet kadar ırk ve sınıf çizgisinde de hareket edebileceğini görürüz.

Filmin video (klip) tarafından kullanılmış olduğunu çok belirgin olarak görürüz. Madonna'nın video klibinin son tümcesi tam olarak *Metropolis'in* bitiş tümcesidir: "Yürek olmadan el ve kafa arasında hiç bir anlaşma sağlanamaz" Filmi görenler, son tümceden önceki görüntüleri anımsayacaklardır; başlığın aynen kullanılması bize kaynak hakkında açık bir bilgi veriyor. Video klibin açılış kurgusu filmin açılış kurgusunun kısa bir çevrimidir; Devasa piramit pistonlar yavaşça aşağı yukarı hareket eder/Tekerlekler döner./ Elektrik yalıtkanları./Çubuklar ve ışıklı oklar/Miller ve dönen cihazlar/Büyük bir makinenin yavaş hareket eden çarkları/Çarklar yavaşça hareket eder / Çarklar ve tekerlekler üst üste biner. Erime.

Makinenin estetize edilmesi filmin de videonun da görsel stilini belirler. Bu kullanımın nedenlerini burada ayrıntılarıyla sorgulamayacağız, yalnızca doğrudan kadın imgesiyle ilgili olanlara yaklaşmaya çalışacağız. Söz konusu filmi ve videoyu karşılaştırmak için öncelikle araçların farklılıklarına bakmalıyız. Müzik videosu türünde hızlı, ritmik kurgu, çevirmeler ve uç açılara alışkınız; filmde ise müziğe anlatımın açılarını ve kurgusunu desteklemek üzere gereksinim vardır. Müzik videosunda

da anlatım unsuru vardır ama bunun nedeni yalnızca izleyicilerin çekim bölünmeleri arasında bağlantı kurmasıdır.

*Metropolis*'te, sanayicinin iyi yürekli asi oğlu Freder yeryüzünün cennetinden işçilerin cehennemine doğru bir hareket halindedir. Azize benzeri Maria'yı görür ve o anda aşık olur. Mitsel bir aşk öyküsüdür bu: zengin erkek, fakir kız. Sanayiciye gücünü kanıtlamak isteyen deli bir bilim adamı, Maria'nın Hel adında şeytani bir robot ikizini yapar. Böylece sinemanın belki de ilk iyi-kötü kızı olan Maria görüntüsü altında çifte kimlikle karşılaşırız. Filmin moral çatışmasını "emek sorunu" yaratır - fantastik kent, toplumsal eşitsizlikler üzerine kurulmuştur. Bu çatışma filmde bilim karşıtı bir anlatımla gerilim sağlar; işçiler makinelere hizmet ederek köleleştirilmişlerdir; görsel stil makineyi estetize ederken işçileri çirkin ve kaba gösterir. Görsel imgeleri eleştirel bir gözle çözümlersek, Modernist estetiğin kendi sol politikasını sabote ettiği söylenebilir.

Video bu biçemi olduğu gibi izlememektedir ama filmde ve videoda işçilerin ele alınış biçimlerindeki farklar ilginçtir. *Metropolis*'te işçiler uzun ve genel çekimlerde görüldüğü gibi isteksizce ve ağır ağır yürümektedirler. Koyu, üstlerinden dökülen bol giysileri vardır ve hep birlikte hareket ederler, hiç bir şekilde bireyselleşmezler. *Metropolis*'teki işçiler makineye hizmet ederler ve bu hizmet onlara zulmederek böyle anonimleşmelerine neden olmuş gibidir. "*Express Yourself*"deki işçiler ise erotik bir şekilde dans etmektedirler. Belden yukarıları çıplaktır ve dans ederken gelişmiş kaslarını sergilerler; onlar da birlik içindedir ancak enerjik ve seksi bir ritimle hareket ederler. Videoda kurgu hızlı ve kıvraktır; erkek bedenlerine yakın çekimlerden çarklara ve makinelere hızlı geçişler vardır. İşçilerin kasları makinenin kollarına ters değil, neredeyse eşit derecede seksi, güçlü ve çekicidir. İçinde bulundukları metalik ortamdan bunalsalar da danslarının erotik imgesi her türlü dolaylı anlatımdan çok daha güçlüdür. Yağmur ise sanki sığınaksız kalmış insanları üşüten, zavallılaştıran gerçek yağmur değil, ıslak bedenin erotik olanaklarını ortaya çıkartmak için yağan bir yardımcıdır. İşçinin erotikleştirilmesi şarkının sözlerinde olduğu

gibi işçiler ve sanayiciler arasındaki ilişkiyi daha açık bir kişisel romantik/cinsel ilişki metaforu haline getirir, ama aynı zamanda "emek sorununa" yeni bir boyut da getirir.

*Metropolis*'te görsel imgeler çok güçlüdür. Freder Maria'ya bir bakışta aşık olur; ikizini babasının kolları arasında gördüğü an ise birden kendini yitirip bayılır. Bu görüntü onu mahveder, erime görüntüleri bu anın görüntüsünün onu mahvetme gücünü gösterir. Hasta yatağındaki sayıklama ve kabuslarına Hel'in erotik dans kurgusu girer; Hel'in bedeni büyülenmiş erkeklerin şehvet dolu bakışlarının odak noktasıdır ve dönen gözlerin görüntüleri ile erime olur. Görüntüsünün erotik gücü yüzünden Hel toplum için bir tehlike olmuştur.

"*Express Yourself*"teki paralel bölünme sanayici ve işçinin konuşma borusu aracılığıyla bakışmasıyla başlar (konuşma borusu "*Express Yourself*" = "kendini ifade et"in bir metaforu olabilir). Filmdeki bağlantılar genellikle anlatım açısındandır: yukarıdaki kent ile aşağıdaki kent arasındaki mekansal ilişkiler başlıklarla/cümlelerle oluşturulmuştur: katakomblar bilinçsizliğin bir metaforu olabilir-karanlık ve tehlikeli-toplumsal düzenle doğrudan bağı olmayan bilinçsizlik. Filmi XX. yüzyılın başlangıcında, ilk genel-sivil savaş olan I. Dünya savaşının hemen ertesinde, büyük kentlerin metropolleştiği, yabancılaşmanın ürkütücü geleceğin habercisi olarak yaşandığı Modernitenin bir eleştirisi olarak düşündüğümüz zaman "katakomblar" bence günahları ve sevaplarıyla daha anlaşılabilir olan tarihe yapılan bir göndermedir; dinsel göstergeler de makinenin metal soğukluğundaki uzak somutluğuna karşın, soyut mistisizmin huzurunun tercih edilişidir. Video bu mekansal ilişkiyi kedinin kovalanmasında, konuşma borusu sahnesinde zincirin takip edilmesinde daha açık olarak gösterir. Bu belirli bakışların karşılıklılığını, işçinin branda yatağında kabuslarla dönerken Madonna'nın bir perde arkasında, Hel'in tülün arkasındaki dansına benzer biçimde yaptığı erotik dansına yapılan kesme sekansı izler. Bu sekansı bir gözün, Madonna'nın gözünün erimesiyle sona erer.

Filmde Hel yani sahte Maria sanayicinin ürünü iken, videoda erotik kadın sanayicinin kendi ruhunun tamamlayıcısı gibidir. İki karakterin zıtlığı Madonna'nın-sanayici olarak dansında daha belirgindir; burada üzerinde yelekli bir takım vardır, tek-göz gözlüğünü denemektedir, kasıklarını erkeğimsi bir havada ovuşturur ve ceketini omuzlarından düşürüp göğüslerini açar. Zincirler içindeyken Madonna, Sanayicinin işçi tarafından erotik olarak uyarılmasını belki de en açık olarak göstermektedir. Ancak burada imajın kendisinin gücü tamamen ortaya çıkmaktadır. Sembolik olarak zincir (Madonna'nın) zulüm altında olduğunu, güçsüzlüğünü gösterir ama aslında bu imge erotik gücünün de göstergesidir. Baskı en yoğun noktasına ulaştığında arzu imgesi de kendisini en güçlü biçimde duyurur. Bu andaki şarkı sözleri bu okumamızı destekler:

ve sen gittiğin zaman o pişman olabilir
sende onun istediği aşk var
o sürdürecek ama elde edemeyecek
dizlerinin üstünde kendisini ifade etmek
üzere geri gelecek

Bu sahnede zulüm kurbanı gibi görünse de şarkı sözleri aslında karşısındakinin "dizleri üzerinde geri döneceğini" söyler. Bir an kadının boyun eğdiği erotik önyargı kalıplarına feminist bir güç gösterisi ile karşılık verildiği düşünülebilir. Oysa kadınsı güzellik konusundaki kültürel reçeteler doğrultusunda hareket ederek kendi değerini görüntüsünde bulan Madonna aslında baskıcı toplumsal duruma meydan okuyan hiç bir şey yapmadığı gibi, kadınların bu kendilerinden beklenen güzel görüntülerini kontrol ederek diğerleri üzerinde erotik bir güç uygulama yoluna gitmektedir; böylece belki de kadına gereksindiği kişisel güç için anlık geçiş izni vermektedir. Kadının birincil olarak görsel imgeleriyle hizmet etmesini emreden baskıcı toplumsal kurallara meydan okumak yerine, bu emirleri pekiştirmekte ancak bunu yaparken de kadınların elindekileri silah olarak kullanmalarını önermektedir.

Bitiş sahnesinde işçi egemen gibi görünür ama yine kadın edilgen seks nesnesi rolüyle erkek üzerinde güç sahibi olur. Bu noktada Madonna'yı Sanayici olarak okursak, gerek işçiyle arasında geçen seks oyunu, gerek işçilerin birbirleriyle güreşmesine yapılan kesmeler belki de yalnızca işçileri herhangi bir sivil ayaklanma organizasyonundan alıkoymak isteyen Makyavelci Sanayicinin oyunlarıdır. Videonun sonunda kentin açılış sekansının tekrarlanması her şeyin aynen kaldığını, statükonun kurulduğunu gösterir. Mutlu sona ulaşmak için son cümle üzerinde çalışırsak, Metropolis'te olduğu gibi "emek sorunları"na kişisel romantik mutlu sonla bir çözüm getirildiğini okuruz.

Video filmden daha fazla feminist bir bakış sağlamaz. Madonna erkeğe arzu duyan bir kadını temsil etmektedir. Metropolis'teki Hel'den daha etkin olmadığı gibi, erkek figürlerinin güç yönlendirmeleri için bir araç olmaktan da öteye gitmemektedir. Her iki çalışmada da cinsellik büyük ölçüde kadın biçiminde ortaya çıkmaktadır ama videoda erkek işçilerin de erotik figür olduğunu görürüz, Sanayici-Madonna'nın dansındaki cinsiyet karışıklığına biraz eğlence katmak için olsa gerek.

Her iki çalışmada da imgenin erotik gücü erkek egemen toplum için bir tehdittir ama Owens'a göre cinsiyetçi kodlama asıl kontrol gücü kaygısının yanında ikincil derecededir. Gücünün engellendiği duygusuna kapılan kontrolcü öznenin kaygısı, imgenin kendi kontrolünün dışına çıkmasından korkma biçiminde belirir. Metropolis'te Hel'in yıkıcı cinselliği, erotik imgesiyle güç sahibi olması, dengelenmek zorundadır. Filmde de, videoda da görsel ileti sözel anlatımla çelişmektedir. Bu saptırmayı Hegel'in yaşam-kalım mücadelesi sorunsalı açısından okursak, baskı altında tutulanın, imgeyi kullanarak güç sahibi olabileceğinden duyulan kaygı gündeme gelmektedir. Madonna'nın sunduğu çok kimlikli görüntüler de böylece kadının mitsel gizemliliğini yeniden üretmekten başka bir şey yapmamaktadır.

KAYNAKÇA

CURTI, Lidia; "What is Real and What is Not: Female Fabulations in Cultural Analysis", ***Cultural Studies***, der. Lawrence Grossberg, Cary Nelson, Paula Treichler, (NY, Londra: Routledge) 1992, ss .134-153.

de BEAUVOIR, Simone; ***The Second Sex,*** İngilizceye çeviren H.M. Parsley, (Londra:Picador Classics), 1988.

EWEN, Stuart, ***Captains of Consciousness,*** New York: McGraw-Hill, 1976.

EWEN, Stuart, ***All Consuming Images:The Politics of Style in Contemporary Culture***, Basic Books, 1988.

HOBSON, Dorothy; "Housewives and the Mass Media," ***Culture, Media, Language,*** der. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe ve Paul Willis, (Londra:Unwin Hyman Centre for Contemporary Studies, University of Birmingham), 1990, ss.105-114.

KAPLAN, E.Ann; "Feminist Criticism and Television," ***Channels of Discourse***, der. Robert Allen, (Chapel Hill ve Londra: University of North Carolina Press), 1987, ss.211-254.

MULVEY, Laura; "Visual Pleasure and Narrative Cinema," ***Movies and Methods,*** Volume II, der. Bill Nichols, (Londra:University of California Press), 1985, ss.303-315.

OSKAY, Ünsal; ***XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri***, (Ankara: AÜ. SBF. yay. 1982). Der yay. İstanbul, 2000.

OWENS, Nancy; "Image and Object: Hegel, Madonna, Metropolis," ***Spectator***, Bahar 1992, vol.12, no.2, ss.58-63.

SEITER, Ellen; "Semiotics and Television," ***Channels of Discourse***, der. Robert Allen, (Chapel Hill ve Londra: University of North Carolina Press), 1987, ss.17-41.

STEEVES, H.Leslie, "Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları," derleyen ve çeviren: Mehmet Küçük, ***Medya, İktidar, İdeoloji*** (Ankara: Ark yay.) 1993, ss. 105-167.

TÜRKOĞLU, Nurçay; "News Media, War, Opera and Spectators," IAMCR (Uluslararası İletişim Araştırmaları Derneği) tarafından İstanbul'da düzenlenen ***Newsmedia and International Conflict*** sempozyumunda 20 Haziran 1991 tarihinde sunulan bildiri.

WOLFENSTEIN, Martha, Nathan Leites; "The Good-Bad Girl," ***Mass Culture***, ed. David Manning White, Bernard Rosenberg, (New York: Free Press, 1964), ss. 294-307.

## IV. İMGELER VE REKLAMLAR:

Çağımız bir "görsel çağ"mı, yoksa görüntüler/imgeler (özellikle *yeni* olanlar) insanı her zaman etkiliyor muydu? Metropollerde gözlenmeye başlanan modernitenin izleri Rousseau gibi bir yazın ve düşün adamının kaleminden bakın nasıl yansıyor:

> "İnsam içine çeken bu kışkırtıcı, gürültülü yaşamın sarhoşluğunu içimde hissetmeye başladım. Gözlerimin önünden geçen nesnelerin çokluğu beni sersemletiyor. Üstüme hücum eden bunca şey arasında kalbimi fetheden hiçbir şey yok ama hepsi birden duygularımı öylesine yerle bir ediyor ki, kim olduğumu, neye ait olduğumu unutuyorum...Yalnızca hayaletler uçuşuyor gözlerimin önünde, onları yakalamaya kalkıştığım anda ise gözden kayboluveriyorlar" (Berman, 1991:18).

Rousseau 18. yüzyıl Paris'inin bu kışkırtıcı modern imgeler girdabında kendini yitirmekten korkan ama onun çekiciliğine de karşı koyamayan ilk ve son kişi değildi. Yaklaşık bir yüzyıl sonra Londra'da 1851 Dünya Endüstri Sergisi için kurulan Kristal Palas, yeni yapı endüstri yöntemleri ile modern imgelemin bir bileşimiydi. Cam ve demir (sonradan çelik de eklenecekti) modern yapının yenilikçi düşüncelerini yansıtan *ayna* işlevi görüyordu. 1851 ilkbaharında babasına yazdığı mektupta yazar kız kardeşlerden Charlote Bronte, Kristal Palas'ı dünya fiziğini aşan ve içine giren herkesi nefes kesen, yepyeni bir güçle karşılayan bir yer olarak görüyordu:

> "Dün ikinci kez Kristal Palas'a gittim...Harika bir yer, çok büyük, değişik ve anlatılması olanaksız...Sıra sıra yollar, adeta görünmeyen bir güç tarafından düzenlenmiş. Benim gittiğim gün içeride bulunan otuz bin kadar kişinin ruhundan çıt çıkmıyordu; düzensiz tek bir hareket görülmüyordu. Kalabalık, uzaklardaki denizin fısıl-

tısı gibi, sessiz ve derin bir gelgitle dalgalanıyordu" (Ewen,1988:164).

Maddesel olanın somutluğu ile imgesel değişim değerinin yüceltilmesinin birlikteliği Kristal Palas'ın görsel gücünü oluşturuyordu. Modernite deneyimi, teknolojik ve toplumsal değişimdeki dalgalanmaların; büyük kentlerde, endüstri sergilerinde, müzelerde, caddelerde, sokaklarda bireyin öznel yaşam deneyimi ile iç içe girmesiyle başlamıştı.

Yirminci yüzyılın başlarında kitlesel tüketim ve modern reklamcılığın birbirini desteklemek zorunda olduğu fark edildi. 1910'da Henry Ford'un seri üretim ekonomisi için kurduğu bant sistemi, kitlesel üretimi başlattığı gibi, ulusal pazar içine girecek alıcı kesimi arttırarak kitlesel tüketimi de başlatmış oldu. Fordizm diye adlandırılan bu yeni dönemde tasarrufa verilen toplumsal değerin yerini aşırılık aldı. Modern endüstriyel üretimle birlikte işçilerin de daha iyi tüketiciler olması yolunda endüstriyel demokrasi adı altında istekler başladı. 1920'lerde reklamcılık, sürekli canlı duran bir tüketici pazarı geliştirmede önemli bir yere tutuyordu. Amerikan Reklamcılar Birliği, ruhbilimsel araştırmalar yaptırarak, bu araştırmaları bilimsel raporlar olarak basında yayınlatmaya başlamıştı. Bu raporlarda "reklamcılık endüstrinin ruhudur; tüketici yaratmak ve ürünün tüketimini denetlemek için tecimsel yaşamın ruhsal yanı reklamcılıkla sağlanır" deniyordu (Ewen, 1976).

"Kendi hakkımızdaki bilincimiz, başkalarının bizim hakkımızdaki bilinçlerinin bir yansımasıdır...kendi hakkımızdaki düşüncemiz, komşumuzun bizi nasıl gördüğü hakkındaki düşüncemizdir" gibi bir anlayış, bireyin, toplumun sürekli ve acımasız gözleminin nesnesi olarak görülmesi, evrensellik savıyla, reklamcılar derneğinin raporlarında yer alıyordu.

*Cutex* kozmetiğin, 1920'de Ladies' Home Journal'deki şu reklamı;

"Bir günde tırnaklarınıza kaç kez bakıldığını bir düşünün...Her bakışta bir yargı vardır...Üstelik bazı insanlar bu ay-

rıntıya dayanarak değerlendirilirler" Ewen'ın da dikkat çektiği gibi insanların kendilerinden rahatsız olmalarını sağlayan örneklerden yalnızca biri. Böylece reklamcılık, kitlelerin kendi yaşamlarını yeterli bulmamalarını sağlamaya çalışır. Kendi yaşamlarından hoşnut olanlar, hoşnut olmayanlar kadar iyi tüketici olamazlar.

1924 *Pompeian* kozmetik reklamı;

"Yüzlerce kadın arasında kaybolan bir kadın değilseniz, pudra ve ruj kullanmalısınız. Modern yaşam, kadının doğal rengini çalıyor...bir zamanlar elmacık kemiklerine verilen doğal gülpembeleri alıyor..." derken, modern endüstriyel toplumun zararlarını kendi içinde onarma sözü verir. İnsanın eleştirel bakışı ise kendi vücuduna yöneltilir bu söylemde; modernlikten pay almasını engelleyen kendisiymiş gibi. Ürünler, bireyin bir özne olarak değil de bir tüketici olarak yaşamını kolaylaştıran doğal uzuvları olarak sunulurken, bu uzuvlardan her biri (diş, saç, dudak, tırnak, giysi...) başarılı bir gösteriş için olası kılıflar olarak benimsetilir.

Stuart Ewen, Amerikan tüketici kültürünün tüketiciye "Görüleceksin. Fark edileceksin. Sergilediğin simgeler, en değerli varlıklarındır. Onlar seni kalabalıktan ayıracak. Birisi olacaksın. 'Seçilmiş gruba' katılmış olacaksın" vaadiyle seslendiğini söyler (Ewen,1988:58).

Tüketim, Amerikan toplumunun ulusal homojenliğini sağlamaya, ırk, milliyet, kültür farklılıklarını kaldırmaya yönelik bir araç olmuştu. Toplumun birleşmesini ve sürekliliğini sağlayan reklamcılık önemli bir kurumdu (geçmiş zamanlı konuşmama bakıp da bu anlattığım öykünün geçmişte kaldığını sanmayın; burada biraz tarihsel başlangıçlardan söz ediyorum). Ulusallaşmaya karşı direnen göçmenleri uyumlu vatandaşlar haline getirme yolunda da reklamcılıktan yararlanılıyordu. İngilizce kurs reklamları dil öğrenmenin iletişimi kolaylaştırmasından çok, farklılığı yani "toplumsal başarısızlık" damgasını önlemesi üzerinde duruyor. İşte 1920'lerden kalma bir Amerikan reklamı:

"İlk kez tanıştığınız biri...İngilizce'de yanlışlar yaparsa...onun hakkında ne düşünürsünüz? Sizin güveninizi kazanabilir mi? Onu başkalarına yakın arkadaşınız olarak tanıtabilir misiniz?

Modern endüstriyel yaşamın, "yeni hayat"ın tehlikeleri, kitle toplumunun tehditleri; sağlık sorunları, kalabalık kentler, hayal kırıklığı, yalnızlık, güvensizlik, vb. hep reklamcılığın getirdiği çözümlerle karşılanmaya çalışılıyordu:

"Pırıl pırıl bir gülüş, iyi bir banka hesabından daha değerlidir, dost kazandırır." (Diş macunu reklamı).

"Saçlarına bayılıyorum. Bu gecenin en güzel şeyi bu." (Şampuan reklamında erkek söylüyor).

"Aynaya baktığım zaman keşke bir erkek olsaydım diyorum, kendimle evlenecek bir erkek." (Kozmetik reklamında kadın konuşuyor).

Toplumsal albenideki başarı doğrudan ürüne yüklendiği zaman, üründen yoksun kalmanın doğal sonucu da başarısızlık olacaktır. Tüketici bireyin kendisine ait tüm doğallığını değersiz olarak gören reklamcılık, bireyi de şizofrenik olarak bunun farkına varmaya zorlar. İnsanın doğasına ait tüm pislikler, çirkinlikler, bozukluklar, reklamcılığın silahları ile yok edilecektir. Ürünlerle donatılarak kendini fetişleştiren insan, modern tüketim ortamı için aranan tüketici tipi olacaktır.

Cumhuriyetin ilk yılları (1923-1930) "Sana Perestij Ediyorum".

Aynı yıllarda ülkemizdeki duruma kısaca bir bakalım; Cumhuriyet'in ilam yeni bir toplum ve reklamcılar için yeni bir kitle demekti. Sarık-çarık ikilisi yerine Avrupa tarzı şapka-ayakkabı kullanılacaktı. Kadınlar metrelerce kumaşla örtünmek yerine biçimli giysiler kuşanacaklardı. Trikotaj makineleri Türkiye'de çorap, fanila üretimine girişmişlerdi.

Yalnızca giysiler değildi değişen. Haremlik-selamlık alışkanlığının kalktığı büyük kentlerde aileler büyük yemek ma-

salarında, "Avrupa sofra takımları" eşliğinde toplanıyorlardı. Salonlar Philips veya Radyum ampulleri ile aydınlatılıyordu. Randevular uluslararası saat ve takvim ölçülerine göre verilmeliydi artık.

Alkazar, Elhamra, Opera, Melek sinema salonlarında Amerikan filmlerinin yanı sıra Muhsin Ertuğrul filmleri de izlenebiliyordu artık. Tiyatrolara, sinemalara giderken Ford, Buick, 509 Fiat veya Studebaker Dublex otomobillerinin içinde olmak henüz bir ayrıcalık gibi görülse de şaşkınlık yaratmıyordu.

Çarşaf ve peçenin resmen kaldırılmasıyla birlikte kadın vücudu, günlük tüketim mallarının hedefi olmaya başlamıştı. İnci gibi dişler, her dem taze bir cilt, pırıltılı saçlar, güzel görünmenin temel koşullarıydı. Artık "cemiyet ile bağ kurma" rolü tümüyle erkeğin üstlendiği bir yetki ve sorumluluk olmaktan çıkıyordu. Kadının kendini sunum biçimi "Avrupailiği" oranında saygı topluyordu. Modern ürünlerin kullanımı; saygınlık, güzellik, kazanç, süs, oyun gibi sosyal değerlerin görünürde bile olsa elde edilmesini sağlıyordu. Yukarıda 1920'lerin Amerika'sından verdiğimiz örneklerle aşağıdaki bizim reklamları ister istemez karşılaştırıyoruz:

> "Herkes seni görüyor, nasıl görünmek istersin" (Krem Pertev).

> "Sevimli olmasına rağmen ihmal olunmaktadır. Şen arkadaşları onun önünden geçiyorlar ve o sebebini katiyen anlamıyor. O herkesin fena ve sararmış dişlerinden nefret ettiğinden bihaberdir" (Kolynos diş macunu).

Yirminci yüzyılın değişen sosyal statü kavramları, özellikle sinema starlarının modelliğinde görünür kılınıyordu. Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti bireyleri ise Batıdan aktarılan bu modelleri gıptayla izlemeye çalışırken Türk "hanım" sanatçılar da güçlükle seslerini duyurmaya çalışırken adeta kahramandılar:

> "Paris konservatuarından mezun meşhur artist Afife Hanım tarafından Odeon plaklarına imla edilen Türkçe Ali Baba gelmiştir. Her yerde arayınız."

"Hasan kolonyası kibarların kolonyasıdır"

Laiklik, kılık-kıyafet, harf, saat-takvim devrimleri cesur olduğu kadar, yumuşak bir geçişe izin verecek gönüllü katılımı da elde etmeliydi:

"Müz'iç bir grip için ne yapmalı, hatırınızdan Martel kelimesi geçmiyor mu? O halde bu namdaki konyaktan bir kadeh içiniz, emin olunuz ki gribi defedeceksiniz."

1928'de yeni harflerle çıkmaya başlayan gazeteler, "kıraat" sütunları ile Millet Mektebi'nin kara tahtalarından biri olurken, üstü açık arabalardan el sallayan mayolu Hollywood kızlarının yanı sıra kolları açık bluzunun üstünde ayyıldız işlemesi olan Türk kızlarının resimlerine de yer veriliyordu:

"Lütfen direksiyona geçiniz. O zaman bu fevkalade arabanın verdiği zevki kamilen anlayacaksınız" (Ford otomobil).

Cumhuriyet gazetesinin 1928-35 arası "Dünyada Neler Oluyor" köşelerinde aktarılan sinema haberlerinin çokluğuna bakılırsa, çok önceleri, 1914'te Servet-i Fünun'da yapılan şu çağrının hedefine ulaştığı söylenebilir:

"Sinemaya gidiniz. Zira milletlerin terbiye-i fikriye ve hissiyesine fevkalade hizmet eden mütevenni ve güzel eğlencedir."

1929'da ilk Türk güzellik kraliçesi seçildi.

1930'lu yılların modernleşmeye başlayan büyük kent dokusu içindeki yarı-özel yaşamlarında erkekler için saygınlık, artık zorla kazanılıp varlığı sürekli kanıtlanması gereken bir üstünlüktü. Ne de olsa Cumhuriyet erkeği olarak "Osmanlılıkları" rakılarından öte gidemiyordu:

"Bu akşam Baküs'te içeceğim, beni merak etmeyiniz!"

Kadınlar ise yine kabaca ikiye ayrılıyordu; kaçınılmaz bir cazibe tuzağı olan sevgililer ve otoritesini "anne" olduğu zaman kullanmayı bekleyen "izdivaca mazhar" genç kızlar:

Cazip sevgili kadın; ihaneti, yalancılığı ancak hüzün veren, gizemliliği büyük aşkların sürmesini sağlayan Greta Garbo kimlikli kadındı. Vücudunun inceliği sigara içen parmaklarına zerafet verirken, pantolonu erkeklere meydan okur havada "taşımasına" da izin veriyordu. Bakışları "adeta bulamayacağından emin olduğu bir şeyi son bir ümitle aramak istiyordu" (Ali:s.70).

> "Sana perestij ediyorum...işte ufak parlak bir izdivaç tahayyülünde bulunan bir genç kız için çok manidar üç kelime" (Tokalon krem).

Perestij edilen yani adeta tapılan genç kız! Demek ki "görülmüş", "fark edilmiş", kalabalıktan ayrılıp "seçilmiş gruba" katılmış!

Kitlesel deneyimlerin reklam sloganlarındaki dışa vurumu ile sanatçıların bu modern kitlesel deneyimlerin algılanışını ifade edişlerindeki duyarlılık ne kadar da farklı. Rousseau'nun gözlerinin önünden geçen şeylerin çokluğu onu "sersemletiyor...duygularını yerle bir ediyor...hayaletler uçuşuyor..." ve o, bu sarhoşluğun farkına varıp, esrik bir bilinçlilikle ortamı gözlemeye çalışıyor. Charlotte Bronte devasa modern yapıya hayran olmakla birlikte gözleminin nesnesinin olağandışılığını görüyor. Sabahattin Ali ise Batılı kadının çekiciliğinin sırrına varmak istiyor *Kürk Mantolu Madonna'da.*

## KAYNAKÇA


ALİ, Sabahattin; ***Kürk Mantolu Madonna***, Bilgi yay. İstanbul:1976.

BERMAN, Marshall, ***All That is Solid Melts Into Air***, Verso, London,New York: 1991.

EWEN, Stuart, ***Captains of Consciousness***, New York: McGraw-Hill, 1976.

EWEN, Stuart, ***All Consuming Images***, Basic Books, 1988.

TÜRKOĞLU, Nurçay, "Türk Reklamcılığının Popüler Tarihi, I-II," ***Evrensel Kültür***, sayı 37-38, Ocak. Şubat 1995.

## V. ESTETİK VE İMAJ ÜZERİNE: PAKETLEMENİN ŞİİRSELLİĞİ?

"İnsan bilmediği bir dili kullanırken önce şiirsel olur" denir. Şiirsellik eğer dili gündelik işlevselliğinden farklı bir biçimde kullanmaksa bu yerinde bir saptama bence. Bilmediği dilde bir şeyler söylemeye kalkan insan istemeden biraz şair gibi görünür. Çünkü dilin uygun dizininden farklı kullanılması gündelik olanın dışına çıkıldığının bir göstergesidir. Bu şairlik durumunun güzel yazınla yani edebiyatla bilinçli bir ilişkisi yoktur kuşkusuz. Ne de yerli yerinde kullanılamayan dildeki şiirin estetik yüceliğinden söz edebiliriz. Algılanan farklılığın göze ya da kulağa hoş gelmesi belki de yaşanan günün alışılmış tekdüzeliğinin dışına çıkmak isteyenlerin, çıkış kapılarının çok uzaklarda olduğunu sanmalarından kaynaklanmaktadır. *Gündelik olan* ile *şiirsel olan* ayrımını *dünyevi* ve *uhrevi* ayrımına taşıyabilirsek şiiri yalnızca bir edebiyat türü olarak görmenin dışına çıkar, güzelliğin göründüğü tepelere yöneliriz. Benim bu yazıdaki önerim de böyle bir gezintiye çıkmak olacak.

Estetik ve imaj kavramlarının kesiştiği bir yazı hazırlamayı düşünürken estetik üzerine geliştirilen kuramların çokluğu ve derinliği ile imajın güncelliğini ve popülerliğini karşılaştırmanın ilginç olacağını gördüm. Estetiğin sanata ve güzelliğe ilişkin tartışmalarda vazgeçilmez bir başvuru noktası olmasına karşın imaj sözcüğünün, gündelik yaşantılarımızdaki "satış amaçlı paketleme uygulamaları" için kullanılması bize tanıdık geliyor. İmaj, görüntü ya da görselliğe ilişkin bir kavram olduğuna göre bu kullanım pek de yanlış sayılmaz. Gösteren olarak görüntünün, görünen gerçeğinin dışında bir başvuru noktasının bulunması akademik çalışma ortamının dışında belki de kendisini ilk kez bu denli güçlü olarak hissettirmeye başladı. Son bir kaç yıldır, özellikle televizyon kanallarında parlak çığırtkanlıklarıyla boy gösteren gençler, kendilerini kısa yoldan ifade etmek ve böyle yapmakla da başkaları tarafından tanımlanma sürecinden uzak durabilmek için kendi imajlarından söz etmeye başladılar. Serdar Ortaç nasıl Serdar Ortaç oldu? Ajda Pekkan'ın yeni

imajı kimlerin, hangi estetik cerrahların yardımıyla sağlandı? Madonna'nın Eva Peron imajına hangi terziler yardımcı oldu? İbrahim Tatlıses'in lahmacunları yanık sesi kadar acılı mı? Bu ve benzeri sorular açıkça sorulup, açıkça yanıtlanırken hep bir imajdan söz ediliyor. Saygınlığı onaylanmış toplumsal kurumlarının dışında kalan ya da kalmak zorunda bırakılmış olan büyük çoğunluk ise kendilerini bir biçimde temsil ettiklerini ileri süren bu parlak kişiliklerin hemen öğreniliveren imajlarına alışmış görünüyorlar. Hemen ezberlenecek kadar sık ve kolay dile getirilen tanımlamaların kabullenilmesi de o denli kolay oluyor.

Kuramsal tartışmaları şimdilik bir kenara bırakıp bu kavramların (estetik ve imaj) karşımıza çıktığı durumlara bakarsak imajın "ben buradayım, beni hemen gör, varlığımı kabul et" diye bağırdığını duyar, estetiğin ise sessiz bir ağırbaşlılıkla müzelik korunmalar için beklediğini görürüz. Estetik bağırmaz, ancak eğitimli ve dikkatli gözler tarafından fark edilir. (Wattimo; 1987). Yücelik, gerçeklik, kalıcılık ve güzellik, estetik nesnesinin olduğu kadar estetik nesne ile ilişkiye geçen öznenin de üstlendiği ya da üstlenmesi beklenilen kavramlardır.

Nesne ve özne arasındaki ilişkiyi imajda aradığımız zaman gerçeklik ve işlevsellik konularını tartışmaya açmak kaçınılmazdır. Estetikte aranmayan, hatta estetiğin tanımındaki temel ölçütlerden biri olarak hiç bulunmaması gerektiğine inanılan işlevsellik, imaj için "olmazsa olmaz" bir kuraldır (Virilio; 1990). İmaj sözcüğünü düpedüz görüntüden ayırıp yanıltıcı görüntüye yaklaştıran da bu işlevselliğidir. İmaj belirli bir toplumsal konum içinde belli amaçlar için gerçekleştirilen kurgusal bir görüntüdür. Demek ki kurgulanma süreci içinde belli bir hedefe ulaşmak üzere kodlanır, donatılır ve başarısının ölçüsü bu kodlamanın işe yarama düzeyidir. Tam da bu noktada imajın araçsallığı öne çıkar. Kendi adına değil, bir başka görüntü adına durması imajın yanıltıcılık damgası taşımasına yol açar. Yanıltıcılık suçlamasına konu olan ilk ifade biçimlerinden birinin Antik Yunan felsefesinde şiir olduğunu biliyoruz. Şiirin duygulara yöneldiği ve duyguların da güvenilmez, kaypak olarak görüldüğü eski Yunan felsefesinde şiirin tek başına değil de felsefeyle birlikte ele alınması gerektiğine inanılıyordu.

Platon'dan başlayarak duyu bilgisi (aisthesis) aldatıcı olabileceği öngörüsüyle hor görülür. Felsefe duyuların yamltıcılığını bertaraf edip kavramlaştırmak üzere kullanılır. Estetiğin ancak on dokuzuncu yüzyılda tıpkı metafizik ve etik gibi bir felsefe alanı olmaya, üniversitelerde tez konusu olmaya başlamasının, bu yüzyılın kamusal alanlarında artık müzelerin de bulunmasıyla ortak bir yanı vardır.

Yaygınlaşan kitle iletişim araçlarının bilgiye ulaşma anlamındaki bir kamusal alan ortaklığı yaratması beraberinde "anında ve etkili yanıt verme" olanağını getirmedi. Oysa kamusal toplumun vazgeçilmez kurallarından olan "kendini özgürce ifade etme" hakkının sağlanması için kitle iletişim araçlarından çok şey bekleniyordu. Yine de bugün iyimser liberaller böylesi bir umudu taşıyorlar. Temsil gücünün abartılı ve yanlış kullanılması bazı gazete köşe yazarlarını; örneğin genç pop şarkıcılarını futbol yıldızlarıyla birlikte toplumun motor gücü olarak kabullenmeye, "milyonlarca iyi tüketici" olarak benimsenen vatandaşların bu gençler etrafında toplanmasının uyandırdığı ulusal birlik ve beraberlik halkasının liberal yüreklerde uyandırdığı ferahlığı kutsamaya yöneltiyor. Anında ve etkili yanıt verme biçiminde kendisini gösteren, varlığını topluma kabul ettirme hakkının bugün popüler imaj üreticileri tarafından kullanıldığı, üstelik bu kullanmanın profesyonel ipuçlarını el yordamıyla izlemekle sağlandığı göz ardı ediliyor.

İmaj kavramını pazarlama aracı olarak yani halk arasında bilinen anlamıyla kullandığımız zaman, yanıltıcılık damgasını bir suçlamadan çok bir gerçeklik durumunun ifadesi olarak ele almalıyız. Endüstriyel üretim ve tüketime konu olan ürün ve hizmetler için *pazarlama* kaçınılmaz olduğuna göre imajın politikadan eğlenceye dek bütün görünümleri pazarda sergilenme görünümleridir. Kendi yerinde durmadığı, pazara geldiği, getirildiği için de imajından söz ettiğimiz her ürün ya da hizmet kendini fark ettirmek, kabul ettirmek üzere çalışacaktır. Pazarın ancak çekici olanları (o da bir süre için) barındırabildiği sahnesinde yer almak, hem tanıdık hem de vaat edici olmak, belli bir profesyonelliği gerektirir. Yazının başında değindiğim şiirsellikteki yüceliğin çekiciliğinden yararlanmak tam da bu noktada gereklidir.

Son günlerde bir günlük gazetenin reklamlarından yola çıkarak moda olan "radikal" kavramı, kendini ortaya atma cesaretiyle eşanlamlı bir yücelik taşıyarak bu çekiciliği destekler. Bu cesaret, kurulu düzenin dilini kırarak "kurtarıcı" olmaya kalkan ve bu yüzden lânetlenen şairin cesaretiyle ne yazık ki hiç bir ortaklık taşımaz. Dilin şaşırtmacalı kullanımlarına başvuranlar ("mest oldum"'a uyak yapsın diye uydurulan "jest oldum" nakaratını ezberleten; "seni başkasının kollarında gördüm, yıkıldım" sözlerini gözleri görmeyen şarkıcının ağzından dinleten; videokliplerde mutlaka zenci erkek ya da sarışın kadın dansçı bulunduran, vb.) bizim popüler imaj üreticileri söz konusu olduğu zaman, gösteri dünyasının profesyonel dilini iyi bilmeyen, bu yüzden de masumlukları hoş görülebilen insanlar olarak varlıklarını sürdürüyorlar. Oysa masumluk gerçekten de düş kurabilmeyi gerektirmez mi? Sanırım burada iki farklı tarafın; seyredilenin ve seyredenin aynı düşü yaşayamamasından kaynaklanan acıklı bir durum var. Seyredilenin acıklı durumu, paketleme kağıdından başka sunacak fazla bir şeye sahip olmamasından, seyredenin acıklı durumu ise düş kurduğunu, bunun için de masum olduğunu sanmasından ileri geliyor.

Düş Kurarken Masumsun
(Tom Waits; "Smoke" filminin final şarkısı).

Deliler boşalmış
Kurak arazilere çiğ düşüyor
beni kucaklayan kolları nerede hani?
hani o aşkını sunduğu kollar
hani o aşkını sunduğu kollar

Şu eski hüzün duygusu
tarlalar yumuşacık, yemyeşil
o anıları çalıyorum şimdi
Ama düş kurarken masumsun
düş kurarken
masumsun düş kurarken

Şeref sözü verdim
ayrılmayacaktık
sevgilime bir madalyon verdim
sonra da kalbini kırdım
sonra da kalbini kırdım

Şu eski hüzün duygusu
tarlalar yumuşacık, yemyeşil
o anıları çalıyorum şimdi
Ama düş kurarken masumsun
düş kurarken
masumsun düş kurarken

Mezarlığa koşuyorduk
gülüyorduk arkadaşlarımla ben,
yemin ettik hep beraber olacaktık
ölünceye dek
ölünceye dek

Şu eski hüzün duygusu
tarlalar yumuşacık, yemyeşil
o anıları çalıyorum şimdi
Ama düş kurarken masumsun
düş kurarken
masumsun düş kurarken

## KAYNAKÇA


OKTAY, Ahmet; ***Şair ile Kurtarıcı***, Korsan yay., 1992, İstanbul.

SÖZER, Önay, ***Estetiğin ABC'si***, Simavi yay., 1992, İstanbul.

WATTIMO, Gianni; ***The Transparent Society***, 1987, Unwin-Hyman, New York.

VIRILIO, Paul; ***Esthetics of Dissapearence***, 1990,

## VI. GÜNDELİK YAŞAM KÜLTÜRÜ ÜZERİNE ÇALIŞIRKEN:

### A. KÜLTÜREL MESAFE, ZEMİN, DOKU VE KAÇAK AVCILAR

Kültür ve iletişimle ilgili akademik çalışmaların toplumsal bilimlerin hemen her alanını kapsadığını, disiplinlerarası olmanın da ötesinde anti-disipliner bir tavır taşıdığını görüyoruz. Son yıllarda İngiltere ve Amerika'da "Kültürel Çalışmalar" adı verilen ve kültür ile ilgili "hemen her şeyi" içine alabilen bu çalışmalar, birden çok üniversite ve enstitüde toplanan ya da belli bir kuruma bağlı olmadan çalışan, farklı ulusal kökenlerden gelen akademisyenler tarafından süreli yayınlar ve derleme kitaplarda yayınlanıyor.

John Fiske'in "Kültürel Çalışmalar ve Gündelik Yaşam Kültürü" adlı çalışması, gündelik yaşamın kendisi kadar çok yönlü, çok renkli ve elle tutulması kadar elden kaçırılması da o denli kolay olan bu tarz kültür çalışmalarının bir örneği(*). Kültür ve gündelik yaşamı birbirinden ayrılamaz kavramlar olarak ortaya koyarken, Michel de Certeau, Foucault, Lefebvre, Bourdieu gibi kent toplumbilimcilerinin vurguladıkları bazı anahtar kavramlar üzerinde duruyor; "mesafe: distance", "zemin: habitus", "doku: texture", "kaçak avcı: poacher" gibi. Önce Fiske'in yazısını özetleyerek ve arada kendi değerlendirmelerimizi katarak işe başlayalım, sonra da Türk televizyonlarında yayınlanan ilginç bir reklamda bu kavramların nasıl yer aldığına bakalım.

Raymond Williams'ın *Keywords* (Anahtar Sözcükler) kitabından yararlananların bildiği gibi; bir sözcüğün "anahtar" olarak görülmesi, ortada o sözcüğün de yer aldığı bir sorunun

---

(*) John Fiske, "Cultural Studies and the Culture of Everyday Life," *Cultural Studies*, ed. Lawrence Grossberg, et.al., Routledge:New York and London, 1992, ss.154-173.)

varlığına işaret eder. Bir sözcüğün anahtar nitelemesini kazanması da bu sorunun ancak bu sözcük aracılığıyla çözümlenebileceğini gösterir. Bir anahtar sözcüğün belli bir sorunun çözümünde özel olarak kullanılması, sözcüğe o kullanım anı ve alanı için geçerli olan belli anlamlar yükler ki, bu anlamlar, sözcüğün tüm kullanımları için geçerli değildir. Bu durum, sözcüklerin "doğal anlamları" gibi bir anlayışın olanaksızlığını ve bize "en doğal" gelen sözcük kullanımlarının aslında en alışkın olduğumuz, en sık karşılaştığımız kullanımlar olduğunu anımsatır. Aslında bu yazımızın amacı sözcüklerin kökeni ve kullanımları üzerinde durmak değil, gerçi bunu yapmak ilginç olurdu ama böylesi zevkli bir konuyu dil oyunları ustası Wittgenstein'le birlikte, bir başka yazıda etraflıca ele almak gerekir. Gündelik yaşam ile ilgilenmek de, tıpkı sözcüklerin kullanımlarında olduğu gibi alışkanlıkların sürekli sorgulanmasını gerektiriyor. Alışık olduğumuz için bize doğal gelen yaşantılarımızın ne denli yapay, ve bu nedenle de değişime açık olduğunu görmek, gündelik yaşamlarımızın "anahtarı üstünde" sorunlarının çözümleri için ışık tutabilir.

B. MESAFE

Yüksek ve düşük kültür karşılaştırmasında John Fiske, "mesafe" kavramının iki açıdan ele alınmasını önerir:

1. Toplumsal olarak avantajlı ve egemen olan kültürel düzey için bu mesafe, sanat nesnesi ve okuyucu/izleyici arasındaki uzaklık biçimindedir. Böylesi bir uzaklık, evrensel olduğu iddia edilen yüce değerler ve estetik duyarlılık adına sanat eserini özel bir korumaya alır. Sanat nesnesi özgün olduğu sürece kutsaldır ve saygıyla korunmayı hak eder.

2. Mesafe sanat eseri ve gündelik yaşam arasında da bir farklılık yaratma işlevi üstlenir. Estetik kuramların bazı uç örnekleri kendilerini evrensel olarak görür ve tarihsel koşullarından ayrı tutar. Tarihsel olandan bu uzaklık, bedensel duygulanımlardan da uzak durmak demektir çünkü bedenlerimizi tarihsel ve toplumsal konumumuzun özelliklerinden ayırmak ola-

naksızdır. Böylece toplumsal ve tarihsel koşulların sıradanlığı bir tarafa bırakılır ve *bedenin* duygusal, ucuz, kolay zevkleri ile *aklın* incelikli, estetik zevkleri bir araya gelemeyecek biçimde ayrılır.

İmgelerin gücü üzerine yazan sanat eleştirmeni Freedberg de sanat eseri karşısında izleyicinin bastırılmış, özgürce yanıt veremeyecek kadar şartlandırılmış olduğunu tarihsel ve kuramsal örneklerle verir (Freedberg, 1989). Ona göre de bedenin yanıtları "aşağı" düzey olarak görülür ve aşağı/düşük yapıtların aşağı/düşük yanıtlara yol açtığı öne sürülür. Freedberg sanat eserlerinin imge/görüntü özellikleri üzerinde durur ve görüntülerin akıldan çok bedeni (göz aracılığıyla) doğrudan etkilediğine inanıldığı için tarih boyunca (*ikonoclasm*'da doruğa çıktığı gibi) ürkütücü bulunduğunu söyler. Üstelik hiç şaşırtıcı olmayan bir saptama ile akıl ve bedenin birbirinden ve sanat eserinin de bedenden uzak tutulmasında her zaman egemen politik kararların geçerli olduğundan söz eder.

Fiske de Bakhtin ve Bourdieu'den yola çıkarak estetik ve toplumsal ayrımının, maddesel zorunlulukların sıkıntısıyla başa çıkabilen elit kesimin yaşantısına ait olduğuna değinir. Elit kesim, maddesel koşulların değil, bunları aşkmlayanların değerli olduğunu savunur. Demek ki, kültürlerini gündelik yaşamın toplumsal ve ekonomik koşullarından ayırabilenler ile ayıramayanlar arasında eleştirel ve estetik bir mesafe söz konusudur. Gündelik yaşam kültürünün kendisinde ise mesafelendirme yoktur. Halkın kültürü, sanat ve yaşam arasında kategorize edilmiş sınırları reddeder. Popüler sanat gündelik yaşamın bir parçasıdır, ondan uzak duramaz. Gündelik yaşam kültürü ancak içinde anlık olarak yer aldığı tarihsel ve toplumsal düzenlenişin sınırlarıyla belirlenebilir.

Toplumsal deneyimin/kültürün maddesel olması kaçınılmazdır; burada mesafe erişilemeyen bir lükstür. Gündelik yaşam kültürü tıpkı yoksulluk gibi, içindeki koşullarla bağlantılı somut bir şeydir. Bourdieu, sanat ve kültür tüketiminin bilinçli ve kasıtlı olsun, olmasın, toplumsal farklılıkların meşrulaştırıl-

masında toplumsal bir işlev üstlendiğini söyleyerek "kültürün kutsanmış alanını belirleyen düşük, bayağı, vulgar, ucuz, aşağılık -yani doğal- eğlencenin inkarı, kesinlikle zındıklara kapalı olan yüce, rafine, çıkarsız, nedensiz, seçkin zevklerle tatmin olan yüksektekilerin onaylanmasını gerektirir" der (Bourdieu, 1989:7).

## C. ZEMİN

İçinde yaşadığımız toplumsal çevrenin "yerleşim yeri + yerleşen + alışkanlıklar + yerleşme sürecinin" toplamı olarak kullanılan Bourdieu'nun "habitus" kavramını zemin sözcüğü ile karşılamaya çalışacağız. Toplumsal çevre, toplumsal alan içindeki konum ile içinde yaşayan toplumsal varlıkların yaşantılarını anlatır. Toplumsal alan, ekonomik sermaye, kültürel sermaye, eğitim, sınıf ve tarihsel yörüngeler tarafından belirlenen bir toplumsal düzen haritası verir. Bu harita, maddesel, sembolik ve tarihsel olan karşılıklı güçlerin birbirinin içine geçtiği yollardır ve kolaylıkla ayrılabilir kategoriler değildir. Toplumsal ve tarihsel yörüngedeki konum, toplumsal kimlik, düşünce, zevk ve eğilim alışkanlıklarıyla oluşur. Yerleşiklik hali, turistik gezilerden, yabancılardan kendini ayrı tutar.

Bourdieu zeminin bir yaşam biçimine nasıl dönüştüğünü şematik olarak gösterirken var olma koşullarının belirlenmesi gerektiğine dikkat çeker (Bourdieu, 1989:170-172). Nesnel olarak sınıflandırılabilir varlık koşulları ve bu koşulların yapısal konumu, yapılandırılmış bir zeminin oluşmasına yol açar. Yapılandırılmış zeminden, iki sistem doğar; birincisi, sınıflandırılabilir uygulamalar ve çalışmaları genelleyen şemaların sistemi, ikincisi algılama ve onaylama yani zevk şemalarının sistemi. Buradan belli uygulama ve çalışmaları sınıflandırma olanağı sağlanır ve yaşam biçimine varılır. Yaşam biçimi; "zevkler" gibi ayırt edilebilir göstergelerin, uygulamaların sınıflandırıldığı bir sistemdir.

Lefebvre ise toplumsal alanların üç boyutundan söz eder; deneyim, algılama ve imgeleme boyutlarıdır bunlar (aktaran Harvey, 1992:201-203). Toplumsal alanın/zeminin mesafelendirilmesinde, kullanılmasında ve üretilmesinde bu üç boyutun ayrı ayrı ele a-

lınması gerekir. Zeminin sınıflandırmaya konu olduğu zaman mesafelendirildiğini, bu mesafelendirilmiş zeminin oluşturulmasında ve yaşamasında maddesel koşulların bir takım kodlarla belirlenmiş algılamalar ve imgelemeler ile karşılaştığını görmekteyiz.

D. DOKU

"Texture" karşılığı olarak kullandığımız doku sözcüğü, canlı, yoğun, ayrıntılı bir biçimde örülmüş anlatımlar, ilişkiler, deneyimler ve nesneleri kapsar. Dokunun bir kimliğinden söz edebilmek için ayrıntılar önemlidir. Fiske görgül araştırmalardan örnekler vererek apartman yaşantısındaki dokuyu inceler. Apartman yaşamının yoğunluğunun getirdiği sınırlı koşullar vardır ama yine de popüler yaratıcılık ile bir apartman dairesi dokunmuş bir kültüre dönüşebilir. Ekonomik olarak orta sınıf gelirine sahip insanlar, ev içi yaşamlarını katlanılabilir bir hale dönüştürmek için hiç bir boş yer bırakmamacasına her yeri süslemelerle donatırlar.

Televizyon da bu dokunun yoğunluğunu arttırmak, zenginleştirmek üzere kullanılır. Sürekli açık olan televizyon, apartman yaşamına renk, ses ve hareket getirir. Gündelik kültürü hem yoğunlaştırmak hem de ondan kaçış olanağı veren televizyon, evdeki insanların tümünü kapsadığı gibi özel bir alan oluşturulmasına da izin verir. Artık herkes biliyor ki, televizyon programları varolan yaşamı yeniden üretip sunarak dışarıdaki yaşamın evin içinde de sürmesine neden olmaktadır.

Popüler kültürün getirdiği sınırlı yaşantıların, insanların yaratıcılıklarını dokuyu oluştururken nasıl canlandırdığını görgül araştırmalardan destek alarak anlatan Fiske'in saptamalarına katılmamak olası değil ama bu görünüm bizi, daha yaratıcı oldukları için sınırlı olanaklarla yaşayanların daha mutlu oldukları yolunda bir iyimserliğe götüremiyor.

1988 ve 1990 yıllarında Leal ve Oliver, Brezilyalı köylülerin kente yerleşen ilk kuşağının ev yaşamlarını incelemişler (aktaran Fiske, 1992: 156-157). Orta sınıf Türk insanının yaşantısına neredeyse tıpatıp benzeyen bir çevre aktarılıyor bu araştırmada:

Brezilyalı aileler yaşadıkları toplumsal çevrenin çok sıkı örülmüş bir sembolik dokusunu evde kurmuşlar. Televizyon setinin çevresine yerleştirilen nesneler baktığımız zaman; plastik çiçekler, dinsel bir resim, altın taklidi bir vazo, aile fotoğrafları, kırık bir cam parçası, bozuk bir radyo görürüz.

Kent ve kır çelişkisi ev içi dokusunda kendisini gösterir. Kentin inceliğine, gelecek ve bilime verilen önemin karşısında (ve yanı başında) kırsal köylülük, geçmişe ve büyüye verilen önem yer alır. Köyden gelenlerin daha çok kentin varoşlarına yani fiziksel olarak kır/kent sınır çizgisine yerleşmeleri de bu çelişkili birlikteliğin zeminidir.

Televizyon setinin üzerinde ailenin ölmüş ya da orada kentlilerle birlikte bulunmayan üyelerinin büyük fotoğrafları bulunur. Bunların çerçevelerine kente göç etmiş olanların vesikalık fotoğrafları sıkıştırılmıştır. Vesikalık fotoğraflar aile bağlarının işareti olmanın ötesinde modern kent yaşamının da göstergesi olmaktadır. Aile bağlarını koparan toplumsal sistem, fotoğraf çerçevelerindeki sembolik sistemde yeniden üretilmektedir.

Plastik çiçekler doğal çiçeklerden daha çok tercih edilir; çünkü kentli, işlenmiş, yeni olan demektir; çünkü para ile elde edilmektedir. Kente taşınarak bulmayı umut ettikleri daha iyi yaşamı simgeler plastik çiçekler. Doğal çiçekler ise geride bıraktıkları yoksunluklar diyarına aittir.

Televizyon seti ve çevresi modernite *ethos*unu da kapsayan sembolik bir sistem; kent ve endüstrinin önemine odaklanan daha geniş bir sembolik evrenin bir parçasıdır. Kentin, daha doğrusu kapitalist ilişkilerin güç alanını "fethetmeye" çalışan bir anlamlar sistemidir bu düzenleme. Kentin kültürel alanını kırsal alandan farklı olan yanlarını vurgulamaya çalışır. Aslında kırsal alan bu kişilere son derece yakındır; bunun için de içinde bulundukları grubun paylaştığı toplumsal saygınlık göstergeleri olan işaretleri kullanarak uzaklığı belirtmeye çalışırlar. Gündelik yaşam kültürü bu haliyle yaratıcılık ile sınırlılığın çelişkili bir bileşimidir, yaşanan gündeki çelişkilerin bir yansımasıdır. Sınırlılıklar öncelikle ekonomiktir. Plastik çiçeklerin çekiciliği

de işte üretimin gizemliliğinden kaynaklanır. Modernitenin, sembolik anlamların bir sentezi olduğu için, parayı bir gösterimleme nesnesi haline dönüştürdüğü için fetiştir de. Dönüştürülmüş para, "onlarınki"ni "benimki" haline getirir. Ev içinde üretilemeyeceği, satın alınması gerektiği için, dışarıdan içeriye "toplumsal meşruiyet, saygınlık ve güç" getirir. Bunlar kazanılması için çaba sarfedilmesi gereken şeylerdir.

Orta sınıf evi ne denli çok eşya ile doldurulursa sınırlı yaşamlara getirdiği deneyim çeşitliliği yani fiziksel ve toplumsal alandaki hareketlilik o denli artar. Bunlar kendi sınırlılıkları ile başa çıkma yollarıdır. Deneyim çeşitliliği ve zenginliği umudu için duyulan arzu da kapitalizmin ürünüdür ve sistemi yeniden oluşturmak için kullanılır. Ancak bu çeşitliliği, zenginliği ve yoğunluğu üretmek de aslında popüler yaratıcılık çalışmasıdır; insanların ellerinde olanlarla bir şeyler yapabilme sanatlarıdır.

## E. KAÇAK AVCI

Kırsal kesimin folk kültüründe, çağdaş kapitalizmin kentsel popüler kültüründen izler görülmektedir. Kırsal, folk kültürü nostaljik, romantik bir kültür olmaktan çok yoksulluk, baskı ve kölelik kültürüdür. Sınırlı olanaklarla bir şeyler yapmasını bilmeden kırda yaşanamaz zaten. Kırsal kapitalizm ve feodalizmin doğasında toprağın sahibi seçkin sınıftır ve popüler uygulamalar de Certeau'nun metaforik olarak kullandığı gibi "kaçak avcılıkla" kaynaklara ulaşılmasını gerektirir (aktaran Fiske, s.158). Sınırlılık ve yaratıcılık çelişkisi eskiden de var olduğu için yeni kent yaşamına kolaylıkla uyarlanır. Köle ve serf temeline dayalı kırsal kapitalizm ile endüstriyel kent yaşamı aslında "kaçak avcılık" bakımından hiç de farklı değildir.

Disiplin dışı gündelik uygulamaların her zaman kendi yaşam alanlarını oluşturduğunu ve oluşturmayı sürdüreceğini vurgularken de Certeau gözlemci düzenlemelerden uzak "mikrobik" ayrıntıların gerçek alternatifleri içerdiğini anımsatır (de Certeau, 1993:156-157).

Fiske'in aktardığı görgül araştırmalarda yeni kentlilerin sınırlılık-yaratıcılık göstergeleri olarak evlerinin arka bahçelerinde yetiştirdikleri yeşillikler, yemeklerine kattıkları ev yapımı soslar vardır. Bizim toplumumuzda da, yeşillik yetiştirecek alan bulunamazsa saksılarda yetiştirilen süs biberleri, ıtırlar, naneler; annelerimizin turşuları, reçelleri, tarhanaları; dahası dantelleri, örtüleri gibi uzayıp giden sınırlı-yaratıcılık örneklerimiz ev ekonomisine katkının yanı sıra mekanı fethetmeye yönelik uğraşlar.

Görülüyor ki popüler yaratıcılık, sanatsal yaratıcılık için soyut yeteneklere gerek duyan kentsoylu alışkanlıklarından çok farklı, çok somut bir toplumsal bağlam içinde. Uygulamadaki yaratıcılık, ufak tefek işlerle ilgili gündelik nesneler üreten bir yaratıcılıktır. Böylesi ayrıntılarla oluşturulan kültürlerin saptanması, gündelik uygulamaların dışında olan araştırmacı için her zaman sorundur. Uygulamaların içinde olanlar her şeyin dile dökülemeyeceğine inanırlar.

## F. SÖZLE ANLATILAMAYANLAR

Dile getirilemeyenin kutsallığı, nesnel bir söylem içinde dile getirilemeyen şeylerin kutsal olduğuna inanılması, insanın deneyimi ile kendisi arasına gizemli bir mesafe koymasından kaynaklanır. "sözcüklerle anlatılacak gibi değil; bizim içimizden biri olsaydınız anlayabilirdiniz..." Deneyim, dile getirilemeyen bir söylem içinde kullanılarak kutsallaştırılır. Bu deneyim bir televizyon dizisi de olabilir; "şimdi sana nasıl anlatayım, bir görseydin anlardın..."

Yaşam deneyimlerimiz üzerine konuşmanın zorluğu, uygulamanın ancak belli bir alan içinde gerçekleştirildiği zaman anlam kazanmasına bağlanır. Bu ne demektir, şu örnekleri düşünelim; formel eğitim kurumlarında hiç bir eğitim görmemiş olan sokak satıcılarının, ev hanımlarının çarşıda, pazarda hesap-kitap işlerinde şaşırtıcı ölçüde usta olmaları, 5 yaşındaki ciklet satıcısı çocukların günlük hasılatı eksiksiz toparlamaları, matematik okumadıkları halde sayıların işlevini yalnızca içinde bulundukları yer ve zamana bağlı olarak kullanmalarıdır. Bu in-

sanlar hesaplarını kağıt üzerinde göstermeleri istendiğinde başarılı olamazlar. Yaşanan pratiğin gereklerine uygun olarak ve yalnızca bu pratiğin toplumsal alanı içinde kalmak koşuluyla sayılarla "doğru" bir ilişki içindedirler. Ya da, geleneksel yöntemlerle hiç şaşırmadan en karmaşık yemekleri yapan bir ev kadınının yemeği nasıl yaptığını anlatması istendiğinde, sözle ifade etme yerine "işte gördüğünüz gibi..." diyerek, en fazla göstererek yaptığı işlemi yinelemesi olasıdır. Pratik ve söylem arasında, bilinçli yorumlama yeteneğinin gelişimi açısından önemli bir fark vardır. Söylem, yinelenebilir, aktarılabilir ve bilinçli olarak geliştirilmiştir. Yaşanmış deneyimlerden yararlansa da geleceğe dönük yanı ağır basan, dışa vurulan bir yaşam biçimidir. Oysa pratik belli bir yer ve zamana bağlı olarak yaşanan ve aktarılması ancak belli bir söyleme (yani kendisi dışındaki bir dışavuruma) bağlı olabilen bir eylem biçimidir.

Son haftalarda (Haziran 1995) televizyonda, ilkokul çağında ama okullu olmayan, sevimli bir çocuğun büyük kent sokaklarındaki "kaçak avcı"lık deneyimi ve bu zemin içinde yer alan büyük bir banka ve büyük iş adamları ile ilişkisini öyküleyen bir banka reklamı yayınlanıyor. Bankanın adını burada vermeyeceğim ama siz hemen anımsayacaksınız; bu banka "iş"lerin nasıl yapılacağını gayet iyi bilir; ona göre "iyi hizmet çok müşteri" ve "çok müşteri daha iyi hizmet" demektir. Sokaktaki kaçak avcı çocuk, gündelik yaşamımızda, otobüs duraklarında, kalabalık orta sınıf çarşılarında görmeye alışık olduğumuz bir su satıcısıdır. Televizyon reklamında su satıcılığı gerçekten de çok cazip bir iş olarak gösterilir; üstelik büyük kentlerdeki su sorununun artık her kesimden insanı açıkça etkilediği günümüzde...Küçük avcı, cılız ve sevimli sesiyle "soğuk suuu..." diye bağırırken yanına gelen temiz giyimli iş adamları nedense büfelerden kapalı kutu kolalar almak yerine, bardak bardak "buz gibi soğuk suyu" yeğlerler. Çocuk bu iltifatın farkında olduğu için minnetle suyunu içen herkese teşekkür eder. Müşteriye teşekkür etmek, kısmeti arttırır kuşkusuz. Çocuk satıcıdan duyduğumuz yalnızca "buz gibi soğuk su" ve "teşekkürler" sözleridir. Siyah-beyaz dramatizasyonun üzerine konu-

şan profesyonel anlatıcı, bankacılıkta iyi hizmetin iş alanını nasıl da genişlettiğini anlatırken, ekranda satıcı çocuğun güneş şemsiyesi ve iskemlelerle sermayesini kalıcı hale dönüştürdüğünü, işini gerçekten de büyüttüğünü görürüz. İşte başarı denen şey pazar ekonomisinde sözlerle anlatılamayan kutsal pratiklerdir.

Reklamlar gerçekleri yansıtmazlar, bunu hepimiz biliriz, yansıtmaları da beklenmez zaten, üstelik böyle bir savunuları da yoktur reklam yapanlara sorarsanız. Bizim amacımız da reklam vereni ya da reklamcıyı "neden çocukları kullanıyorsunuz?" "büyük iş adamlarının sokak satıcısından su içtikleri nerede görülmüş?" "su satarak, müşteriye iyi hizmet ederek zengin olan var mı?" "üstelik varsa da, su satıcısı çocukların bankaya para yatırdıkları nerede görülmüş?" gibi kötü niyetli sorularla köşeye sıkıştırmak değil. Yalnızca yukarıda akademik kavramlaştırmalarını verdiğimiz anahtar sözcüklerimizin gündelik yaşamımızdaki bir örneğini ele almak istedik.

*Kültürel mesafe'* ye bir bakalım; reklam veren: banka, reklam filminin kahramanı: su satıcısı çocuk. Reklamın hedef kitlesi mevduat sahipleri (ama herhalde içlerinde su satıcıları yok!) özellikle de "yükselen değerler" akımına umut bağlayanlar. Reklam filminde olduğu gibi su satıcıları, bankaların bulunduğu büyük kent kaldırımlarında su satabilirler, yani aynı fiziksel mekan içinde bulunabilirler. *Zemin* ve *doku* sözcükleriyle düşünelim; büyük kent habitat'ı farklı toplumsal kesimlerden gelen insanların bir arada yaşamasına olanak verir. Su satıcılarının yanından, filmde gördüğümüz iyi giyimli ama sıcaktan bunalmış iş adamları geçebilir ancak su ve sağlık ilişkilerinin gündemde olduğu büyük kentlerde her ne olursa olsun, su satıcılarının müşterileri yine bu satıcılarla benzer yaşam koşullarına sahip, sağlığına önem vermek gibi bir lüksü olmayan dar gelirli vatandaşlardır. Bu vatandaşların müşterilik özellikleri ile banka müşterileri arasında gözle görülür (ve sözcüklerle de anlatılabilir) farklar vardır. Susamak, su içmek gibi bir "bedensel" gereksinim ile para biriktirme, banka tasarrufu, iyi hizmet gibi "akıl" gereksinimleri arasında gerçekten de bir kültürel mesafe vardır. Reklam ve filmin görüntüleri üzerine konuşan anlatıcının söy-

lemi, seslendiği kitleye bu mesafenin ortadan kalktığı bir banka hizmetini müjdeliyor. Su satıcısı, kentin yükselen değerleriyle dolu kaldırımlarında yasal olmayan bir "işportacılık" işi yaparken bile müşterilerine iyi davranıp onların takdir dolu baş okşamalarını kazansa da *kaçak avcı* olmaktan kurtulamayacaktır.

## KAYNAKÇA


BOURDIEU, Pierre , ***Distinction: A Social Critique of Judgement of Taste***, Fransızca'dan İngilizce'ye çev. Richard Nice, Routledge: London, 1989.

de CERTEAU, Michel, "Walking in the City," ***The Cultural Studies Reader***, ed. Simon During, Routledge: London, 1993, ss. 151-160.

FISKE, John, "Cultural Studies and the Culture of Everyday Life," ***Cultural Studies***, ed. Lawrence Grossberg, et.al., Routledge: New York and London, 1992, ss. 154-173.

FREEDBERG, David, ***The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response***, The University of Chicago Press: Chicago and London, 1989.

HARVEY, David, ***The Condition of Postmodernity***, Blackwell: Cambridge, 1992.

WILLIAMS, Raymond, ***Keywords***, Fontana:London, 1983.

## SONUÇ YERİNE: İMGELERİN MELEZLİĞİ

II. Dünya Savaşında Müttefik Kuvvetlerin askeri birlikleri, Hitler'in düşüşü kesinleşince, kısa bir süre önce sevgi konvoylarında başların üstünde taşınan gamalı haçlı bayrakları ve Hitler'in portresini yere atıp üstünden geçiyorlardı. Swastika, Alman ırkının sonsuz üstünlüğünü damgalamak üzere doğanın bilinen en eski doğum-ölüm döngüselliği simgelerinden biri olarak seçilmişti. Tabiatın döngüselliğini simgelemesi eski Pagan dinlerinden bu yana ayakta kalmasını sağlamış; Romalıların isyankar barbarları kamusal alanlarda ibretlik olarak sergiledikleri en uygun zemin olagelmişti. Spartaküs'ün ve adı bugünlere kalmayan nice düzen karşıtının ve dahası Jesus Christ'ın gövdeyi tüm açıklığıyla sergileme olanağı veren birbirine çatılmış iki ağaç parçası üzerinde çarmıha gerilmelerindeki ikonik anlam; döngüselliğin kutsallığı olan swastikanın Nazizmin kanlı üstünlüğünün simgesi olarak lanetlenmesini engelleyememişti.

Hitler'in "üstün Alman ırkı"nın yeryüzünde kapladığı heybeti gösterimleyecek büyük anıt-binalara olan düşkünlüğü ile yaptırdığı o görkemli Nuremberg binasının tarihteki yeri ise, Nazi yandaşlarının yargılandığı mahkemelerle anılmak olacaktı. Propaganda ve eğlence bakanı Dr. Goebbels üstün Alman mitinin yaratılmasına Hollywood'un sansürcü Hays kodları döneminde uyanık Busby Berkeley müzikallerini süsleyen Freudian cinsel objeleri vatanperver Alman müzikallerine uyarlatarak katkıda bulunuyordu. "Zehiri şarapla sunmak" akılılığıyla halkı eğlendirerek gündelik sorunlarından uzaklaştırmak, felsefe doktoru Goebbels'in düsturuydu. Hitler'in elindeki söylevlere ideal Alman tipinin güçlü, akıllı, sarışın Ari erkekleri ile sevecen, saf, sarışın Ari kadınları olduğunu yazarken kendisi her sahnesi bir ömre bedel zevk filmlerinin başrol oyuncularından tipik Slav esmer Leda Barova'ya kara sevdayla tutulmuştu. Parti tarafından engellenmeselerdi iki aşık, şeytansı ve meleksi olarak sürgünde mutlu ve uzun yaşayacaklardı. Oysa Goebbels'in

ideal evlilik imajını süsleyen sarışın çocuklarını ve karısını zehirleyerek gururlu bir savaş mağlubu olarak ölümü kendi eliyle gerçekleştirmesinin acı görüntüleri bugün belgesel televizyon filmlerinde çağımızın Diyonizyak liderlerinden birinin mutsuz sonunu simgelemektedir.

Sarışın ya da esmer olmak cazibe seçenekleri olmanın yanı sıra ırksal damgalanmalar için doğal bir neden gibidir. İskandinav ülkelerinde ya da şu tuhaf Britanya adalarında esmerlik "Latin look" canlılığıyla güneşe çağrının ta kendisiyken, başka coğrafyalarda "kara kafa" sövgülerine isyan ettirir. Bazen de kademeli saldırılara maruz kalırız; Hispaniklere pek iyi gözle bakılmayan Kuzey Amerika'nın küresel ittifakı içinde ulusal kimliğimiz övgüyle karşılanırken bu kez de, Manhattan'ın sayılar ve harflerle çaprazlanmış ortak alanlarında gökdelenlere ancak kaldırım boyu yaklaşabilen "yellow cap" (taksi) sürücüsü Pakistanlılar'ın kardeşçe muhabbetlerinde İslamın şartları hususunda sorguya çekiliriz. Kaçınılmaz melezliğimizi ağartma çabalarının ırkçı söylemlerin elindeki kuru kafanın Hamlet'sizliğini gösterdiğini de pekala biliriz.

İmge ile simge arasındaki farkların örneklerini çoğaltacağız ancak örnekleri okumalarımızda yardımcılara başvurduğumuzda görüyoruz ki; görüntünün anlamı bakan gözün anlamlandırmasına bağlıdır. Eski ustaların dediği gibi "zaman, zemin ve hareketten bağımsız anlam yoktur" ve de "güzellik bakanın gözlerindedir". Bu ikincisi bana sanki hep biraz Eflatunvari aşkların tesellisi gibi görünse de Karacaoğlan desteğiyle açık yürekliliğe kavuşuyor; "ben güzele güzel demem, güzel benim olmayınca". İmge bir temsil görevi üstleniyorsa ve temsil ettiği ile benzerlik içeriyorsa (fotoğraf, resim, heykel, vb.) ikonik bir gösterge olarak karşımızda dururken; simge temsil ettiği ile doğası gereği hiç bir benzerlik taşımadan "gösterilen"in yerine durmaktadır. Haç inananlar için kutsal, antropologlar için ortak anlamları çözümledikleri materyal, efsane otoritesi yaratmaya çalışanlar için bayrak olurken gelecekteki kullanımları için bir son sınırı koymak da mümkün görünmemektedir. Göstergenin maddi boyutu olan gösterenin, kavramsal boyut olan gösterilen

ile ilişkisini çözümlemeden etkili mesaj vermek ya da almak olanaksızdır. Bu ilişkiyi önemsemeyen "kreatif"lerimiz ister reklam, ister videoklip ister sinema için çalışsınlar, görüntüleri "işte size çarpıcı imgeler" diyerek artarda dizdikleri zaman "bu ne saçmalık" dedirtmekten ve çoğu zaman sırf böyle söylememize yetecek süre kadar dikkatleri çekmekten öteye gidemeyeceklerdir. Çevredeki onlarca medyatör yetiştirme dershanesinde maalesef etkili imaj kullanımı denilince, pazar ekonomisi ya; en çığırtkan karpuz satıcısı olmanın kolay yolları anlaşılıyor.

Görüntülerin simgeleştirilmesinde oysa kolay anlaşılabilirliği vuruculuktan yoksun bırakmayan bir incelik vardır. Eisenstein'ın October (Ekim) filmini seyredenler anımsayacaklardır. Ekim Devriminin onuncu yıl kutlamaları adına çevrilmiş olan filmin giriş sekanslarında, son Çar'ın devasa heykelleri yoldaşlar tarafından büyük bir coşkuyla parçalanıp yere indirilmektedir. Cadı yakma töreni gibi bir olaydır bu. Hani cadı olduğuna inanılan beden -mutlaka seyirlik bir ölüm şöleni formunda- yakılınca o bedenin taşıdığı, aracı olduğu tüm kötülüklerin engellendiği sanılır ya, heykel, fotoğraf, resim, vb. ikonik nesnelere karşı takınılan tavır da temsil edilenin aslı ile kurulmaya çalışılan bir iletişim daha doğrusu hakimiyet girişimidir. Kişi, nesne, olay ya da olguları etkileme isteği içindeki insanların ellerinde somut olarak bulunan ve temsil gücü yüksek nesnelere, imgelere karşı tavırları, bu nesnelerin temsil ettikleri gerçekliklere olan düşsel/fantazmatik tavırlarıdır.

Krallar, imparatorlar ve diktatörler dolaşımdaki imge ve simgeleriyle, egemenliklerini kanıtlıyorlardı (geçmiş zaman kipi kullandığıma pek aldırmayın). Bizans imparatorunun imgeleri, dolaştığı kent ve köylere imparatoru götürürdü; imparator, imgesiyle orada varolurdu. İmparatorun imgesine zarar vermek ise ölümlerden ölüm beğenmek demekti.

Devasa büyüklükteki Saddam portreleri ülkeyi kaplarken, Körfez Savaşı yıkıntılarının sorumlusu Batılıların simgesi olan Bush'un son derece sevimsiz (yana çarpılmış ağzının bir kenarından dişlerini gösterir biçimde) yüzünün suretini Bağdat'taki

El Reşit Oteli'nin kapısına, yere büyük boy karolarla döşetmişler. Irak'lılar bu yapıya girerken kapı önündeki Bush'un yüzünü ayaklar altında çiğneme sövgüsünü yaşıyorlarmış, gazetelerdeki fotoğraflarda açıkça görülüyor. Bu örnekler, imgelerle (resim, heykel, mimari tasarım, vb.) doğrudan yüz yüze, beden bedene ilişkiye geçenler için olduğu kadar, bu adeta "gözünü linç etme isteği bürümüş" insanları izleyenler için de son derece kışkırtıcı görünümler veriyor. Kitlesel sokak gösterilerinde çerçevelerle korunan fotoğraflar ya da yakılıp yıkılan nesneler kitlenin bir vücut olarak hangi şemsiye altında olduğunu olabildiğince açık belirtmeye yarar.

Söz konusu imgelerin temsil ettikleri gerçeklik ile doğrudan ya da dolaylı bir duyusal/düşünsel ilişkide bulunan insanlar, bu imgelerin yalnızca simgeledikleri ile değil, kendileri ile de fantazmatik bir ilişki içindedirler. Bu tür ilişkideki algılama biçimi, Xeuxis'in efsanevi resmindeki "çok canlı" üzümleri gerçek sanıp gagalamaya çalışan kuşun yanılgısından farklıdır. Kuş gördüğü üzümleri gerçek sanarak onlara gerçekten ulaşıp yiyebileceği yanılgısıyla bir "gagalama" eylemi içine girer. İnsanın kişi, nesne, olay ve olguları temsil etme, görüntüleyebilme yeteneği ise *imge* ile *gerçek* arasındaki farkı ayrımsayabilmesini sağlar. Verilebilecek en uç kara büyü örneklerinde bile büyücü ya da büyücüden medet uman kişi, etkilemek istediği -kişi, nesne, olay, olgu, vb.- şeylerin önünde duran nesnede "temsil edildiğinin" farkındadır. Nesnenin temsil etme yeteneğinden söz ederken aslında yalnızca görünebilir, elle tutulabilir görsel ve boyutlu nesnelerden söz etmiyoruz. Felsefi tartışmalar bir yana, imge görüntülü olabileceği gibi (resim, heykel, tasarım, optik yansıma, vb.) algısal, zihinsel ve sözel de olabilmektedir.

20. yüzyıl reklam ve propaganda uzmanları tarafından özel bir uğraşı alanı haline getirilmiş "imaj yaratma" çalışmalarının neredeyse tüm bir "sistem görünüşü yaratma" çabası olduğunu biliyoruz. Siyasal seçim kampanyalarında, pop starlarının pazara yeni çıkan ürünlerinin sunumlarında halk kitleleri kendilerine "yaratılmış", "oluşturulmuş" imajların sunulduğunun farkındadırlar. "İşe önce görünüşümü değiştirmekle başla-

dım...genç, dinamik bir imaj vermek istedik ve başardık...halk bu imajımı çok benimsedi, şimdi istesem de değiştiremiyorum..." benzeri itirafları herhangi bir magazin sayfasında bir pop yıldızcığının ağzından duymak olasıdır. Estetik cerrahisine, seçim kampanyalarında posterlere, bayraklara ayrılan bunca emek, para ve zaman kuşkusuz boşuna değil. Üstelik bir tür "göz boyama" diye eleştirilen bu uğraşların yalnızca 20. yüzyıla ait olmadığını ileri sürmek de sorunu hafifleten "bir evrensellik ve tarihsizlik" değildir kanımca. Avcılık ve savaş stratejilerinde anıt-yapılar (mezar, heykel, bina, vb.), haritalardaki merkez ve periferi düzenlemeleri, bayraklar, armalar, amuletler; dinsel inanışlarda putlar, tapınaklar, ikonalar, idoller hep göze seslenen "varlığını ve üstünlüğünü kanıtlama" göstergeleridir.

Aristo'nun "görmek inanmaktır" önermesini kural bilen *medyatörler* (ileti aktarımı işlevini yerine getirmeye çalışan her türlü aracı kişi; büyücüden din adamına, politikacıdan televizyon sunucusuna dek herkes birer *medyatördür*) bakan gözlerin, kendi sunduklarını, kendi istedikleri gibi görmelerini sağlamak için çalışırlar. Gören, gördüğünün bir şeylerin temsili olduğunu bilmekle birlikte "Evet, o olmadığını biliyorum ama yine de..." diyerek fetişini onaylıyor, yani sunulanı kabulleniyorsa "gösterme" işlemi başarıya ulaşmış sayılır.

## BİRİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI


ALİ, Sabahattin, ***Kürk Mantolu Madonna***, Bilgi yay. İstanbul: 1976.

ALTMAN, Charles F., "Psychoanalysis and Cinema: The Imaginary Discourse," ***Movies and Methods, Volume II***, ed. Bill Nichols, London: University of California Press, 1985, ss.517-531.

ANASTOS, Milton, ***Studies in Byzantine Intellectual History***, London: Variorum Reprints, 1979.

ARENDT, Hannah: ***The Human Condition***, The University of Chicago Press, Chicago/London, 1958.

BARKER, Ernest, ***Bizans Toplumsal ve Siyasal Düşüncüşü***, çev. Mete Tuncay, Ankara:Dost kitabevi yayınları, 1982.

BARTHES, Roland: "Rhetoric of the Image," ***Image, Music, Text***, derleyen ve İngilizce'ye çeviren Stephen Heath; Fontana, Glasgow, 1990, ss.32-51.

BARTHES, Roland: ***Mythologies***, İngilizceye çeviren: Annette Lavers, Paladin, Suffolk, 1976. Dilimize Çağdaş Söylenler adıyla Tahsin Yücel tarafından çevrildi; Metis yay. İstanbul, 1998.

BERMAN, Marshall, ***All That is Solid Melts Into Air***, London.New York:Verso, 1991. (Türkçesi: Katı Olan Her şey Buharlaşıyor, çev. Ümit Altuğ, Bülent Peker, İletişim yay. İstanbul, 1999).

BOURDIEU, Pierre, ***Distinction: A Social Critique of Judgement of Taste***, Fransızca'dan İngilizce'ye çev. Richard Nice, Routledge:London, 1989.

BRAUDEL, Fernand: ***Akdeniz: Mekan ve Tarih***, çev. Necati Erkurt; Metis yay. İstanbul, 1990.

BROWN, Bruce; ***Günlük Hayatın Eleştirisi***, çev. Yavuz Alogan; Ayrıntı yay. İstanbul, 1989.

CURTI, Lidia; "What is Real and What is Not: Female Fabulations in Cultural Analysis", ***Cultural Studies***, der. Lawrence Grossberg, Cary Nelson, Paula Treichler, NY,London:Routledge) 1992, ss.134-153.

de BEAUVOIR, Simone; ***The Second Sex***, İngilizceye çeviren H. M. Parsley, (Londra:Picador Classics), 1988.

de CERTEAU, Michel de, "What We Do When We Believe," ***On Signs***, ed. Marshall Blonsky, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 1991. ss.192-202.

de CERTEAU, Michel; "Walking in the City," ***The Cultural Studies Reader***, ed. Simon During; Routledge, London, 1993, ss. 151-160.

ECO, Umberto; ***Günlük Yaşamdan Sanata***, çev. Kemal Atakay; Adam yay. İstanbul, 1991.

ERKMAN, Fatma; ***Göstergebilime Giriş***, Alan yayınları, İstanbul, 1987.

EWEN, Stuart, ***All Consuming Images:The Politics of Style In Contemporary Culture***, Basic Books, 1988.

EWEN, Stuart, ***Captains of Consciousness***, New York:McGraw-Hill, 1977.

FISKE, John, "Cultural Studies and the Culture of Everyday Life," ***Cultural Studies***, ed. Lawrence Grossberg, et.al., Routledge:New York and London, 1992, ss.154-173.

FOUCAULT, Michel, ***Kelimeler ve Şeyler***, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İstanbul: İmge yay., 1994.

FOUCAULT, Michel; "Space, Power and Knowledge," ***The Cultural Studies Reader***, ed. Simon During; Routledge, Londra, 1993 ss.161-169.

FREEDBERG, David, ***The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response***, The University of Chicago Press: Chicago and London, 1989.

GIDDENS, Anthony; "Social Interaction and Everyday Life," ***Sociology***, Polity Press, Cambridge, 1992, ss.89-116.

GOMBRICH, E.H. ***Sanatın Öyküsü***, çev. Bedrettin Cömert; Remzi yay. İstanbul, 1986.

GÜN, Güneli, ***Bağdat Yollarında; Sihirli Serüvenlerin Romanı***, çev. Yurdanur Salman, İstanbul: Simavi Yayınları, 1993.

HABERMAS, Jurgen; "Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü," çev. Tanıl Bora; ***Defter***, sayı:16, Bahar 1990, Metis yay. İstanbul, ss.53-63. (Kitap olarak Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, çev. Tanıl Bora, Mithat Sencer, İletişim Yay. İstanbul, 1997.

HALL, Stuart; "Encoding/Decoding," ***Culture, Media, Language***, ed. S.Hall, D.Hobson, A.Lowe, P.Willis; Centre for Contemporary Cultural Studies, London, 1990, ss.128-138.

HARVEY, David, ***The Condition of Postmodernity***, Blackwell: Cambridge, 1992.

HARVEY, David; "The Experience of Space and Time," ***The Condition of Postmodernity***, Blackwell, Cambridge, 1992.

HOBSON, Dorothy; "Housewives and the Mass Media," ***Culture, Media, Language,*** der. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe ve Paul Willis, (Londra:Unwin Hyman Centre for Contemporary Studies, University of Birmingham), 1990, ss.105-114.

KAPLAN, E.Ann; "Feminist Criticism and Television," ***Channels of Discourse***, der. Robert Allen, (Chapel Hill ve Londra: University of North Carolina Press), 1987, ss.211-254.

KOESTLER, Arthur, "Yaratma Edimi:İmge," çev. Sertaç Ergin, ***Kuram***, Kitap 1, Ocak 1993, ss.47-53.

KUNDERA, Milan, ***Ölümsüzlük***, çev.İsmail Yerguz,: İstanbul: Afa yayınları, 1990.

KURAN, Necdet, "Karşılaştırmalı Yazınbilim'den İmgebilim'e," ***Kuram***, Kitap 1, Ocak 1993, ss.77-82.

LACAN, Jacques, "Sign, Symbol, Imaginary," ***On Signs***, ed. Marshall Blonsky, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 1991. ss. 202-209.

LUNAÇARSKI, A.V.; ***Sanat ve Edebiyat Üzerine***, çev. K. Kavala; Adam yay. İstanbul, 1982.

LYNTON, Norbert; ***Modern Sanatın Öyküsü***, çev. Cevat Çapan, Sadi Öziş; Remzi yay. 1982.

MITCHELL, W.S.T., "The Idea of Imagery: What is an Image," ***Iconology: Image, Text, Ideology***, :Chicago and London: The University of Chicago Press, 1986, ss.5-46.

MULVEY, Laura; "Visual Pleasure and Narrative Cinema," ***Movies and Methods***, Volume II, der. Bill Nichols, (Londra:University of California Press), 1985, ss.303-315.

NEGT, Oskar ve Alexander Kluge; "Kamusal Alan ve Deneyim," çev. Ahmet Doğukan; ***Defter***, sayı:16, Bahar 1990, Metis yay. İstanbul, ss.65-71.

OKTAY, Ahmet; ***Şair ile Kurtarıcı***, Korsan yay., 1992, İstanbul.

OSKAY, Ünsal; ***XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri,*** (Ankara: AÜ. SBF. yay. 1982). Ayrıca Der yay. İstanbul, 3. Basım 2000.

OWENS, Nancy; "Image and Object: Hegel, Madonna, Metropolis," ***Spectator***, Bahar 1992, vol.12, no.2, ss.58-63.

PROBYN, Elspeth, "Technologizing the Self," ***Cultural Studies***, der. Lawrence Grossberg, et.al. New York, London: Routledge, ss.501-511.

RİFAT, Mehmet; ***Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları***, YAZKO, İstanbul, 1983. (Özellikle bkz. ss.261-346)

SEITER, Ellen; "Semiotics and Television," ***Channels of Discourse***, der. Robert Allen, (Chapel Hill ve Londra: University of North Carolina Press), 1987, ss.17-41.

SIMMEL, George; "Metropol ve Zihinsel Yaşam," çev. Celal A. Kanat; ***Defter***, sayı:16, Bahar 1990, Metis yay. İstanbul, ss. 83-94.

SOJA, Edward; "History: Geography: Modernity," The ***Cultural Studies Reader***, ed. Simon During; Routledge, London, 1993, ss.135-150.

SÖZER, Önay, ***Estetiğin ABC'si***, Simavi yay., 1992, İstanbul.

STEEVES, H.Leslie, "Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları," derleyen ve çeviren: Mehmet Küçük, ***Medya, İktidar, İdeoloji***, (Ankara:Ark yay.) 1993, ss.105-167.

TÜRKOĞLU, Nurçay, "Türk Reklamcılığının Popüler Tarihi, I-II," ***Evrensel Kültür***, sayı 37-38, Ocak, Şubat 1995.

TÜRKOĞLU, Nurçay; "News Media, War, Opera and Spectators," IAMCR (Uluslararası İletişim Araştırmaları Derneği) tarafından İstanbul'da düzenlenen ***Newsmedia and International Conflict*** sempozyumunda 20 Haziran 1991 tarihinde sunulan bildiri.

TÜRKOĞLU, Nurçay; "Seyirlik Ölümler," ***Marmara İletişim Dergisi***, sayı:2, Nisan 1993, ss.237-272.

VIRILIO, Paul; ***Esthetics of Dissapearence***, 1990,

WATTIMO, Gianni; ***The Transparent Society***, 1987, Unwin-Hyman, New York.

WILLIAMS, Raymond, ***Keywords***, Fontana:London, 1983.

WOLFENSTEIN, Martha, Nathan Leites; "The Good-Bad Girl," ***Mass Culture***, ed. David Manning White, Bernard Rosenberg, (New York:Free Press, 1964), ss.294-307.

WOOLLACOTT, Janet; "Messages and Meanings," ***Culture, Society and the Media***, T.Bennett et.al. der.; Routledge, London, 1986, ss. 91-111.

İkinci Bölüm

# TARİHİN GÜNDELİK KULLANIMA SUNULMASI

# TARİHİN GÜNDELİK KULLANIMA SUNULMASI

(Video Kasete Dönüştürülen "British Pathé News" haber filmlerinin içerik dökümü ve bir inceleme modeli olarak İngiliz Kraliyet Ailesi görüntüleri 1930-1960)

"Hepimiz tarihin birer parçasıyız. Nerede yaşarsak yaşayalım, kim olursak olalım, dünyadaki olayları anılarımızdan silip atamayız. İşte yirminci yüzyılın unutulmaz olaylarını Pathé Haber görüntülü olarak kaydetti. Pathé Haber, tarihi canlı olarak yakaladı ve çalkantılı yüzyılın yaşayan bir kroniğini çıkarttı." (*)

## I. CANLI TARİH ANSİKLOPEDİSİ

The British Pathé News: A Year to Remember video kaset serisi 1991 yılında Parksfield şirketi tarafından İngiltere'de piyasaya çıkarılmıştır. Serinin tamamını oluşturan 40 video kaset, 1930-1969 yıllarının haber filmlerinden parçalar içermektedir. Yaklaşık birer saat süren her bir kaset, birer yıllık belge görüntülerinin yeniden kurgulanmasıyla oluşturulmuştur. Çalışma malzemesi olarak seçtiğimiz Pathé belgelerinin yanı sıra Kent Üniversitesinde kısaca incelediğimiz başka derlemeler de bulunmaktadır(**). Bunlar BBC ve RCA renkli haber filmle-

(*) British Pathé News video serisinin jenerik sesi - sonradan kayıt.

(**) Diğer derlemelerden; A Year in Your Life:1970-1989; Newsbrief International (BBC licensed) ve Memories of 70-89; RCA/Columbia Pictures Company'nin video kasetlerinin dağıtımı British Pathé News: A Year to Remember/1930-1969 gibi ülke geneline yöneliktir. Ayrıntılı olarak inceleme şansı bulamadığımız ama izlediğimiz bir başka sunuş biçimi; bölgesel video şirketlerinin İngiltere'nin belli bölge ve kentleriyle ilgili arşiv görüntülerini bir "kasaba albümü" biçiminde derlemeleri ve anılan tarihsel dönemlerin tanığı olan, tarihi birinci elden deneyimlemiş kişilerle, yöre insanlarıyla yapılan görüşmelerin de belge görüntülerle bir arada kurgulanmasıdır. Bu tür filmlerin üretimi aslında video telif haklarına ay-

rinden derlenmiş belgelerdir ve sanki tarihi Pathé'nin bıraktığı yerden sürdürmektedirler. Ansiklopedilerin yeni pazarlara uygun hale getirilmek için güncelleştirilmesi gibi video kaset içine harmanlanmış tarihsel belgelerin de yeniden düzenlenmesi; "gözden geçirilmiş baskılarının", "ek ciltlerinin" yapılması söz konusudur.

Video kasetlerin pazarlanması, kapaklarında açıkça gördüğümüz gibi ("Unutulmayan Yıllar'la anılarınızı canlandırın. Sizin yılınız hangisi?") özel bir armağan (büyük bir olasılıkla yılbaşı ve doğumgünü armağanı) arayan müşteriyi çağırmaktadır. Hediyelik eşya reyonlarında, üzeri yazılı tebrik kartlarının yanı sıra satışa sunulmasının da nedeni budur. Belli bir yılın popüler görüntülerini içeren tarihi haber filmlerinin kaseti, çok özel bir armağan olmak üzere raflarda beklemektedir. Her bir kasetin içinde tüm serinin kısa bir tanıtımı da yer almaktadır. Böylece 40 kaset içinden başka "özel" yıllar seçilebilir. Bu görüntülü tarih ansiklopedisini takım halinde daha çok okulların, üniversitelerin kütüphanelerinde bulmak mümkündür zaten. Bir de televizyon şirketlerinin arşivlerinde; her tür televizyon programına farklı kurgularla "zenginlik" katan bir malzeme olarak vazgeçilmez bir yeri vardır bu "külliyatın."

40 kaset, 1930-1969 yıllarını onar yıllık dört ana bölüme ayırmaktadır. Her on yılın özel bir adı vardır:

1930 - ÖFKELİ OTUZLAR

1940 - CESUR KIRKLAR

1950 - ASİ ELLİLER

1960 - SALLANAN ALTMIŞLAR

Kasetlerin ön ve arka kapakları her yıl için özel olarak düzenlenmiş ama kapaklarda resmi bulunan kişi ve olayların

---

kırı olmakla birlikte, amatör kurgu setleriyle bile yapımı son derece basit olduğu için, herkesin "kendi tarih filmini" oluşturması engellenememekte: burada incelemeye almadığımız bu kasetlerin gizli dolaşımı hiç olmazsa hâla, belgeyi ele geçirmenin heyecanını insanlara duyumsatmaktadır.

kasetin içeriğinde bulunmasının zorunlu olmadığı da küçük bir dipnot olarak verilmiştir. Kapak resimlerinde bulunan kişi ve olaylar kasetlerin içeriğinde her zaman yer almamakta, ya da çok kısa olarak bulunmaktadır. Kaset içeriğindeki kurgulanmış haber filmlerinin her biri için ayrılan süre yaklaşık 30 saniye ile 4 dakika arasında değişmektedir. Açılış ve kapanış özetlerinde görüntülerin bir kısmı yinelenebilmektedir.

Bugünün televizyon izleyicisi, kendisi için düzenlenen kasetlerin kurgulanma biçimini izlemekte hiç bir zorluk çekmeyecektir. Özgün film parçaları kendi içinde herhangi bir bozulmaya uğratılmadan korunmuş, ancak belli bir konu akışına göre ve yeni çerçevelerle, yeni konu başlıklarıyla kurgulanmıştır. Yeni düzenlemedeki özet bölümler, özgün yorumcudan farklı bir kişi tarafından seslendirilmekte ve bu yeni ses, üzerine konuştuğu olay ve kişilerin geleceği hakkında yaptığı anımsatmalarla kaseti izleyenlere "yeniden düzenlenmiş" tarihsel belgeleri izlediği konusunda pek sık olmasa da uyarılarda bulunmaktadır. Özgün yorumcunun sesi (eski BBC spikeri Mark Roman) haber filmlerini sinema salonlarında izlemiş olan İngilizler için son derece akılda kalıcı, karizmatik, buyurucu bir sestir. Yeni parçaları seslendiren ise kişiliği ön plana çıkmayan bir "ara spiker" gibidir.

Kurgulanan eski ve yeni parçaların birbirlerinden çerçevelerle ayrılmasını ileride "metin çözümlemesi" ve "hangi tarih, kimin gündelik yaşamı?" bölümlerinde yeniden ele alacağız. Video kasetlerin Parksfield firması tarafından hazırlanan elimizdeki dizisi 1930-1969 yıllarını kapsamaktadır. Ancak biz incelememizi 1930-1960 yıllarıyla sınırlı tutmayı yeğledik. Bu sınırlamanın bir kaç nedeni var; öncelikle diziyi bir bütün olarak ele almanın elimizdeki malzemenin tamamlanmış bir niteliğe bürünmesine yol açacağını düşündük. Böylesi bir bütünlük yanıltıcıdır, çünkü zaten kasetler söz konusu yıllara ait tüm haber filmlerini değil yalnızca seçilmiş olanları içermemektedir. Bu seçme işlemi hem filmlerin görüntü kalitesine hem de popülerlik ölçütlerine göre yapılmıştır. Üstelik kasetlerin her biri, televizyon haberlerinin akış programına benzer bir biçimde

yapıldığı için bir yayın akıcılığı mantığını her bir kasette izlemek olasıdır. Kısaca kasetler birbirlerinden bağımsız, paradigmatik birimler halindedir. Dizinin benzerleri daha sonraki yılları da kapsamaktadır. Biz de bu bütünlük yanılgısını kırabilmek için kendimizce bir seçme yapmayı uygun gördük. Farklı seçmelerin yapılması da olasıdır. Kasetler tek tek ele alınabileceği gibi 10'ar yıllık dizi halinde de incelenebilir; ya da belli bir olayın takibi söz konusuysa yalnızca o yılları kapsayan kasetler incelenebilir. Bizim kavram arayışımız için bu sürelerin pek fazla önem taşımadığını düşünüyoruz.

## II. YÖNTEM ARAYIŞI

Haber filmleri "belgesel-tarihsel filmler" sınıflaması içinde, özellikle II. Dünya Savaşı sırasında haber gündemini oluşturan propaganda ve politik filmler olarak akademik sinema çalışmalarına konu olmuştur. Haber filmlerinin özgün ortamı sinema salonları olduğu için bu durum son derece mantıklıdır. İngiliz belgesel film çalışmalarında haber filmleriyle ilgili zengin bir literatüre rastlanmaktadır. Öte yandan video, bir araç olarak çağdaş kitle iletişim araştırmalarında, kitle iletişim araçlarının kişisel kullanımı alanındaki çalışmalarda kendine ait bir yer edinmiştir.

Önceleri kendisi bir iletişim aracı olan haber filmleri bugün elimizdeki örnekte bir başka aracın, videonun kullandığı bir malzeme olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişisel kullanıma video kasetler halinde sunulmasının yanı sıra, birbirinden çok farklı televizyon programlarında da tarihsel malzeme olarak kullanılmaktadır. Doğrudan televizyon belgesel programlarında yer almasından başka, yarışma programlarından eğlence, eğitim programlarına dek geniş bir yelpazede arşiv malzemesi olarak kullanılması söz konusudur. Bizim burada ele almak istediğimiz video kasetlerdeki dönüşümünü farklı açılardan, farklı yöntemlerle incelemek olasıdır. Aşağıda bu olasılıklardan bazılarına şu başlıklar altında değineceğiz: film endüstrisindeki yeniden üretim süreci, metnin içerik çözümlemesi, izleyici araştırması,

kitle iletişim araçlarının karşılaştırmalı incelenmesi, eleştirel kavram arayışı.

## A. FİLM ENDÜSTRİSİNDEKİ YENİDEN ÜRETİM SÜRECİ

Sinema çalışmalarında haber filmlerinin tarihsel geçmişi hakkında oldukça zengin bir belge arşivi vardır. 1930'ların, 1940'ların film dergilerinde endüstriyel araştırmalara zaman zaman rastlanılmakla birlikte haber filmlerinin güncelliği daha çok magazin haberlerinde kendini göstermektedir. Son yıllarda "media studies" çerçevesinde yapılan haber filmleri çalışmalarında da yine bu eski film dergilerinin hem endüstriyel incelemede sayısal verileriyle hem de tarihsel ortamı belirleyebilmede kişisel anı ve röportajlarıyla önemli bir kaynak olarak kullanıldığı görülmektedir.

Film endüstrisinin elindeki tüm malzemeyi değerlendirmeye yönelik tasarrufu; film arşivi oluşturma süreci/işlemi; televizyon programcılığı ile film endüstrisi arasındaki ekonomik ilişkiler; video pazarı ile film endüstrisi arasındaki ekonomik ilişkiler, vb. üretim/dağıtım/yeniden üretim sürecinde ele alınabilir.

Tecimsel amaçla, film endüstrisinin elindeki eski filmler, yeni kazanç unsurları olarak güncelleştirilmektedir. Arşiv malzemesinin video kaset haline getirilmesi, orjinal filmlere herhangi bir fiziksel zarar vermediği, yani arşiv niteliğini koruduğu gibi aynı zamanda bu malzemeden yeni bir ürün yaratılmaktadır. Bu yeniden üretim süreci çok basit olarak aşağıdaki gibi bir çizgi izlemektedir:

Olay - olayın habere konu olması - haber filminin oluşturulması - haber filminin sinemalarda gösterime sunulması - arşivleme - video kasete dönüştürme işlemi (seçme/kurgulama) - pazarlama - kişisel kullanım. Bu zamansal çizginin tek boyutlu ve doğrusal bir çizgi olduğunu düşünmüyoruz. Tam tersine, bu sürecin oluşumundaki bileşenlerin ve bu pazarlamadaki

karar mekanizmasının çok yönlü olarak incelenmesi gerektiğine inanıyoruz.

## B. METNİN İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

Kitle iletişim araçlarıyla ilgili içerik çözümlemesinde ele alınan aracın içeriği ile ilgili bir takım kavramsal sınıflamalar oluşturulur ve bu kavramsal sınıflamaların iletinin içinde hangi oranlarda bulunduğu sayısal olarak değerlendirilir. Daha çok Amerikalı iletişim bilimcilerinin başvurduğu bir ampirik araştırma yöntemi olmasına karşın, eleştirel bir kuramsal yaklaşımla uygulanmasının örneklerini (Glasgow Medya Grubunun çalışmalarında olduğu gibi) görmek olasıdır. Gerbner ve arkadaşlarının ileti, iletiyi veren ve iletiyi alan çerçevesini kapsayan araştırmaları da, kitle iletişiminde içerik çözümlemesi ile diğer ampirik araştırma yöntemlerinin bir arada kullanılmasını öngören yöntem arayışlarıdır (Gerbner, 1969). İçerik çözümlemesinin yine metin çözümleme teknikleri geliştiren göstergebilimsel araştırmalardan ayrı tutulmasının temel olarak kitle iletişim araçlarının yapılarından kaynaklandığı ileri sürülür. Ayrıca içerik çözümlemesi bir sayısal inceleme tekniği ile sınırlı kalırken, göstergebilim bir kuram olma iddiasındadır. Son yıllarda, örneğin Umberto Eco, John Fiske gibi araştırmacıların kitle iletişim araçlarını göstergebilim teknikleri ile inceleme yöntemleri geliştirdiklerini görmekteyiz.

İçerik çözümlemesine konu olan kavramsal kategorilerin metindeki sıklık oranı ile yetinmesinin yarattığı aksaklıklar bu yöntemin geliştirilmesini gerektirmiş ve göstergebilimsel yöntemlerle sıklık oranı yüksek olmadığı halde etkili olan iletileri yakalayabilme ve değerlendirme yolları araştırılmaya başlanmıştır.

Video kaset halinde bulunan haber filmleri, geleneksel ya da geliştirilmiş yöntemlerle içerik çözümlemesi yapmak isteyen araştırmacılar için büyük bir olanak sunmaktadır. Belli bir konunun metinde (metin=text: görüntü + ses + yazı anlamında kullanıyoruz) nasıl ele alınıp işlendiğinin ve sunulduğunun çözümlenmesi; metnin total söyleminin içerik çözümlemesi yapılabilir.

Bizim araştırmamız bir içerik çözümlemesine odaklanmış olmasa da, İngiliz Kraliyet ailesinin görüntüleri ile ilgili olarak sınırlı bir model uygulamayı denedik. Tüm kasetlerin içerik dökümü ve konu sınıflandırması ile aslında geleneksel anlamda bir çözümleme verebilecek düzeyde bir malzeme elde ettik. Bu dökümün sayısal değerlendirmesi uygun bir bilgiişlem programı ile son derece kolaylıkla yapılabilir; biz böylesi bir yolu ilginç bulmadığımız gibi sayıların kesinlik görüntüsünün yararlı olabileceğini de sanmadığımız için dökümü olduğu gibi vermeyi yeğledik.

Haber filmlerin iletilerini Glasgow Medya grubunun kitle iletişim araçlarında haber çözümlemeleri için geliştirdiği konulara göre belirledik (Glasgow University Media Group, 1976). Bu konuları şöyle sıralayabiliriz:

Politika (iç/dış/uluslararası)

Güncel olaylar (doğal felaket/hava durumu/yangın/kaza, vb)

Toplumsal ilgi konuları (çevre/hukuk/ekonomi/bölgesel olaylar, vb)

Spor (spor karşılaşmaları/sporcular, vb)

Teknoloji (gelişmeler/bilim/uygulama/sonuç, vb.)

Moda (kadın-erkek-çocuk modası/ünlüler, vb.)

Eğlence (müzik/sanat/sürpriz olaylar/güldürü, vb.)

Bu sınıflandırma aslında hiçbir kesinlik taşımamaktadır. Yalnızca, haberlerde yönetimsel amaçlarla yapılan, akıştaki önceliği belirlemeye yönelik şematik düzenlemeye uygun bir yapının araştırmacı tarafından yakalanmasını kolaylaştırır. Görüleceği gibi, haberlerin içindeki ayrım bir anlamda televizyon programlarının türleriyle örtüşmektedir. Televizyon haberleri tüm televizyon izleyici kitlesini ekrana çağırdığına göre, haberlerin tüm yayın akışı içindeki farklı kitlelere yönelik olarak hazırlanan program türlerini örneksemesi kaçınılmazdır. Dahası toplum geneline seslenen bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun "tür" adı altında ilgi konularını düzenlemesinin bir nes-

nellik iddiası boyutu taşıdığını da söyleyebiliriz. Türlere ayırmak, sınıflandırmak bilimselliğin yani nesnelliğin temel ilkesi olarak kabul edilmektedir çünkü.

İşlevsel ayrımlar yerine, "tür" adı verilen bu konuların iç içe geçtiği anları yakalamayı daha ilginç buluyoruz. Gösterinin parlak noktalarını bizce bu iç içe geçiş anları oluşturmaktadır. Örneğin Kraliyet Ascot at yarışlarında spor, Kraliyet, moda, cinsel farklılıklar ve politika iç içedir. Gerçek yaşamda da bu böyledir zaten. Ancak gerçek yaşam bir sunum/gösteri konusu olduğunda yapay sınıflandırmalara gerek duyulur; izleyicilerin sunulanı kendi gerçek deneyimlerini algılar gibi algılamamaları, iletişimin istenen boyutuna ayak uydurmaları sağlanmaya çalışılır. Sayısal bir veri elde etmeyi amaçlamadığımız halde sunduğumuz döküm bir katalog değeri taşımaktadır. Bu katalog çok farklı amaçlarla kullanılabilir. Bir örnek olarak tüm döküm içinden ayıkladığımız İngiliz Kraliyet ailesinin görüntülerindeki konuların (haber türü olarak) bulunmalarına ilişkin verdiğimiz tablolar bir içerik çözümü örneği olmakla birlikte, Kraliyet ailesinde tören kavramıyla ilgili araştırmalara yer vermemiz; bunun yanı sıra "tarih" ve "gündelik yaşam" ilişkisini tartıştığımız bölüm ve katalogumuz bizce bir bütün oluşturmaktadır.

## C. İZLEYİCİ ARAŞTIRMASI

Söz konusu video kasetlerin alıcıları, izleyicileri ile "bilgilenme" ve "kullanım-doyum" araştırmaları yapılabilir. Yaşanan olayların getirdiği deneyim açısından, olayları yaşayan yerel halkla ilgili olarak, bölgesel video şirketlerin gerçekleştirdiği özel tarih derlemeleri televizyon izleyicisi / video izleyicisi karşılaştırması yapmaya çok uygun olduğu görülmektedir. Şimdilik bu ikinci durumu bir kenara bırakarak elimizde incelemeye aldığımız materyalin incelenme olasılıklarına bakalım.

Bir ulusun yakın tarihine ilişkin belgesel nitelikli haber filmlerinin "canlı tarih" adı altında sunulması, bilgilenme ve kullanım-doyum açısından yapılagelen izleyici araştırmalarına yeni boyutlar getirmektedir. Araştırmanın örneklemi televizyon izleyicisi olacaktır; görüntüler televizyon ekranından izleyiciye

ulaştığı için. Ancak televizyon izleyicisinin katılımı, video kaset kullanımında bir ölçüde farklılaşmaktadır. Video kasetin sahipliği (satın alma ya da hediye olarak edinme) izleyiciye televizyonun tüm akışı karşısındaki durumundan daha fazla kontrol olanağı vermektedir (Seiter, et. al. 1991). Örneklem seçiminde bir olasılık, söz konusu video kasetlerin alıcılarını/müşterilerini saptamak olabilir. Bir meta olarak piyasaya çıkartılan video kasetlerin müşteri tipini belirlemek, bir pazarlama araştırması kapsamında gerçekleştirilebilir. Bu durumda genel eğilimin, belli bir yıla ait video kasetin, alıcı için bir özelliği olan belli bir yıl ile örtüşmesi olduğu görülecektir. Yapılacak "müşteri tipi belirleme" araştırması, alıcıların amacının ne yönde ağırlık kazandığını verebilir. Belli bir yıla ait belli bir "canlı tarih" video kasetinin satın alınmasıyla kasete atfedilen özellik, öznellik değeri içermektedir. Öznellik değerinin, kimlik sorunsalı içinde ele alınması gerektiği kanısındayız. Ancak uygulamada, bir gündelik yaşam pratiği olarak satın alma olayına bakarsak, şematik bir işlevler ayrımı yapabiliriz:

1. Kişisel anıya karşılık gelme işlevi: Yurt ve dünya olaylarını içeren özel bir yıla ilişkin olarak kişinin kendisinin ya da hediye vereceği aile bireyi/arkadaş/dost vb.nin söz konusu olaylara bizzat katılıp katılmadığı araştırılabilir. Örneğin, video kasetlerdeki haberlerin pek çoğunda kalabalık görüntüleri vardır. Bu görüntüler, kişiyi tanınabilir biçimde yansıtıyor olabilir ya da olmayabilir, ama her durumda, eğer fiilen adı geçen olaya katılmış idiyse kişi "ben de oradaydım" diyecek ve bu görüntüler açık bir özel fotoğraf albümü kimliğine bürünecektir. Yaşanan gerçek deneyimle örtüşen bu "ortak anı" özelliğinin ötesinde kasetlerin daha çok doğum yılına ait olarak alındığı görülmektedir. Bu durumda yine başta verilen özel fotoğraf albümü savı geçerlidir; "bu olayların olduğu yıla ben de dünyaya gelerek katıldım" duygusuna karşılık vereceğini söyleyebiliriz. Bu katılım ilişkisinin fantazya çerçevesi içinde gerçekleşmesi de olasıdır.

2. Eğitim işlevi: Belgesel nitelik taşıyan yakın tarih kayıtları formel ya da informel eğitim süreci içinde belli merak ve ilgilere kaynak oluşturacak niteliktedir.

3. Ansiklopedik işlev: Aslında ansiklopedik işlev, yukarıdaki eğitim işlevinin içinde değerlendirilebilir. Toplam 40 kaset eğitim kurumlarında arşiv oluşturmak amacıyla takım halinde satın alınabilir. Ancak ansiklopedi işlevinin bireysel kullanımda bir kütüphane dekorasyonu amacına dönüşmesinde açık bir kıskandırıcı tüketim işlevi vardır ki, bu işlevin ayrıca ele alınmasını gerektirir.

İzleyicinin yakın tarih görüntüleri karşısındaki durumu, satın alma işlevlerinin yanı sıra, katılım açısından daha ayrıntılı olarak incelenebilir. İzleyicinin katılımı, tanıklık ve seyircilik arasında gidip gelmektedir. Kayıtlı tarihsel olayların her iki durumda da izleyicinin deneyimini oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Metnin içerik çözümlemesi ile birlikte yürütülecek bir izleyici algılama araştırması, popüler kültür ürününün yorumlanması konusunda yararlı olabilir. Kavramsal arayış bölümümüzde vereceğimiz bilgiler ışığında metnin açımlanması (deconstruction) incelemeye alınabilir. Ele aldığımız materyalin özelliği nedeniyle açımlanmayı belki de öncelikle video kasetin üretimi aşamasından başlatmamız gerekir. Var olan haber filmlerinin yeni izleyiciye sunulmak üzere yeniden oluşturulması sırasında metnin yapımcı tarafından yorumlanması başlatılmaktadır (metin olarak haber filmlerinin orjinal biçimlerini kabul edersek eğer). Yapımcı, kitle iletişim endüstrisi içinde sunumun yapılacağı izleyici kitlesinin özelliklerini gözönüne alarak metni yeniden düzenlemektedir. Bu durum, izleyicinin deneyimi nereden edindiği konusuyla ilgilidir. Çünkü deneyim yalnızca neler öğrendiğimizi değil, kimden öğrendiğimizi de adlandırır (Inglis, 1993, ss.204-205).

Deneyimi yaşayan özne ile deneyim nesnesi arasındaki ilişkinin belirlenmesinde, daha önce de vurguladığımız gibi metnin içerik çözümlemesi ve izleyici araştırmasının birlikte yürütülmesi gereklidir.

Popüler kültür ürünlerinin kişisel/öznel sunumları, etkileyici/iknâ edici iletişiminin temel unsurlarındandır. Kitlesel tüketime sunulan kitlesel ürünler, anonim izleyici kitlesinin dikkatini, kullandığı "ikinci tekil şahıs" söylemi aracılığıyla çeker. Kitlesel ürünün kişiselleştirilmesi bu yolla sağlanır. Medyatik görüntülerin "kişiye özel" bir kimliğe dönüşmesi, ele aldığımız materyalde video kasetin sahipliği yoluyla somutlaşmaktadır. Görüntülerin içeriğindeki kalabalıkların ise bu sözde-öznel kimliğe eşlik ettiğini düşünüyoruz. Kitlesel üretim ve tüketim ortamında öznelliğin elde edilmesindeki zorluk/olanaksızlık, kişiyi kalabalıklar içinde kendini bulmaya yöneltebilmektedir. Kalabalıkların varlığı, gerçeklik içinde var olma duygusunu pekiştirmektedir. Haber filmlerinde görüntüsel olarak bulunan kalabalıklar, adeta stüdyoda seyirci önünde çekimi yapılıp sonradan banttan yayınlanan televizyon programlarının uyandırdığı canlılık görüntüsüne denk gelmektedir.

Popülerliğin kişiselliğinin konu olacağı izleyici araştırmalarının yanı sıra, izleyicilerin dünya olayları hakkında bilgilenmelerinin kitle iletişim araçlarıyla nasıl gerçekleştiği konusunda da izleyici araştırmaları yapılabilir. Nitekim, kitle iletişim araçlarında sunulan haberler ve izleyiciler üzerinde yapılan araştırmalarda genellikle bilgilenme üzerinde durulmaktadır. Amerikalı iletişim bilimcileri Kurt ve Gladys Lang'in "Kollektif Bellek ve Haberler" adlı çalışmaları, çok sayıdaki haber-izleyici araştırmaları içinde konumuza en yakın olanlardan birisidir (Lang & Lang, 1989, 123-139). Bu çalışmada, Amerika'daki belirli ulusal olaylar hakkında kuşaklar arasındaki farklılığın oluşumunda kitle iletişim araçlarının rolü, alan araştırması yoluyla incelenmektedir. Yazarlar tarihe ilişkin bilginin yaşanan deneyim ile kollektif bellek arasında büyük bir farkla değiştiğini, kollektif belleğin kitle iletişim araçlarından alınan bilgiler doğrultusunda belirlendiğini ileri sürmektedirler. Aynı yöntem, video kasetlerin izleyicileri ile izleyici olmayanları arasında bir karşılaştırma yapılarak da kullanılabilir.

## D. KARŞILAŞTIRMALI ARAŞTIRMA

Televizyon haber dili ile "gazetecilik / yayıncılık" tarihçesi açısından; diğer haber filmlerinin video derlemeleri, basın ve tarihsel belgelerle "gerçekliğin sunumu" açısından karşılaştırma yapılabilir. Film yapımcılığındaki video kasete dönüştürme süreci, sinema alanında "gerçekliğin sunumu" sorunsalı içinde ele alınabilir. Öncelikle gerçekliğe konu olmak üzere hangi materyalin ele alınacağı belirlenmelidir. Gerçekliğin başlangıç noktası olarak; tarihsel olayların kendi gerçekliği (çok farklı kayıtlardan karşılaştırma yapılabilinir) ya da sinemalarda gösterildiği biçimiyle orjinal haber filmleri, dönemin diğer şirketlerinin çektiği haber filmleri ya da bugün piyasada bulunan diğer şirketlerin video kaset derlemeleri incelenebilir.

Tüm olarak görüntülerin/kayıtların gerçeklik sunumlarının karşılaştırmalı olarak incelenmesinin yanı sıra; elde bulunan video kasetler tek materyal olarak kabul edilip, belli olay/olayların zaman içinde geçirdiği farklılıklar da incelenebilir. Bu yolla, toplumsal değişimin popüler görüntüsü hakkında bir fikir edinmek amacı güdülebilir. Örneğin; Kraliçe II. Elizabeth'in yurt içindeki felaket bölgelerine yaptığı gezilerde sunduğu profesyonel otorite görüntüsünün, anne Elizabeth'in benzer amaçlı gezilerdeki şık biblo görüntüsünden farkı incelemeye değer bulunabilir. Ya da orjinal seslendirmedeki buyurucu ton ile çağdaş kurguda eklenen ara seslerdeki kimliksiz sunucu tonu arasındaki fark; kitle iletişim araçlarının sunumlarının zaman içinde geçirdiği değişime bir örnek olabilir. Cinsiyetin sunumu açısından da karşılaştırma yapılabilir. Kadının statüsünün zaman içinde geçirdiği değişim incelenebilir. Benzer biçimde içeriğin ideolojik söyleminde zaman ve yer açısından görülen değişiklikler (yabancı ülkeler; koloniler, ABD, Kıta Avrupası ya da politikacılar ve Kraliyet, vb.) karşılaştırılabilir.

Zaman içindeki farklı izleyici tipleri arasında, popülerliğin dinamikleri incelenebilir. Sinema izleyicilerinin karşısındaki orjinal haber filmleri ile video kaset kolaylığıyla izlenen haber filmleri, aynı materyalin çok farklı algılanabileceğini göstermek-

tedir. Geriye dönük olarak izleyici algıları, belki dönemin sinema dergilerinde ve gazetelerinde yapılan röportajlardan, anı ve güncelerden edinilebilir.

Kısaca, karşılaştırmalı araştırma, metnin kendisine ya da izleyici araştırmasına dayanılarak yapılabilinir. İster metin ister izleyici ele alınsın, video kasetlerin diğer iletişim araçları ile karşılaştırılması söz konusu olacaktır. İlk önce karşılaştırma için gündeme gelecek olan televizyon/film/video ilişkileri son yıllarda sıkça tartışılmaktadır. Televizyonun ve videonun kendilerine özgü ayrı kuramlar oluşturduklarını savunanlar olduğu gibi, her iki aracın da "bellekten yoksun olma" gibi bir özelliği paylaştıkları da ileri sürülmektedir (Jameson, 1992, ss. 107-139). Videonun, kişisel kullanıma tanıdığı (göreceli) egemenlik sınırının sinemadan ve televizyondan farkı, bazı araştırmacıları video kasetin çağımızın en yaratıcı aracı olduğuna inanmalarına yol açmaktadır (Armes, 1988). Bu inanca kuşkusuz, kullanımı kolay video kamera cihazlarının yaygınlaşması eşlik etmektedir. Amatör film çekimleri, tekniğin ve sanatın profesyonellerin tekelinden kurtarıldığı yanılgısını getirmektedir. Bazı bölgesel televizyon kuruluşları da bazı yayın saatlerini televizyon izleyicilerinin amatör "home-video" uğraşlarına ayırabilmekte, bu uğraşlar değişik biçimlerde desteklenmektedir. Kişisel ve sanatsal amaçlı bu amatör çabaların yanı sıra, politik amaçlarla kitle iletişim endüstrisinin dışında alternatif video çekimleri yapılmakta ve yayınlanmaktadır. Tüm bu örnekler, izleyicinin "pasif alıcı" konumundan çıkıp üretime geçmesi anlamında umut vericidir ancak bu gelişimleri abartmak, teknolojinin sağladığı bireysel üretim olanakları ile yetinme noktasında kolayca tıkanabilir.

Film çekimi değil ama kurgulama aşamasında bizim incelediğimiz materyalin yukarıdaki gibi bir "yaratıcı" faaliyete kaynak oluşturduğunu biliyoruz. İngiltere'de bölgesel video şirketleri, yayın-telif haklarını ihlâl ederek, bu kasetlerdeki görüntüleri istedikleri gibi yeniden kurgulayıp satarak tecimsel gelir elde etmektedirler. Tamamen yasadışı olan bu yeniden kurgulama işlemi tecimsel amaçla değil ama bir bölgenin "halkevinde" küçük çaplı bir "kollektif anı defteri" oluşturma ama-

cıyla yapıldığı zaman yetkililer tarafından biraz daha hoşgörüyle karşılanabilmektedir.

Kaynakçamızda bulunan Tony Bennett'in "Kitle İletişim Araçları, Gerçeklik ve Gösterimleme" başlıklı makalesi, yazılı ve görsel basında sunulan politik haberlerin gerçek olaylardan ne denli farklılaştığını karşılaştırmalı olarak incelemektedir (Bennett, 1986, ss.287-308). Yine Bennett'in de değindiği tanınmış İngiliz belgesel film araştırmacısı Anthony Aldgate ise sinemalarda gösterilen haber filmleri ile diğer tarihsel belgeleri karşılaştırarak İspanya İç Savaşının İngiliz haber filmlerinde nasıl yansıtıldığını araştırmıştır (Aldgate, 1979). İkinci Dünya Savaşı sırasında Avrupa ve ABD'de gösterimde bulunan haber filmlerini gerçekliği yansıtma ve politik sınırlamalar açısından, bir propaganda aracı olarak inceleyen araştırmaların kapsamlı bir derlemesi Short ve Dolezel'in "Hitler'in Düşüşü ve Haber Filmleri Tanıklığı" adlı kitabında incelenebilir (Short ve Dolezel, 1988). Bu araştırmalarda özellikle Nazi yetkililerin haber filmlerinde savaşın gelişimiyle ilgili tümüyle kurmaca, Alman yanlısı propaganda yapmalarının, Alman halkının savaşı kazanmış oldukları konusunda tam bir inanca sahip olmalarına yol açtığı ve bu yanlış güvenin ordu içinde de gevşemeye neden olarak savaşın yitirilmesini bir şok biçimine dönüştürdüğü belirtilmektedir.

## E. KAVRAMSAL - ELEŞTİREL YAKLAŞIM

Yeniden-çevrimli tarih; popüler kültür "hit"leri; toplumsal bellek; gerçekliğin sunumu; cinsiyetin tarihsel sunumu; propaganda; kişiselleştirilmiş kitlesel tüketim, vb. kavramların ele alınması için örnek malzeme olarak kullanılabilir. İlerleyen sayfalarda, kendi arayışımız olan "yeniden dönüşümlü tarih" kavramını inceleyeceğiz.

## III. HANGİ TARİH, KİMİN GÜNDELİK YAŞAMI?

Bilimsel bir disiplin olarak tarih ile ilgilenmek görevini üstlenen tarihçilerin yanı sıra toplumu, insanı sorun edinen çağdaş araştırmacıların; edebiyatçı, toplumbilimci ya da siyaset bilimcilerin, düşün adamlarının tarihi incelemenin çekiciliğine zaman zaman da olsa kapıldıklarını görürüz.

Bilimsel inceleme savunusunda olan bir çalışma içindeysek ve hele disiplinlerarası bir kültür araştırmasını konu edindiysek, tarihsel göndermelerde bulunmak, tümüyle değilse bile bir ölçüde, odaklandığımız konunun önemini bizimle paylaşan insanlık dönemlerinden destek arama kaygımızı gösterir. Konu seçimimizi, inceleme yöntemimizi haklılaştıracak ustalar bulmaya çalışırız

Kendimize, buluruz da. Bunu söylerken kuşkusuz burada, tarihe başvurmayı salt olumsuz bir sığınma gereksinimi olarak görme yanılgısı taşımadığımızı da belirtelim. Tarih kendi başına bilgi edinme, öğrenme zevkimizi, entellektüel ilgi çerçevemizi genişlettiği gibi; bu tarihi bilme zevkini yaşadığını bize duyumsattıran ustalarımıza karşı çıkarsız bir saygı duyarız. Kimi zaman "tarihe duyduğumuz bu merakın nedenini" merak ederiz ve yorumbilim, bilgibilim, anlambilim gibi bilimsel alt dallar oluştururuz.

### A. TARİH VE BİLGİNİN YORUMU

Göstergebilimci ve edebiyatçı olarak tanıdığımız Umberto Eco da "tarihi yorumlama" konusunda tarihsel düşün dayanaklarına başvurur ve Yunan usçuluğu için bilginin, nedenlerin anlaşılması demek olduğunu belirtir: "Dünyayı nedenler açısından tanımlayabilmek için doğrusal zincir fikrinin geliştirilmesi temel önem taşır: Bir hareket A'dan B'ye doğru gidiyorsa, yeryüzünde o hareketi B'den A'ya doğru yöneltecek hiç bir güç yoktur" (Eco, 1993:21). Nedensellik ve doğrusallık zin-

cirinin gerekçesi olarak birtakım ilkeler ortaya konmuştur. Bunlar: özdeşlik ilkesi (iki şey birbirine özdeştir); çelişmeme ilkesi (bir şeyin aynı anda hem kendisi hem bir başkası olması olanaksızdır); orta önerme yoktur (bir şey ya doğrudur ya değildir) ilkesidir.

Eski Yunan'da tarihin doğrusallık zinciri biçiminde oluştuğu anlayışını Platon'dan önceki birbirine zıt iki kuramda görüyoruz: "bozulma kuramı" ve "evrim kuramı" (Şenel,1968: 171-173). Hesiodos'un bozulma kuramına göre tanrılar önce mükemmel insanlardan oluşan "altın soy"u yaratmışlardı, sonra insan soyları kötüleşti; gümüş, tunç, demir soylarda insanlık bozuldu. Böylece bozulma kuramına göre tarih "mükemmellikten adiliğe, iyilikten kötülüğe doğru bir bozulma" içindedir. Protagoras'ın evrim kuramı ise tam tersini savunur; insan önce kendini savunmaktan yoksun olarak yaratılmıştı. Promete tanrılardan çaldığı akıl, zanaatlar ve ateşi insanlara vererek insanları içinde bulundukları ilkel durumdan kurtardı. Bozulma kuramının tersine evrim kuramında insanlık tarihi ilkellikten mükemmelliğe doğru gelişen bir evrim içindedir.

Platon ise bu iki zıt kuramı "tarihin sarkaç hareketi" kuramında işledi. Tarihin sarkaç hareketi kuramına göre evren bir saat sarkacı biçiminde hareket eder, yani işler tersine çevrilebilir. Önce tanrının yönetimi altında olan evren mükemmel biçimde işler. Ancak öyle bir devir gelir ki tanrı evrenin yönetimini bırakır; evren tersine döner, geriye doğru dönmeye başlar. Tanrının yönetimi bıraktığı bu devirde her şey bozulmaya, kötüleşmeye başlar. Bozulma devresinde tanrı bir noktada duruma müdahale eder ve evreni yeniden yönetmeye başlar; her şey yeniden mükemmele doğru evrimlenir. Platon'un "sarkaç" metaforu kuşkusuz ters-yüz olmanın sürekliliği ile sınırlıdır, ancak bozulma ve evrim doğrusal zincirlerinin bir yeniden-çevrim (recycle) biçimini alması olarak farklı bir boyut kazanmaktadır. Bu yeniden-çevrimin sürekli başkalaşım ile nasıl bir ilişki içinde olduğunu görmek için sanırım doğrusal nedensellik zincirinden ayrıldığı noktalara bakmak gerekmektedir.

Doğrusal nedensellik zinciri anlayışının eski Yunan'dan Latin dünyasına ve günümüze miras kaldığını biliyoruz. Latin usçuluğu da Yunan usçuluğunun ilkelerini benimseyerek bunları yasal ve sözleşmeli olma anlamında dönüştürüp zenginleştirmiştir. Yunan ve Latin usçuluğunun bu doğrusal zincirdeki nedensellik modelini bugün matematik, mantık, bilim ve bilgisayar programcılığı alanlarında da görüyoruz. Ancak Eco'nun gösterdiği gibi aynı Yunan mirasının başka boyutları da vardır. Aristo'nun ölçülülük, sınırlılık anlayışlarının yanı sıra kural tanımayan bir sınırsızlık düşüncesi de vardı ve bu sınırsızlık Hermes'in "sürekli başkalaşım"ıyla simgeleniyordu (Eco, 1993: 21). Olympos tanrılarının en sivri akıllısı, en canlısı olan Hermes'in öyküleri hep şaşırtıcı başkalaşımları içerir. Daha doğduğu gün kendi kundağını çözüp yürümeye başlar, sürekli kurnazlıklarıyla olmadık serüvenlere atılır; tanrıları şaşırtmacalarla kandırır; hem sanatçıların hem haydutların önderidir; tüccarın da koruyucusudur (Erhat, 1978: 151-153). Kısaca Hermes özdeşliği bir yana atar; olmazı oldurur; çelişkilerle doludur. Bu dönüşümlerinde nedensellik zinciri alt üst olur, sarmal biçiminde kendi üstüne döner; Hermes Tanrı Zeus'un habercisi olduğu için ve Tanrının uzamsal sınırı da olmayacağı için 'sonra' 'önce'nin önüne geçer; aynı anda birbirinden çok farklı yerlerde bulunabilir.

## B. TARİHSEL TANIKLIKLAR

Hermes'in hoş öyküsü aslında ilk anda aklımıza geliveren kaotik postmodern durumların bir arkaiktipi olmaktan çok uzaktır. Tarihsel materyalistik felsefede "gerçek bütündür" ilkesini anımsarsak belki de tarih yazılmaya başlandığı andan itibaren "sonra öncenin önüne" geçmeye başlamıştır. Doğrudur, bu sarmal bir anlamda hem sanatçılık hem haydutluk becerisi gerektirir. Bloch, "tarih yazmak sorumluluk isteyen bir uğraştır" der. Tarihi geçmişte kalan durağan gerçekler olarak görmenin büyük bir yanılgı olduğunu söyleyerek, geçmişin olduğu ve gözlemlendiği haliyle bilimin nesnesi olamayacağını savunur (Bloch, 1985:14-18). Ona göre tarih hareket halindedir ve tarihle

ilgilenen kişi öncelikle tarihteki değişimin kökenlerini derinlemesine araştırmalıdır. Tarihin öznesi insandır, ancak zaman içindeki insandır ve gerçek zaman doğası gereği bir devamlılıktır derken Bloch kuşkusuz doğrusal bir tek çizgiden söz etmez. Tarihin devamlılığı, geçmişin güncelleştirilmesinde karşımıza çıkmaktadır. Güncelliği aktarma, gündemi oluşturma gibi kendisinden beklenen bir işlevi yerine getirmeye çalışan gazetecilerin tarihe dönük araştırmalarındaki "geçmişin güncelleştirilmesi" genellikle toplumbilimcilerin araştırmaları kadar saygı görmez. Aslında her ikisindeki ortak nokta, Bloch'un da değindiği gibi şimdiyi geçmişle anlamak kaygısıdır. Ancak gazetecinin öne çıkan güncellik kaygısı onu derinlikli araştırmadan alıkoyar ve bugünün sorunlarına alelacele geçmişte yaşananlar yoluyla çözüm bulunmaya çalışılır. Çoğu zaman da hatalı önermeler ortaya çıkar. Bloch'a göre şimdiyi geçmişle anlama çabası, geçmişi şimdiyle anlamaya çalışma uğraşıyla birleştirilmelidir.

Tarihsel gözlem ise birbirinden farklı tanıklıklar yoluyla olasıdır. Bloch "görülmüş şeylerin her derlemesi, en azından yarısı, başkaları tarafından görülmüş şeylerden meydana gelir" der ve ekler "zaman içindeki insanlığa dair her bilginin hareket ve uygulama noktası büyük ölçüde başkalarının tanıklığına dayanmaktadır" (Bloch, 1985:33). Ancak olayların ön sıralarında haber yakalamaya çalışan gazeteci değil, sorumlu tarihçi, başkalarının gözlemlerini malzeme olarak kullansa da bu malzemeye kendi gözüyle bakmayı başarabilir. Geçmiş, tanımı gereği yaşanan olayların değiştirilemeyeceği bir veri olsa da geçmişin bilgisi sürekli olarak gelişme halinde bir şeydir. Bloch, geçmişin tanıklıklarını iradi olan ve olmayan tanıklıklar diye ayırıyor. İradi tanıklıklar anılarda, yazılı tarih kaynaklarında karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan "mutfağındaki artıkları yakınındaki göle atarken" bugünün arkeologlarına malzeme bıraktığını hiç düşünmeyen insanlar da iradi olmayan tanıklıklarıyla tarih araştırmalarına yardımcı olmaktadırlar. Bloch bu durumu son derece haklı bulduğumuz şu sözleriyle değerlendiriyor: "geçmişi her zaman kendi bıraktığı izlerden tanımaya mahkumuz, ancak sonunda bize kendi hakkında vermenin uygun olduğunu

düşündüğünden daha fazlasını öğrenmeye ulaşabiliyoruz" (Bloch, 1985:40-41). Çünkü insanın "söylediği veya yazdığı her şey", ürettikleri, dokundukları, bilgi vermeye yönelik olarak vardır ve geçmişi araştırmada hiç bir zaman iradi tanıklıklarla yetinilmemelidir. Ancak bir "vak'a nüvis"in toplayıcılığı da yeterli değildir. Benjamin'in deyişiyle "geçmiş ancak, bilinip anlamlandırılabildiği an parlayıp görünüveren bir imaj olarak" yakalanabilir ve geçmişi "tarihe uygun olarak yeniden konuşturabilmek, bir tehlike anında (moment) bir anda parladığında onunla bir bellek kazanmak" demektir (Benjamin, 1982:168-170). Bloch da tarih kaynaklarının verdiklerini olduğu gibi tekrar etmek yerine bu verileri eleştirel bir yöntemle değerlendirmek gerektiğini savunur.

Tarih araştırmalarının okuyucu kitleye aktarılması durumunda ise bu eleştirel değerlendirme büyük ölçüde titiz dipnotlara yer vermeyi gerektirmektedir. Aktarılan tüm belgeler ve dipnotlar aktarıcı ile okuyucu arasındaki yanlış anlamaları ya da iletişim terminolojisiyle "olası entropi"yi önleme kaygısının sonucudur. Burada bizim elimizdeki malzemeye, yani "Yaşayan Tarih" video derlemesine dönersek; dipnotların yalnızca alışageldiğimiz gibi kitap sayfalarının alt bölümlerinden ibaret olmadığını söyleyebiliriz. İncelediğimiz "tarihsel" haber filmlerinin en önemli dipnotu, bizden kaynağını saklamayan "British Pathé" şirketidir. Tarihsel ve nesnel belge olma savunusuyla karşımıza çıkan orjinal film parçalarını yeni kurguyla, ama konuların çeşitliliği ve oranları gözönüne alındığında, özünde "aynen tekrar eden" düzenlemeyle sunan Parksfield şirketi bize kendi iradi tanıklığını aktarmaktadır. Biz izleyicilerin ve araştırmacıların bu malzemeye yaklaşımımız öncelikle kendi tanıklığımıza karşı duyacağımız sorumlulukla biçimlenecektir. Çünkü haber filmlerini izlerken artık görsel ve işitsel olarak bizim kendi tanıklığımız devreye girmektedir. Ve bu aşamadaki tanıklığın değerlendirmeye yönelik olması kaçınılmazdır.

## C. TARİHSEL TANIKLIKLARIN GERÇEKLİK SORUNSALI

Tarihsel belgeleri yaşanan günümüzde, kuşkuculuk ilkesiyle ve içindeki "moment"leri fark edebilecek uyanıklıkla ele aldığımızda acaba gerçeğe ne denli yaklaşabiliyoruz. Yaşanan her ne var ise ona bağlı kalınması gerektiğini öğütleyen "tarihsicilik" yaklaşımının yanı sıra, post-yapısalcılık ve postmodernizmin "tarihsizlik" yaklaşımı da bize karşı duruyor. Postmodernizmin işlemeyen yanlarını incelediği çalışmasında Norris, tarihsicilik gibi tarihsizliğin de temel yanlışının, eleştirel bakıştan yoksun olmaktan kaynaklandığını ortaya koyuyor (Norris, 1990:1-45). Postmodernist durumu açıklamaya girişen Lyotard'ın görüşlerini Norris'le birlikte incelediğimiz zaman görüyoruz ki Lyotard; tarihsel olaylara bakışın "aslında ortada bir gerçek olmadığı halde doğrudan bir sunumun var olduğuna inanmak yanılgısından" kaynaklandığını ileri sürmektedir. Lyotard'a göre bilişsel sınırların ötesinde var olan salt gerçek diye bir şey yoktur: belleklerde yer eden büyük tarihsel olaylar, devrimler adeta "görkemli gösteriler"den başka bir şey değildir ve Kant'çı "yüce"nin ideal imaj algılamasıyla bağlantılıdır. Bu yüzden de Lyotard'a göre görkemli gösteriler, tarihin gelişme aşamalarından ibaret olduğuna inanan ve bunun üzerine diyalektik şemalar oluşturan Hegel'ci, Marxist ve diğer büyük anlatı (narration) kuramlarının ötesindedir.

Lyotard, yaşanmış ya da tanık olunmuş olayların kayıtlarına bakılarak gelişmeye olan inancın ya da gelişmenin hiç olmayacağına dair umutsuzluğun söz konusu edilemeyeceğini; bu kayıtların şu ya da bu tavrı meşrulaştırmak için kullanılamayacağını söyler. Bizim tarihten bir şeyler öğrenmemiz ya yanlış kategorilendirme ya da Lyotard'ın dediği gibi tüm bu olaylardaki ince rastlantılardan alınan olumsuz bir ders olabilir ancak. Lyotard'a göre, ampirik bilgilenme konusu olarak yaşanan gerçekler ile Kantçı nedensel düşüncenin (belgelenmiş gerçeklere bakılarak kanıtlanabilir ya da çürütülebilir olmayan düzenleyici kavramlar) birbirine eşitlenmesi olanaksızdır.

Ancak Lyotard ampirik gerçekler ile nedensel düşüncenin bir arada bulunamayacağını göstermek için başarısızlığa uğramış devrimler, tersine dönmüş idealler, işçilerin yararına çalışmayan işçi devletleri örneklerinin oluşturduğu bir dizi gösterge kullanıyor ki, Norris'in haklı olarak saldırdığı gibi bu göstergeler eğer "praxis" olasılığını kanıtlayamıyorsa; kuram ve uygulamanın bir arada bulunabilirliğinin yani "praxis"in olanaksızlığının da kanıtı olamaz. Yoksa yine tanıklıkların göstergelerini kanıt olarak onaylamış oluruz.

Tekrar Lyotard'a kulak verelim; Kant'çı "yüce"nin politikleştirilmiş okunuşunda "büyük tarihsel episodların" kanıt olarak kullanılması durumunda "bilişe uygun doğrudan sunum kuralına göre değil diyalektik bölümlemelerin tutulduğu serbest benzetmeli (analojik) sunuma göre" bölümleme yapılır. Buradan belli bir olguya gönderme yapılır ama aslında bunlar tartışmada gerçek bir örneklem değeri içermemektedir. İnsanlık tarihinden alınmış bir olguya yapılan gönderme umutsuzluk söyleminin nesnesi olarak kullanılabileceği gibi kurtuluş (emancipation) söylemi nesnesi olarak da sunulabilir (Norris, 1990: 12-15).

Özetle Lyotard'a göre kaydedilmiş tarihsel olaylar yalnızca göstergelerdir. Bu göstergeler "coşkulu seyirci"den kaynaklanır ve bunların gerçek olaylarmış gibi okunması yanılsamadır. Hemen burada yine coşkulu seyirciden söz eden ama Lyotard'ın görüşleriyle taban tabana zıt bir başka düşünüre, Hannah Arendt'e baktığımız zaman kayıtlı tarihin eğilimler, güçler ve düşüncelerden çok hareketlerin (action) öyküsü olduğunu görüyoruz (Arendt, 1958: 184-192). Seyirci coşkusuna verilen önem de işte buradan, hareket halinde olanın öykülenmesindeki çekicilikten kaynaklanmaktadır. Hareketi gerçekleştiren aktördür ama öyküyü "öykü anlatıcısı" oluşturur. Herkes öykü anlatıcısı olamayacağı gibi, Benjamin'in deyişiyle roman yazılan bir dönemde artık öykü anlatıcısı da bulmak zordur (Benjamin, 1992a:86-87). Çünkü öykü anlatıcısı yaşadığı deneyimlerden yani kendi tanıklıklarından yola çıkar ve öyküyü "yüz yüze" anlatma sanatına uygun olarak dinleyicisine aktarır. Bir yüz yüze iletişim biçimidir. Peki "mekanik yeniden üretim çağında" karşılaş-

tığımız sanat ürünlerinde; "aura"dan yoksun anlatımlarda seyircinin durumu nedir sorumuza Benjamin "oyalayıcı bir çılgınlıktır" yanıtını vermektedir (Benjamin, 1992b:232).

Baudrillard ise seyircilik durumunu, gösterilere tapan; anlamın nötralize olmasıyla büyülenen bir çılgınlık konumuna indirgemektedir (Baudrillard, 1991: 12, 28-29). Aydınlanmacı eleştirel düşüncenin öne sürdüğü her gerçekliğe karşı çıkan uç bir postmodernist düşünür olarak Baudrillard'a göre; içinde bulunduğumuz postmodern durumda enformasyonla birlikte artık gerçeği sahteden, gelişmeyi anlık tepkilerden, bilgiyi sözdebilgiden ayırmak olanaksızdır. Çünkü gerçeklik bütünüyle kitle iletişim araçlarıyla oluşturulmaktadır. Gerçeklik yalnızca kurgusal bir şeydir ve bu yüzdendir ki rasyonel tartışmalara konu olamaz.

Norris, Baudrillard'ın kitleler için yaptığı nitelemeleri kendisine çevirip onu "lunaparkta yolunu kaybetmiş" bir çocuğa benzetiyor ve zaman zaman keskinleşen bir eleştiri diliyle bu uç postmodernistin kendisinin de içinden çıktığı aydınlanmacı geleneğe ihanet ettiğini söylüyor. Baudrillard'ın ortaya koyduğu "simulacrum" örnekleri hep "gelişmiş" Batı ülkelerinin günlük yaşamından alman yanıltıcı görüntülerdir. Günlük yaşamın bu gerçeği asıl olarak yansıtmayan görüntülerinin kökenini bulmak hiç de sanıldığı kadar olanaksız değildir; bunlar Batılı ülkelerin yönetim kararlarının getirdiği değişikliklerdir (Norris, 1990:165-173). Baudrillard, neşeli, çılgın ve baştan çıkarıcı bilinçsizliğini adeta kutsadığı kitleleri yine de "dışarıdan" değerlendirmektedir. Aydınlanmacı düşünürleri kitlelere müdahale edip onlara alternatifler sunmaya kalkışmakla suçlarken kendisi de Norris'in vurguladığı gibi tepeden bakan bir tavır içindedir. Frederic Jameson'ın "geç kapitalizmin mantığı" diye adlandırdığı pragmatik dil oyunları yapmaktadır (Jameson, 1993).

Öte yandan örneğin Mills'in savunduğu bir "toplumbilimsel imgelem" aracılığı ile insanın içinde yaşadığı tarihsel dönemin koşullarını anlayabilme olasılığının bulunduğunu biliyoruz (Mills, 1979). Mills insan kendisiyle aynı koşullar içinde

yaşayan insanlardan haberdar olursa ancak dünyada neler olup bittiğini ve kendi yaşam şansını değerlendirebileceğine inanır.

Edward Soja da Mills'in izinden giderek toplumbilim çalışmalarının tarih ve coğrafyaya eş önem vermeleri gerektiğini söyler. Ancak Soja'ya göre bunların aralarında bir öncelik sırası yoktur. Kişilerin ve toplumların yaşam öykülerinde alan/mekân,tarihi göstermek için kullanılıyorsa bile alansız tarih aslında olanaksızdır.

Burada hemen tarihsel haber filmlerinin örnek olarak aldığımız video kasetlerinin içine sıkıştırılması ve uzaktan kumanda aletiyle televizyon ekranında yerini almasını anımsatmak istiyorum: üzerinde yapılabilecek tüm gerçeklik argümanları bir yana "geçmiş olayların" görüntüleri olarak tarihe ilişkin olan orjinal film parçalarının, üstelik televizyon akışı rastlantısallığına bırakılmadan kumandalı bir biçimde "canlanması" yanılsamalı olarak tarihin ev içi-alanına taşınmasıdır. Kuşkusuz bu fiziksel taşınma durumu, tarihe yapılan herhangi bir müdahale olarak görülmemelidir; ne zaman ki bu görüntüleri Bloch'un söylediği gibi tanıklıkların bıraktığı malzeme olarak kabul ederiz ve Benjamin'in dediği gibi bugün ile bütünleştiririz; o zaman ancak, geçmişin unutulmadığından söz edilebilir. Tarihsel olayların tanıklığının (hangi yolla olursa olsun) insanoğlunun yaşam deneyimine ilişkin olduğu açıktır.

Inglis tanıklık yerine deneyim sözcüğünü öne çıkarır. Ona göre tarihsel deneyim dil ve simge kullanımı aracılığıyla kişisel ve özel olmaktan çıkıp kamusal bir kimlik kazanmaktadır (Inglis, 1993, ss.204-208). Deneyim kimin ne hakkındaki deneyimi olursa olsun, deneyimi yorumlamak, anlamlandırmak ve değerlendirmek için kullandığımız dil ve simgelerle oluşturduğumuz öznelerarası ve bireylerötesi tanımlamalara konu olmaktadır. Inglis, akademik alandaki modernizm ve postmodernizm tartışmalarının gündemine "bunların her ikisi de devrini kapatmıştır, artık Kültürel Çalışmaların devrini yaşıyoruz" diyerek girmektedir. Edebiyatçı kökeni, medya çalışmalarında dile verdiği önemde kendini göstermektedir. Deneyimi tanımlama giri-

şimi de edebiyat eleştirileri çerçevesinde sürmektedir. Inglis'e göre deneyim; olayların fiziksel ve mental olarak karşılanması sırasında yaşananlardır. Ancak bu karşılaşma "basitçe benim ruh ve beden olarak benim dışımdaki gerçek dünyayla karşılaşmam" değildir. Dünyayla karşılaşmak için onu yorumlayabilmem gereklidir; "benim yorumlayışım, içinde bulunduğum ve beni oluşturan anlatım geleneğine dayanacaktır" (Inglis, 1993, s.207). Böylece, olayları bir hikaye içine oturtmadıkça (ve oluşturuncaya dek) yorumlanmış deneyimler haline dönüştüremeyiz. Hikaye etme, öyküleme ise anlatım geleneğine aittir ancak geleneklerin nasıl da zorlu mücadelelerle, tartışmalarla oluştuğunu da gözardı etmemeliyiz. Öyleyse gelenek oluşturmak bir savaştır; ülkeler, ırklar ve cinsler arasında yaşanan. Öyküleme ve deneyim de işte, yaşanan güne ilişkin güç dengelerinin bir ürünüdür. Dil ve deneyim ilişkisine Eleştirel Kuram ve Tarih bölümünde değineceğiz.

## D. ELEŞTİREL KURAM VE TARİH

Frankfurt Okulunun eleştirel kuramına yöneltilen tarihi dışarıda bırakmak, tarihsel araştırmaya gereken önemi vermemek "eleştirilerine" biraz daha yakından bakabiliriz: Soja eleştirel kuramın tarihi de coğrafyayı da gereğince önemsememekle suçluyor ve coğrafyasız bir evrenselleştirmenin yanılgı olduğunu söylüyor (Soja, 1993:138-141). Bu eleştiri Okul'a başkaları tarafından da yöneltilmiş. Bottomore'un da gösterdiği gibi Frankfurt Okulu "tarihsel ve karşılaştırmalı bir açıdan sistematik olarak incelenmemiş olaylardan aşırı derecede etkilenmeye eğilimli" olmasıyla anılmaktadır. Okul "tarihsel materyalizm" kuramını bir bütün olarak yeniden kurmaya girişmemiş, tarihdışı bir yaklaşımı benimsemiş; Habermas'ın son dönem girişimleri bunu kırmaya yönelmiş olsa da kavramsal çözümlemelere ağırlık vermiştir (Bottomore, 1989: 83-84).

Oysa Benjamin, önceki sayfalarda andığımız "Tarih Felsefesi Üzerine Tezler" çalışmasında; özgürleşmenin (emancipation) ancak geçmişin unutulmaktan kurtulup yeniden anımsanmasıyla, "yaşanan zaman" ile, "şimdi" ile bütünleştirilmesiyle elde edile-

bileceğinde ısrarlıdır. Tarih felsefesi arayışının bir örneği olan Benjamin'in tezleri tek başına da kalmamıştır.

Eleştirel kuram; aydınlanmanın eleştirilmesinde spekülatif düşünce ile ampirik araştırmayı bütünleştirmeyi hedefliyordu ve özellikle Horkheimer, Lukacs, Marcuse ve Habermas, doğrudan tarih felsefesini konu alan çalışmalar geliştirdiler (Jay, 1989:365 vd.).

Adorno ve Horkheimer'ın Aydınlanmanın Diyalektiği çalışmasında tarihsel materyalizme karşı açıkça kötümser bir tavır vardır. Onlara göre daha iyi bir gelecek için umutlu olabilmek ancak "bugün varolan toplumsal ve tarihsel koşullarımızı kararlı bir biçimde olumsuzlayabilmekle" olasıdır. Bu karamsarlığın sonucu olarak, aydmlanmacı aklın önerebileceği bir "mücadeleci praxis" biçiminin bulunmadığını belirtirler (Jay, 1989:385).

Özellikle Adorno'nun geliştirdiği "kültür endüstrisinin duyarsızlaştırdığı kitleselleştirilmiş insan" saptaması, Frankfurt Okulunun liberal toplum realitesiyle uzlaşmayı reddeden tavırlarının bir sonucuydu (Jay, 1989:398-404). Nitekim Aydınlanmanın Diyalektiği'nin yayınlanmasından yıllar sonra Adorno kültür endüstrisine ilişkin görüşlerini değiştirmemiştir. Adorno'ya göre kültür endüstrisi, kendisi için karar verme bilincine sahip özerk, bağımsız bireylerin, "tarihin öznesi" olacak bireylerin gelişmelerini engellemektedir.

Kültür endüstrisinin yenilikler olarak sunduğu kendi içindeki gelişimi de Adorno'ya göre endüstrinin kültüre egemen olma temelini oluşturan ve sonsuza dek değişmeyecek olan iskeleti maskeleyen, altyapıyı yineleyen yüzeysel yeniliklerdir. Yüzeysel yeniliklerin kökeninde simgesel bir dilin kullanıldığına dikkat çeken düşünürlerden biridir Adorno. Görsel iletişimin dünya pazarında egemen olmasıyla birlikte -daha önceleri teoloji ve sonra sinema ile ilgili çalışmalarda üzerinde durulan- göstergelerle ilgili dilbilim ve felsefe çalışmaları yeniden gündeme gelmiştir. Göstergelerin simgesel biçimde yaygınlık kazanmasını Adorno, kitle kültürünün "hiyeroglif yazı" dilini kullanmasına bağlamaktadır (Hansen, 1992:43-73). Öncelikle standart

Hollywood kalıplarına gönderme yapmaktadır ama, Adorno'ya göre endüstrinin arkaik simgeleri kullanmasının, bu arkaik dönemlerinin egemenlik yapısı ile de yakından ilişkisi vardır. Hiyeroglif yazı, dünyanın mumyalanmasını düşleyen yöneticilerin elinde bir egemenlik göstergesidir. Hiyeroglif yazıdaki simgesel yapı, mitsel bir kavram olarak doğanın dönüşümlü, sonsuza dek yenilenen ve sürekli olan yapısına işaret eder. Yazıdaki kopyalama, öykünme ve yansıtma işlevleri doğadan çıkıp, doğayı tanımayı reddeden ve sanki yalnızca kendisi yerine duran bir gelişim içindedir. İmgeleme ise öte yandan, kaynağını reddetmez ama ortaya çıkana dek geçen dönüşüm sürecini gizler, kendi araçsallığını gizler.

Estetik dışavurum biçimleri olarak sinema ve televizyonun gelişimini incelerken Adorno işte Mısır hiyeroglif yazısını geliştiren rahiplerin işlevini bugün kitle kültürü endüstrisinin üstlendiğini ileri sürer. Popüler imgelerin dönüşümlü (cycled), sonsuz ve sürekli (imişcesine) sunulmasında böylesi bir dünyayı mumyalayıp egemenliği sürekli kılmak gibi bir düşün yattığını söyler (Hansen, 1992:49-52).

İmgelerin iletişimi kuranın buyuruculuğu ile yan yana dizilmesinde metanın "büyülü" hale getirilmesi, yani fetişistik sunumu söz konusudur. Dolayımdaki imgelerin gösterdiklerinin yerine durduğunu, onların asıl olmadığını bilse de fetişizmin psikanalizdeki yanıtı gibi: "evet, bunun o olmadığını biliyorum ama yine de..." karşılığını verir seyirci/izleyici. Doğallık iddiasındaki hiyeroglif yazısında yanıltıcı bir somutluk vardır.

Horkheimer ve Adorno, popüler kültür kitlesinin yalnızca verilen bu imgeleri alan edilgen tüketiciler olmadığını, tam tersi "şifreleri çözmek üzere" uzmanlaşmış, aktif okuyucular olmaları gerektiğini belirtirler. Kitle kültürünün etkisi de işte burada yatmaktadır. İzleyici kendini hiyeroglif yazıdaki büyülü sözcükleri bulan kişi olarak görür.

Sinema ve televizyonda izlenen film ya da programın akışı içindeki imgelerin her biri eşit anlam ve öneme sahip değildir. Arada bazışifreler yanıp söner; gizem ayrıntılardadır ve

izleyici bir yorumcu keyfi duyar "okudukça". Bu okuma süreci Adorno ile birlikte olunca gerçekten keyifli oluyor; çağdaş kitle iletişimcilerinin, örneğin Stuart Hall'un "kodlama-kodçözme" modelinin verdiği şematik açıklamaların ne denli yetersiz kaldığı görülüyor. Akademik okumalarımız bir yana, sıradan izleyicinin popüler kültür ürünleri karşısındaki durumunda mutlaka iletiyi çözme zevki var ancak Adorno, gerçek büyüyü çözmenin çok derinlere gömülü bir umut olduğunu anımsatmadan edemez. Hiyeroglif ya da görüntülü yazının sanatsal dışavurumda kullanılmasının çekiciliğine Abel Gance, Griffith, Eisenstein gibi sinema ustalarının; Whitman, Poe gibi yazın ustalarının kapıldığını biliyoruz.

Son yıllarda felsefe yazılarında sinemaya da ağırlık veren düşünür Derrida, hiyeroglif kavramını Adorno'nun bıraktığı yerden daha da karmaşıklaştırarak sürdürür. Derrida, Hansen'in gösterdiği gibi, hiyeroglif göstergenin heterojenliğinin, doğrudan "text"e içkin olmasından çok, bir yorum yöntemi ve metaforu olmasını sorgular. Yazının "kripto-politiği"nden söz ederken Derrida, yazının kriptosu yani kodu artık harcı-alem olduğu zaman anlamı ve bilgiyi ellerinde tutan entellektüellerin ve kurumların, hemen gizli/kutsal yeni kodlar ürettiklerini söyler (Hansen, 1992:60-61). Böylece text hiç bir zaman onu yorumlayanlardan, açımlamalardan (deconstructions) bağımsız bulunamaz. Her zaman bir yazı-karşı yazı söz konusudur.

Bizim için burada özellikle üstünde durduğumuz; imgeler yoluyla sonsuzluğu, dönüşümlü tarihi göstergeleyen "hiyeroglif yazı" üzerine görüşlerini kısaca aktarmaya çalıştığımız Adorno ve Derrida, kültür endüstrisini total bir sistem olarak aldıkları için kültürel farklılıklar ve tarihsel değişim gibi kavramlar, eleştirel çerçeveleri içinde yer almamaktadır.

Ancak iki kuramcı arasında temel farklılıklar vardır. Derrida açımlamalarında (deconstruction) tarih karşısında dile öncelik verir. Adorno ise tarihin ekonomik, toplumsal ve politik güçler olarak bugünde yer alan izlerinin dilden bağımsız olmadığını ancak dilin sorunsallığı ile de açıklanamayacağı ile ilgilenir.

Dil ve deneyim arasındaki bu ayrışım, modernitenin gelişimindeki tartışmalara bağlı olarak kalır. Kracauer ise hiyeroglif yazıyı gündelik yaşamda; fark edilmeden yaşanan, gelip-geçici süslemelerde bulur. Kracauer'a göre dünyanın "okunabilmesi" işte bu gündelik yaşamda gizli olan hiyeroglifi çözümleyebilmeye bağlıdır. Okuyamama ise modern yaşama katılamama (disintegration) sorununa ilişkindir. Kracauer 1920'lerdeki yazılarında fotoğrafta, kentlerde, sinema salonlarında görselleşen dünyayı yeni şifrelerle donatılmış olarak algılıyordu ve bu şifreleri çözmeye çalışıyordu. (Kuşkusuz Kracauer yalnız değildi; Marshall Berman'ın dediği gibi modernitenin değişim aşamalarında "katı olan her şey havaya uçar" !) Fotoğraf gibi sinemanın da ortaya çıkışı, çevremizde bulunan gündelik ve belki de "dünyanın en önemsiz" olaylarını saptayacak bir araca duyulan özlemin sonucuydu (Kracauer, 1985:78). Kracauer her hangi bir toplumsal alanda bulunan (bu alanlara artık kitle iletişim araçlarının alanını da katabiliriz) imgelerin oluşturduğu hiyeroglifin deşifre edilmesi ile toplumsal gerçekliğin sergileneceğini düşünüyordu (Hansen, 1992:66). Toplumsal imgelerin toplumsal düşleri ifade ettiğini söylerken de düş'ten anladığı Benjamin'de olduğu gibi romantik bir kollektivite düşü değil, bastırılmış kâbusların sansürsüz bir biçimde dışa vurulmasıydı. Kracauer, gündelik olanın kentte ve yeni medyada paylaşılmasını, "bilincin reddettiğini kollektif olarak deneyimlemek" olarak görüyordu.

## E. TOPLUMSAL BELLEK VE İLETİŞİM ARAÇLARI

Kollektif deneyimler; toplumsal bellek, ortak tarih kavramlarına ilişkin olarak özellikle son on yılda iletişim bilimcilerinin önemle üzerinde durdukları bir konu. Aslında bizim çalışmamızın çıkış noktası da kitle iletişim araçlarının bu kollektif deneyimlerle olan ilişkisini araştırmaktı. Gördük ki, İngiltere'de kendilerine "Toplumsal Bellek Grubu" adım veren bir grup iletişimci var ve toplumsal bellek araştırmaları bu grupla da sınırlı değil. Tarihçiler de ortak bellek kavramını araştırıyorlar ve bunların içinden önemli bir örneği, Hobsbawm ve Ranger'ın derlemesinde yer alan Cannadine'ın İngiliz Kraliyet ailesinin

törensel yapısını incelediği araştırmasını "Kraliyet Ailesi Kamera Önünde" bölümümüzde aktarıyoruz (Hobsbawm ve Ranger, 1993).

Bu alanda yayınlanan tüm araştırmalara ulaşamadık ama Communication dergisinin özel olarak bu konuya ayırdığı bir sayısını inceledik ve buradaki bazı yazıları kendi değerlendirmelerimizle birlikte aktarmak istedik. Farklı disiplinlerdeki araştırmaların toplumsal bellek anlayışlarındaki ortak noktalar gösteriyor ki; toplumda bireylerin belleklerinden öte ortak bir bellek bulunmaktadır ve bu ortak bellek kültürel yapılanmaya ilişkindir. Öyleyse kültürel değişim sürecinin anlaşılmasında toplumsal belleğin anlaşılması büyük önem taşır. Tüm araştırmaların yoğunlaştığı konular; öncelikle toplumsal belleği tanımlama çabasıyla başlıyor. Popüler bellek, kollektif bellek, kamu belleği ve toplumsal bellek olarak farklı adlarla anılsa da hepsi toplumdaki bireylerin kişisel düzeylerinin ötesinde bir bellek olduğunu kabul etmektedirler. Bir kültürel pratik konusu olduğu için kuşkusuz yer ve zamana göre toplumsal belleğin tanımı değişecektir. Bir başka ortak nokta, tüm araştırmaların belirli olaylar ve tarihsel dönemlerle ilgili ayrıntılı bir döküm sunmalarıdır. Bir yandan da toplumsal belleğin pek çok kültürel, toplumsal, politik pratiklerde son derece önemli olduğu ileri sürülür. Örneğin "Toplumsal Bellek Grubu" bazı geçmiş olayların, egemen ideolojinin yeniden üretilmesinde önemli bir kaynak olarak kullanıldığı sonucuna varırlar. Onlara göre bellek "geçmişe değil, geçmiş ile bugün arasındaki ilişkiye" gönderme yapar. Bazı olayların anımsanması, öne çıkarılması, bazı olayların unutulmasını da beraberinde getirir. Anıların "ayıklanması" özellikle yaşanan günle ilgili gereksinimlere yanıt verecek biçimde gerçekleşecektir. Elde var olan izlerin kaynak olarak ulaşılabilirliği burada önemli bir sorun olarak karşımıza çıkabilir. Dahası, belli anıların kaynaklar içinden parlatılıp, "cilalanıp" yeniden kullanıma sunulması işleminin toplumu etkileyici, dolayımı sağlayıcı düzeyde olabilmesi de bir egemenlik sorunudur.

John Nerone "profesyonel tarih ve toplumsal bellek" arasında kesin bir ayrım yapılmasını önerir (Nerone, 1989:89-104). Nerone toplumsal belleğin geçmişi yenileme, geçmişin içinden

bazı seçmelerle geçmişi yeniden toparlama işleminin, profesyonel tarihçinin tarihi yazma sürecinden çok farklı olduğunu söyler. İlkinde bir ortak yaratımın ağır bastığına, ikincisinde ise elde bulunan verileri profesyonelce değerlendirmenin söz konusu olduğuna inanır. Toplumsal belleğin özelliklerini verirken önce bireysel-grupsal-toplumsal bellek arasındaki ilişkilere değinir. Bu ilişkilerin eşit oran ve ağırlıkta olmamakla birlikte karşılıklı olduğunu söyler ve bir tanım verir: "Toplumsal bellek; bir toplumdaki bazı gruplar, kurumlar ya da kişilerin bazı deneyimlerinin, tanınabilir senaryolarla ve ahlaki bir boyutla (bir değerlendirmeye tabi tutularak) yapay bir biçimde anımsanmasıdır" (Nerone, 1989:92).

Bu tanıma göre toplumsal bellek yapaydır (artificial), çünkü her şeyden önce insanlar tarafından oluşturulmaktadır. Tüm anıların özel artniyetlerle bilinçli olarak hafızaya dahil edilmesi söz konusu olmasa da bu "insan yapımı" yönünü vurgulamak özellikle geçmişin anımsanmasının doğal ve yansız bir işlem olmadığını belirtmek içindir.

Toplumsal bellek anımsamadır (recollection), çünkü modern toplumlarda pek çok bilgiyi saklamak olasıyken bunlardan yalnızca bazıları anımsanır. Kaydedilen, saklanan her şey toplumsal bellek değildir. Bu da anımsamanın "yaşanan gün"de yer alan aktif bir süreç olduğunu gösterir.

Toplumsal bellek seçicidir (selective), çünkü ancak bazı deneyimler anımsanır ve bu deneyimler ancak bazı grupları özne ya da nesne olarak ele alırlar. Bu da toplumdaki güç dengeleri (ya da dengesizliği) ile yakından ilişkilidir. Akademik çalışmalar, toplumsal bellek içinde bulunanlardan çok dışarıda bırakılanlar ile ilgilenir ve toplumsal çatışmaların izini böyle sürmeye çalışır. Çünkü toplumsal bellek toplum içindeki belli katmanlara ait olsa da kendisini "evrensel"miş gibi sunar. Özellikle kitle iletişim araçlarından sunulan toplumsal anılarda bu seçme işlemi çok açık olarak görülür. Gazetecilik mesleğinin formatları çoğu kez bu seçmelerin nedeni olarak öne sürülür.

Ancak "resmi tarih" kavramı ile seçicilik daha karmaşık bir süreç haline gelir.

Toplumsal anılar anımsanabilir senaryolara (scripts) göre düzenlenir; ham materyalin seçici bir anımsamaya konu olduğunu söylerken Nerone, seçim ölçütünün belli grup ve toplumsal ilgilere karşılık vermesinin yanı sıra "anımsanabilirlik" özelliğine de sahip olmasına göre belirlendiğine dikkat çeker. Geçmişe dair bilgiler arasında fazla karmaşık ve can sıkıcı olmayanların anımsanabilirlik şansı daha yüksektir. Böylece basitleştirilmiş, tek boyutlu anlatılar öne çıkacaktır. Karmaşık olaylar da basitleştirme süzgecinden geçirilebilir; iyiler ve kötüler, hoş ve çirkin olanlar açıkça belirgin olarak verilir. Ortalama kavrama düzeyine göre şematize edilmiş, dramatik bir anlatım vardır geçmişle ilgili anımsamalarda.

Toplumsal belleğin ahlaksal (moral) bir boyutu vardır; her anı bugün için yararlı olabilecek dersler ve mutlaka politik anlamlar içerir. Anıların öyküsü hep bir "kıssadan hisse" vermek üzere kullanılır.

Nerone, toplumsal bellek için bir tanım arayışından sonra profesyonel tarihin ne olduğunu anlatmaya girişir ve 19. yüzyıldan bu yana nesnel geçmişi araştırma ilkeleri içeren bir bilim dalı olarak tarihçiliğin gelişimini verir; toplumsal bellekten farklılaşan yönlerini ortaya koymaya çalışır. Tarih biliminin sistematik ve nesnel olma savunusuyla yaklaştığı geçmişe toplumsal bellek oportunist, "ayran gönüllü" bir acelecilikle yönelir. Tarihçiler entellektüel arayışlarını meslekdaşlarıyla paylaşırken toplumsal bellek tümüyle "halka" ilişkindir. Burada açık yüreklilikle belirtmeliyiz ki Nerone'un açıklamalarını fazla "şematize" ve yüzeysel bulmakla birlikte "tarihçilerin entellektüel arayışlarının hiç bir zaman, toplumun genelini memnun edecek kesinlikler sunamayacakları" görüşüne katılmamak elde değil. Nerone, tarihçiler ile halk arasındaki uzaklığın kırılması gereğini vurguluyor; bu belki de tüm toplumsal bilimlerin sorunsalı.

Bir toplumbilimci olan Michael Schudson ise toplumsal belleğin oluşum sürecini ve insanların geçmişi tümüyle kendilerine göre yeniden oluşturma özgürlüğünü kısıtlayan faktörleri incelemektedir (Schudson, 1989:105-113). Schudson toplumsal belleğin oluşturulması sırasında kişi ve farklı gruplar arasında gerçekleşen çekişmelere değinirken; geçmişteki yaşantılar ile bugünkü yaşantılardaki geçmişin birbirine karşı durduğunu söyler. Geçmiş sürekli olarak bugünün çıkarlarını meşrulaştırmak üzere anlatılırken bazen geçmiş bu yenileştirmelere karşı direnir.

Bu direnmenin üç faktöre bağlı olduğunu söyler Schudson: elde bulunan geçmişlerin yapısı, bireysel seçimlerin yapısı ve geçmişi kendilerince oluşturmak isteyen kişi ve gruplar arasındaki çatışma. Yazılı olmayan anılara, mitlere gönderme yapmanın yalnızca yazılı kültüre geçmemiş toplumlara ait olmadığını da belirten Schudson mitlerin, geçmişin yeniden yapılandırılmasındaki ideolojik boyut olduğunu vurgular. Ortak anıların oluşturulmasında nesnel ya da salt estetik yargıların aranmasının yanlış olduğunu, elde bulunan (available) geçmişin belli kurumlar tarafından koruma altına alındığını söyler. Belli anıların canlandırılmasına izin verilecekse bu kurumlar tarafından bir takım mantık yürütmeleri yapılır ve bu mantık kendini kabul ettirmeye çalışır. Bireysel seçim ise elde bulunan, ortada bulunan bu geçmişe ilişkin olarak, onunla sınırlandırılmış olarak yapılacaktır. Ancak geçmişte bulunan bazı ögeler can sıkıcı olabilir; travmatik olaylar hoşlarına gitmese de insanların görmezden gelemeyecekleri olaylardır. Amerika'lılar için kölelik, Alman'lar için soykırım böylesi travmatik geçmiş dönemlerdir. Bu travmatik deneyimler bir "kıssadan hisse" mantığı ile, ders çıkartılarak anılmalıdır; hoş olmayan gerçek anıların yaşarlığını sürdürebilmesi ancak böyle olasıdır. Freudian terimlerle bezenen yazı, "geçmiş, insanların zihinsel yaşamında canlılığını sürdürmekle kalmaz; insanın zihinsel yaşamının canlılığını koruması da ancak geçmişin anımsanmasıyla olasıdır" düşüncesini vurguluyor. Bu görüşe biz de katılıyoruz ama Schudson'un "geçmiş kendini yeniden yaratmaya kalkışanlara karşı direnir" iyimserliğini biraz temkinlilikle karşılıyoruz.

Communication dergisinin "Toplumsal Bellek" özel dosyasında bulunan diğer yazılardan Catherine Kaha'mn "Karşılıklı Konuşma Olarak Bellek" makalesi; belleğin mekanik bir şey olmadığını savunuyor (Kaha, 1989: 115-122). Kaha'ya göre bellek bir "anlam yaratma sürecidir" ve belleğin işleyimini teknolojik metaforlardan çok biyolojik metaforlar yardımıyla tanımlayabiliriz. Burada yazar, Milan Kundera ve Susan Sontag gibi edebiyatçıların belleğin duyumsanmasıyla ilgili yazılarına gönderme yapılıyor ve insan beyninin çalışmasının bilgiişlem terimleriyle değil, edebi terimlerle anlaşılabileceğini ileri sürmektedir. Bu görüşüne temel olarak da "anımsamanın bir gölge ya da fısıltı biçiminde ortaya çıkmasını" göstermektedir.

## F. YENİDEN DÖNÜŞÜMLÜ TARİH

Bu bölümde görüşlerini incelediğimiz yazar ve düşünürlerin ışığında, tarihin gündelik yaşamımızda "yeniden dönüşümlü" (recycled) bir biçimde sunulduğunu ileri sürüyoruz. Eco ve Bloch'u izleyerek tarihin durağan olmadığını, geçmişe bugünkü gözümüzle baktığımıza inanıyoruz. Braudel de bize geçmişin izlerinin gündelik yaşamın ayrıntılarında saklı olduğunu gösteriyor. Geçmişin izleri iradi ya da iradi olmayan tanıklıklar yoluyla kaydedilmiş olarak günümüze taşınmaktadır. Tarihsel gözlem bu kayıtlı izlerle de sınırlı değildir. Bu kayıtların güncelleştirilmesinde, geçmişe ilişkin anıların canlandırılmasında bugünün, yaşanan-günün insanı belirleyici olmaktadır. Tarihsel gözlemin gerçekliği her zaman tartışma konusudur ve olmalıdır da. Frankfurt Okulunun eleştirel kuramı, popüler kültüre konu olan toplumsal tarih kayıtlarının egemen güçler tarafından yazıldığı gibi, popüler kültürün kendisinin de ancak yüzeysel yeniliklere izin verdiğini, bu yeniliklerin hiyeroglif yazıda olduğu gibi mitik imgelerin sürekliliğini sağlamaya yönelik olduğunu ileri sürmektedir. Ancak yaşanan güne ilişkin olumlu beklentilerin ancak ve ancak geçmişin içindeki "özgürleştirici momentlerin" görülebilmesiyle, anımsanabilmesiyle gerçekleşebileceğine inanılır. Postmodern tartışmalar ise dolayımdaki imgelerin hiç bir zaman gerçekliği yansıtamayacağını, bugüne

aktarılan tarihin de ancak kitle iletişim araçlarının tutkunu olan seyircilerin "görkemli gösteri" isteklerine karşılık verebileceğini gündeme getirir.

Tarihin anımsanmasının, güncelleştirilmesinin bir toplumsal bellek sorunu olduğu hemen tüm düşünürler tarafından benimsenmektedir. Tarihin kaydedilmesindeki, yazılmasındaki, yeniden ortaya çıkarılmasındaki "gerçeklik" ve "bugünün yararına kullanmak" tartışmalarının ötesinde, tarihin toplumsal bellek içinde yer almasına ilişkin tartışmalarda büyük ölçüde kitle iletişim araçlarına gönderme yapılmaktadır. Toplumsal belleğin dolayımı kitle iletişim araçları yoluyla olasıdır çünkü. Yirminci yüzyılın gelişen teknolojik olanaklarıyla tarihin kaydedilmesi ve yeniden ortaya çıkarılmasında önceki dönemlere göre önemli farklılıklar var gibi görülmektedir.

Kitle iletişim araçlarıyla kaydedilen geçmişe dair görüntülerin, seslerin günümüzde yalnızca resmi arşivlerde kalmadığını, profesyonel tarihçilerin kullanımına açılmasının yanı sıra (hiç olmazsa hacim olarak önemli bir kısmının), kişisel kullanıma da seri üretim yoluyla sunulduğunu görüyoruz. Bunun çarpıcı bir örneği olarak "video kasetler halinde piyasaya sunulan haber filmlerini" incelerken, ilk işlevi güncel haber vermek olan haber filmlerinin günümüzde tarihsel belge niteliğine dönüştüğünü görmekteyiz. Günümüz televizyon izleyicisinin değişik programlarda tarihsel materyal olarak kullanılmasına aşina olduğu bu film parçaları video kasetler halinde kurgulanıp kişisel tüketime sunulurken, televizyon haber programı akışını örnek almaktadır. Haberciliğin gelişimi açısından bu benzerlik ayrı bir araştırma konusu olabilir. Bizim burada üzerinde durmak istediğimiz ise gazetecilik mesleğinin gelişiminden çok, tarihin bu dönüştürüm işlemine tabi tutulmasının uyandırdığı soruları irdelemektir.

Video kasetlerin içine sıkıştırılmış tarihsel görüntülerin kişisel tarih ile toplumsal tarih arasında; diğer bir deyişle kişisel bellek ile toplumsal bellek arasında bir ortaklık yaratmayı amaçladığını görmekteyiz. Kişisel ile toplumsal arasındaki or-

taklık, tarihin kişiselleştirilmesiyle sağlanmaktadır. Tarihsel ile güncel olan, popüler kültürün elverdiği kesinliklerle ayrıştırılmakta; bugüne yapılan göndermeler ise tarihin bir söylence olarak anımsanmasından öteye gitmemektedir. Video kasetlerdeki yeni kurgulamayla eklenen parçalar elektronik altyazı tekniğinin belirginliği ile ayırt edilmektedir. Kasetlerin açılış ve kapanış parçalarında tüm kasette yer alan haberler özetlenirken seslendirmedeki farklılık kendini saklamamakta ve ileriye yönelik bir takım göndermeler yapılmaktadır. Örneğin aktör Ronald Reagan'ın gelecekteki politik gelişmesine ya da Beatles'ın gelecekte tüm dünyaya yayılacak şöhretine yapılan göndermeler, izleyicinin geçmişi bugünün çerçevesine göre algılamasını kolaylaştırarak bu "tarihsel" kişilikleri popüler belleğe uygun yerlere oturtmasına yardımcı olmaktadır.

Video kasetlere kaydedilmiş seçme haberler artık gündelik, gelip- geçici güncelliğe ilişkin olan gerçek haber niteliğini kuşkusuz yitirmektedir. Bu seçme haberlerde yer alan ve tarihin kişiselleştirilmesi amacıyla seçilen "ünlü" tarihsel kişilikler efsaneleştirilmektedir. Geçmişin güncele "hapsedilerek" aktarılmasında izleyicilere "canlı değil ama yine de var" dedirten bir gölge oyunu sunulmaktadır. Haber filmlerinin mülkiyetini video kasetler halinde elde tutmanın, evde bir yerlerde "kalabalık bir aile albümü" bulundurmak gibi bir anlamı var. Ewen der ki; "yalnızca zenginlik geçmişi elinde tutmayı başarabilir...korumaya alınan geçmiş ortadan kaldırılabilen (disposable) kültürün anımsatıcısıdır. Eskiyi "yeni" olarak elde tutabilenler başkalarının yenik düştüğü sisteme karşı direnebilenlerdir... tarihe sahip olmanın geleceğe de kanca atma gibi bir niyeti vardır" (Ewen, 1988:24-25, 39, 248).

Geçmişin güncellik biçimi içindeki sürekliliği, dünya olaylarına tarih-dışı bir bakışı olası kılmaktadır. Görüntünün çerçevelenmesi (fotoğraf, film, vb. olarak) an'ı yakalamak gibi bir "avcılık" ustalığı gerektirmektedir. Video kasetlere hapsedilen tarihin izleyicisi ne yazık ki, avdan eli boş dönmemek için başkası tarafından yakalanan "av"ları parayla satın alan tüketiciler konumundadır.

Kitle iletişim araçlarının deneyimleri abartma yeteneği, çerçevelemeleri yani "kapanları" pek kolay görülemeyen, ama yine de tanınabilir hale getirebilme olanağından kaynaklanmaktadır. Tanınabilir olan, "canlı değil ama yine de var" dedirten popüler imgelerdir. Geçmişte kalan parlak yıldızlarıyla tanınmış kişiliklerin bir geçit törenindeymişcesine boy göstermesi; tüm bu ünlülerin bir zamanlar sahnede alkışları topladıklarının anımsatılmasıdır. Her şey gelip geçicidir; "ün, dünyaya hakim olma gücü ve servet bir gün tarih olur" söylemi, tarihi geleceğe taşıma, dahası bugünü geleceğe taşıma yolunda üretici bir faaliyette bulunmaktan alıkoyar insanı.

Geçmiş dönemlere yapılan nostaljik dokunuşlar, izleyiciyi zamanda ve mekânda bir sözde dünya turuna çıkarır. Ekonomik bir turistik pakettir bu ve tehlikeli maceralardan arınmış bir biçimde, rehber eşliğinde eve dönülür.

Yazımızın başlığının (dönüşümlü=recycled) ve yazının içinde kullandığımız bazı terimlerin (ortadan kaldırılabilir=disposal) çevrecilik terimleri olması rastlantısal değildir. Doğanın sürekliliğinin sağlanması için kullanılan bu terimlerin ifade ettiği uğraşıları, kültürel alanda da coşkulu kampanyalar eşliğinde görmekteyiz.

## IV. KRALİYET AİLESİ KAMERA ÖNÜNDE

İngiliz Kraliyet sistemi bugünkü "sembolik" varlığının sürekliliğini büyük ölçüde, kamuya açık törensel yaşamı ile sağlamaktadır. Önceleri radyo ve haber filmleri, daha sonra televizyon, bu törensel varlığı desteklemekte ve İngiliz Kraliyet ailesinin bireyleri de yaşamlarını bu yeni elektronik törenlere uyarlamaktadırlar. Bugün İngiliz televizyon kanallarında Kraliyet ailesiyle ilgili görüntüler -keskin ironi ya da saygılı mesafe ölçüleriyle- özel yaşamı kamuya kısmen açık olan ünlü kişilerin görüntülerinden pek farklı değildir. Ancak kuşkusuz bazı sürprizler olabilmekte; örneğin Prens Charles bir yılbaşı dönemi ayrıcalığı ile bir çocuk programında oyuncu olarak yer alabilmekte, ya da yönetmenliğini kendisinin yaptığı bir belgesel filmi sunabilmektedir. Monarşik yönetim sistemini 75 yıl önce bırakmış bir cumhuriyetin üyesi olarak baktığımız zaman, İngiliz Kraliyetinin adeta "yaşayan efsane" kimliği haklı olarak ilgimizi çekiyor. Tarih ve kültürel yapı farklılıkları İngiliz toplumunu burada geniş bir çerçeve içinde ele almamızı zorlaştırsa da Pathé haber filmlerindeki Kraliyet ailesi görüntülerini, bu görüntülerin imaj yaratma bilinçliliği taşıdıklarını hep akılda tutarak incelemeye çalıştık. Medyatik imgeleri kavramamıza David Cannadine'ın geleneklerin nasıl yenilenebileceği konusunda, okunması son derece zevkli makalesi çok yardımcı oldu. Bir tarihçi titizliği ile İngiliz toplumunu inceleme yetkinliğini kendimizde görmediğimiz için bu konuda yetkin tarihçi Cannadine'm incelemesini aktarmakla yetineceğiz. Daha sonra iletişim bilimleri alanında adlarına aşina olduğumuz kişilerin, Daniel Dayan ve Elihu Katz'ın İngiliz Kraliyet ailesindeki yakın dönem elektronik törenlerden Prens Charles ve Lady Diana'nın evlilik törenlerini bir "gösteri" olarak inceledikleri çalışmalarına bakacağız. Bu ön bilgiler ışığında, sınıflandırdığım, konular ve yıllara göre sayısal yoğunluklarını belirttiğimiz haber filmlerini değerlendirmeye çalışacağız. Şimdi Cannadine'ın incelemesine geçelim.

## A. İNGİLİZ KRALİYET AİLESİNDE TÖREN KAVRAMI, UYGULANIŞI VE ANLAMI

David Cannadine, İngiliz Kraliyet ailesindeki törensel imajın gelişimini dört ana dönemde ele almaktadır (Cannadine, 1993:107-108).

1. Dönem; 1820-1870 yılları arasında törenler henüz endüstrileşmemiş ve nüfusunun büyük bir oranı kırsal bölgelerde yaşayan bir topluma yöneliktir.

2. Dönem; 1877 ve I. Dünya Savaşı yılları arası Kraliçe Viktorya'nın Hindistan Kraliçesi olarak ilan edilmesiyle başlayan görkemli bir dönemdi. Bu dönemde İngiltere'de olduğu kadar Avrupa'da da geleneklerin yenilenmesi altın çağını yaşamaktadır. Daha önceden var olmayan bir anlayışla törenler bilinçli olarak ilgi çekmeye yönelik görkemli girişimlerle sahnelenmektedir.

3. Dönem; 1928'den 1953'te Kraliçe Elizabeth'in taç giyme törenine dek geçen sürede İngilizler, tören hazırlamada en başarılı krallığın kendileri olduğuna inanmışlardı. Aslında bu inanç, çöken diğer krallıklarla yapılan kıyaslama sonucu ortaya çıkıyordu. Almanya, Avusturya ve Rusya'daki monarşilerin çöküşü İngiltere'yi bu alanda rakipsiz bırakmıştı.

4. Dönem; son olarak 1953'ten bu yana İngiltere'nin büyük bir güç olarak artık gözden düşmeye başlamasıyla birlikte televizyonun da etkisiyle, bu yeni dönemin genel çerçevesi çok belirgin olmasa da kraliyet törenlerinin anlamı bir kez daha değişim geçirmektedir.

Cannadine'ın incelemesinin yer aldığı ve Uydurma Gelenekler diye Türkçeleştirebileceğimiz derleme kitap zaten işte hep çok eski bir sürekliliğe dayandığını düşündüğümüz geleneklerin nasıl bilinçli olarak oluşturulduğunu, değiştirildiğini yani uydurulduğunu; antropolojik, tarihsel ve ekonomik açılardan incelemektedir (Hobsbawm ve Ranger,1993).

Elimizde bulunan haber filmlerini Kraliyet törenlerinden bazı kayıtlar olarak değerlendirmemiz yerinde olacaktır. Çünkü bu görüntülerin hemen tamamı bilinçli olarak sahnelenen kamusal gösterilerdir. Belki dışarıda bırakılması gereken tek görüntü, bebek prens Charles'ın törenlerden habersiz, dadısıyla parkta gezintisi olacaktır! Ama bu küçük park gezintisi bile, Charles'm bir prens olduğunu bize anımsatmaktadır.

1930-1960 yıllarını kapsayan video kasetlerimizin dönemine uygun olarak, Cannadine'ın 3. ve 4. dönem değerlendirmelerini ele alacağız. 1914-1953 yıllarında İngiliz monarşisi bir önceki gelenek yenileme rekabeti döneminden sağ çıkan yegane temsilci olarak tek başına sürekliliğin ifadesi durumundaydı.

Viktorya döneminin son zamanlarıyla Kral VII. Edward döneminde geliştirilen formül, törenlerle göz doldurmak ve politik olarak tarafsız kalmak ilkesiydi. Bu formül kalıcı krallığın bir ilkesi olarak I. Dünya savaşı yıllarında anayasal bir kimliğe büründü. VII. Edward'ın sınırlı gücü kendisinden sonra tahta çıkan varislerinde giderek azaldı. Gerçi Kral V. George tahta geçtiği sırada başgösteren anayasal krizde etkin bir rol oynamaya çalıştı; 1923'te Konservatif başbakanının seçiminde; 1931'de Ulusal hükümetin kurulmasında kısmen de olsa etkili olabildi. Kişisel tercihi ne olursa olsun halkın karşısında bunu belli etmiyor, tarafsız görünüyordu. Politikada olduğu gibi törensel olarak da etkin bir kişiliği vardı. Oğlu VIII. Edward'ın parlamentonun onaylamadığı bir evlilik nedeniyle tahttan çekilmek zorunda kalması aslında parlamentonun kralları düşürme gücünün de olduğunu gösteren bir kanıttı.

Kardeşinin yerine geçen VI. George ise her anlamda babasının oğluydu; hem özel tercihinin Konservatiflerden yana oluşu hem de kamusal tarafsızlığı açısından. Yönetime karışma hakları göreceli olarak zayıflamıştı. 1940'ta Halifax'ın başbakan olmasını istiyordu; 1945'te de Churchill'in ayrılmasına hiç razı değildi. Ama her iki olayda da durumu kabul etmekten başka çaresi kalmamıştı.

İktidarsızlıktan mesafeli bir saygınlığa ve ihtişama uzanan çizgi tamamlanıyordu. Kralların bireysel tercihleri de bu doğrultudaydı. Özel olarak V. George büyükannesinin özel himayesini ve babasının kamusal ihtişamını alarak, kendisinden sonra tahta çıkanların hep örnek aldığı bir sentez oluşturdu. Bir yandan babası gibi kamusal gösteri ve törenlere çok önem veriyor, doğru yerde doğru giyinmeye ve nişanlarını takmaya özen gösteriyor, diğer yandan özel yaşamında bir kırsal kesim centilmeni gösterişsizliği ve "ev hali" ile orta sınıfın takdirini topluyordu. Belki rastlantısal olarak ama büyük bir başarıyla hem imparatorluğun babası hem de kendi ailesinin "reisi" kimliğini taşıyordu. VIII. Edward ise törenlere de, aile resiliğine de önem vermemesiyle bu kimliği tersine çevirdi. VI. George durumu düzeltti ve babasının yaşam stilini geri getirdi. Halk önünde iyi düzenlenmiş törenlerle kraliyetin ihtişamını sergilerken halkın sevdiği mütevazı "ev hali" görüntüsünü de korudu. Bu ihtişam ve "ev hali" sentezi VI. George'un kardeşleri arasında babasına en çok benzeyen oğul olduğunu gösteriyordu. Babası gibi o da "cesaret, dayanıklılık, nezaket, sadakat" özelliklerine sahipti. Kekemeliğini azimle yenmesi ve II. Dünya savaşı sırasında Londra'yı terk etmemesi bu özelliklerinin sonucuydu. Babasına "Pek Sevgili George" denirdi, kendisi de "Vefakâr George" oldu.

Bu koşullarda kraliyet özellikle büyük törensel gösterilerle halkın önüne çıkıyor ve birlik, beraberlik ve kalıcılık konsensusu oluşturuyordu. Aslında büyük kraliyet ritüelleri; kraliyet ailesi, toplumdaki tüm aileler ve ulusal ailenin konsensusu ile oluşan kutlamalardı. 1914-1953 yılları arasında İngiltere içinde daha önceki döneme oranla önemli değişimler yaşandı. 1910-1928 yılları arasında İngiltere, Avrupa'daki seçim sistemleri içinde en sınırlı oy kullanan ülke olmaktan çıkıp ülke genelinde oy kullanma hakkı tanınan bir ülke oldu. Liberal Parti üstünlüğünü İşçi Partisine kaptırdı ve ikinci parti durumuna geriledi. Özellikle II. Dünya savaşı sonrasında aristokratik ailelerin yok olmasıyla kraliyet ailesi Londra sosyetesinde yalnız kaldı. Genel Grev ve Büyük Bunalımın yanı sıra iki dünya

savaşı arasında kalmışlığın verdiği çöküntüyle beklenmedik sıkıntılar yaşandı.

Böyle olunca da politik tarafsızlığı ve kişisel saygınlığı ile kraliyet ailesi, bozgun çağında kalıcılığın göstergesi olarak büyük başarı sergiliyordu. Bu başarının en etkili yanlarından biri, sınırlı ama çağa karşı ayakta kalabilen törensel büyüklüğüydü. Aslında bu büyüklük kısmen medyanın devlet törenlerini izleme ve haber vermedeki sürekli heveskârlığı ve çığırtkanlığı ile sağlanıyordu. Zaten politik tarafsızlığı ve kişisel katılımı birleştiren bir kuruma başka türlü de yaklaşılamazdı. Basındaki karikatürlerde ironik eleştiriler değil; kraliyet ailesi üyelerinin başarılarını öven ya da bir ölümün ardından ağıt yakan çizgiler vardı. Öyle ki, bu övgücü yaklaşımın dışına çıkmaya kalkışan karikatürist Low 1936'da VIII. Edward'ın tahttan feragat etmesini hicveden bir karikatürünü Londra'da yayınlayacak hiç bir gazete bulamamıştı. Yayın editörleri ve muhabirler de karikatüristler gibi bir centilmenlik anlaşması uyarınca tahttan çekilmeyle ilgili eleştirel bir yazı yazmadılar.

Aynı şekilde haber fotoğrafları ve haber filmleri de son derece titizlikle denetleniyordu. VI. George'un tahta çıkışından sonra Canterbury Başpiskoposu "halkın büyük çoğunluğunun görmesinde sakınca bulunabilecek" yayınlara izin verilmemesini telkin ediyordu. Yine 1948'de Harold Nicholson'dan Kral V. George'un kamusal yaşamı ile ilgili bir kitap yazması ama içinde "kraliyet ailesinin saygınlığını zedeleyici herhangi bir ima bulunmaması" istendi.

Bu dönemdeki en önemli gelişmelerden biri BBC'nin kurulmasıydı. Kraliyetin V. George tarafından oluşturulan ikili imajını korumasına BBC'nin önemli katkıları oldu. 1932'de başlatılan ve hemen "geleneksel" olarak kabul edilen Noel yayınlarıyla kral, halkının "babası" olarak evlatlarına rahat sıcak yuvalarında seslenmeye başladı. V. George gayet başarılı bir yayıncıydı. Kekemeliğine karşın ikinci oğlu VI. George da babasının "geleneğini" sürdürdü. Aynı zamanda BBC'nin ilk genel müdürü Sir John Reith da kişisel olarak kraliyetin vefalı

hayranlarından biriydi ve bu yeni kitle iletişim aracının daha önceleri olanaksız olan törenlere katılma konusunda ne denli etkili olabileceğini hemen fark etti. York Dükü'nün 1923'teki evlilik töreninden itibaren BBC her büyük devlet törenini radyodan canlı olarak yayınlamaya başladı. Yayınlarda çanların, atların, tören kervanının, alkışların seslerini dinleyicilere gerçeğine uygun olarak aktarabilmek üzere tören alanına özel mikrofonlar yerleştiriliyordu. Gerçekten de devlet törenlerinin ulusal, aile olayları biçimine başarıyla dönüştürülmesi bu teknik gelişmelerle sağlanıyordu. Böylece radyoları başındaki herkes törenlere bir biçimde katılabiliyordu.

Medyanın sadakati ile törenselliğin çağ dışılığı birleşince kraliyet törenleri değişim çağında rahatlatıcı ve popüler bir unsur olarak varlığım sürdürüyordu. Artık kraliyet gönüllere ferahlık veren güzel bir masaldı. VI. George'un taç giyme törenine katılanların çoğu otomobilleriyle gelmişlerdi. Renkli, romantik bir tören görmek isteyenler yalnızca üç adet geleneksel atlı arabayla karşılaştılar. Gerçekten de 19. yüzyıl ortalarında kaybolmaya başlayan atlı araba sosyetesi öylesine unutulmuştu ki; atlı arabaların geçit törenlerinin ardından, adet olduğu üzere caddelerdeki at pisliklerini temizleyen çöpçülere halk büyük tezahürat gösterdi. Uçak, tank, atom bombası çağında atların, faytonların, kılıçların ve kocaman şapkaların çağdışı ihtişamı daha da artıyordu. II. Elizabeth'in taç giyme töreninde ise kraliyetin elinde, konuk krallıkları ve devlet erkânım taşımaya yetecek atlı arabası olmadığı için bir film şirketinden yedi adet atlı araba ödünç alındı. Bu ekstra arabaları sağlamak da gösteriyor ki, tören düzenlemek oldukça gelişkin bir organizasyon gerektiriyordu. VI. George'un taç giyme töreninde henüz 29 yaşında olmasına karşın tören düzenleme işinde oldukça başarılı sayılan on altıncı Norfolk Dükü artık teatral törenlerin "showman"liğini üstlenmişti. 1969'a dek bu işi başarıyla sürdürdü. 1937 taç giyme töreninde organizasyonculuğuna o denli güveniyordu ki, bir arkadaşıyla bahse girdi; taç giyme anı öngörülen zamanı tam olarak tutturamazsa dakika başına 1 pound verecekti. Tören başarılıydı ve 5 dakikalık sapma karşılığı olarak yalnızca 5

pound verdi arkadaşına. Kendisine törenlerde yardımcı olan Canterbury başpiskoposu Cosmo Gordon Lang de yakınlarının deyişiyle adeta "doğuştan aktör"dü. Dinsel bir huşu içinde gösterinin dramatik yapısındaki her bir ayrıntıyı büyük bir özenle hazırlıyordu. Böylece kilise ve devlet temsilcisi olan bu ikili gösterileri tiyatro diliyle hazırlayıp sunuyorlardı. Törenin hazırlanmasında üç komite görev aldı ve sekiz kez prova yapıldı. Bu dönemde Westminster Abbey özel olarak tören mekânı haline getirildi. Koro standı düzeltildi, taht süslendi, kuledeki çanlar onarıldı. Büyük kraliyet törenlerinin ek istekleri artık Abbey'de emsalsiz bir rahatlık, deneyim ve iş bitiricilikle yerine getirilecekti.

Müzik konusuna gelince, önceki dönemde başlatılan yeniliklerde ilerlemeler vardı. 1924'te kraliyet bestecisi Sir Walter Parratt'ın ölümünde Elgar "Master of the King's Musick"i bestelemişti. Yüzyılın kraliyete müzik yapan ilk bestecisi olma ayrıcalığı Elgar'ın müziğinin kraliyet ritüellerindeki önemine ayrı bir özellik katıyordu. Daha sonra kraliyet törenleri için özel olarak beste yapan başka müzisyenler ortaya çıktı. Elgar tüm yaratıcılığını 1924'teki çalışmasına harcamıştı sanki ve bir daha büyük, sevilen bir eser çıkartamadı. Ama diğer besteciler kraliyet için beste üretmeyi sürdürdüler ve her kraliyet olayı bir çağdaş İngiliz müziği festivaline dönüşmeye başladı. Bax, Bliss, Holst, Bantock, Walton ve Vaughan Williams, hepsi VI. George'un ve Elizabeth'in taç giyme törenlerinde icra edilmek üzere müzik bestelediler. Bu bestelerdeki zenginlik ve renkli orkestrasyon yanında hepsinin de sonraları konser salonlarında düzenli olarak çalman parçalar haline gelmesi Elgar'ı gölgede bırakıyordu.

Kraliyet ritüellerinin ülke içindeki bu gelişmelerine uluslararası alanda daha büyük değişiklikler eşlik etti. Önceki dönemde İngiliz törenleri diğer ülkelerin görkemli gösterileri arasında kendine ayrıcalıklı bir yer edinmeye başlamıştı. Ama bu üçüncü dönemde artık rakipsiz bir alanda gösteri yapılıyordu. V. George'un krallığı döneminde büyük krallık hanedanları yerlerini cumhuriyet rejimlerine bırakmıştı. 1910'da VII.

Edward'ın cenaze törenine ülkelerini temsil etmek üzere Alman imparatoru, sekiz kral ve beş taçlı prens katılmıştı. Yüzyılın ikinci çeyreğinde ise "dünya beş imparator, sekiz kral ve 18 hanedanın çökmesine tanık oldu." Yine II. Dünya Savaşının sonunda İtalyan ve Yugoslav hanedanlar düştü, Japon imparatoru itibarını kaybetti. Uluslararası bağlamdaki bu değişim sonucu İngiliz monarşisi uzun süreli bir geleneğin yegane temsilcisi durumunda kaldı.

1937'de yapılacak olan taç giyme töreni için bir spiker şöyle diyordu: "İngiliz taç giyme töreninin eşi-benzeri yoktur: dünyanın hiçbir yerinde bu denli etkileyici, huşu veren bir başka tören daha görülemez." Doğrusu, bu yorum gerçeğin tam bir ifadesiydi. Oysa daha 25 yıl önce Moskova'da, Berlin'de, Viyana'da, Roma'da benzer törenler yapılmaktaydı. Yarışma döneminde yenilik olarak sunulan gösteriler, değişim çağında varlığını sürdürebildiği için önem kazanıyordu.

İngiliz monarşisinin ortaçağ kurumlarını değişen dünyaya uyarlamada ve yeniden oluşturmadaki ayrıcalığı, başkentlerin oluşturulmasında da kendini gösteriyordu. I. Dünya Savaşı öncesi Londra'nın yeniden kurulması tamamlanmak üzereyken diğer ulusların başkentleri ulusal büyüklüğün ifadeleri olarak kuruluyordu. İtalya'da Mussolini'nin arzusu Roma'yı İmparator Augustus'un zamanında olduğu gibi "genişliği, düzenliliği ve haşmeti ile dünyadaki en görkemli kent" haline getirmekti. 1931'deki Master Plan, görkemli anıtsal bir kent yaratma yolunda işe başlamıştı bile. Yine Almanya'da yapılan devasa, anıtsal, megaloman görünüşlü binalar aynı anlayışın sonucuydu. Sonraki işlevi "malumumuz" Nuremberg'i de kapsayan heybetli binalar.

Hitler'in "bir uygarlığın büyüklüğü geride bıraktığı anıtlarla ölçülür" görüşünü yansıtıyordu. Bu yenilikçi neoclassicism anlayışı yalnızca Faşist güçlerle sınırlı değildi. Moskova'da Kızıl Meydan'ın tören merkezi olması da benzer bir ifade taşır. Washington'daki Lincoln Anıtı, Jefferson Anıtı ve Arlington köprüsü de aynı etkinin gücünü Atlantiğin öbür yakasında göstermektedir.

Anayasal düzenlemelerde olduğu gibi binaların düzenlenmesinde de Londra bir kez daha ayrıcalıklı kalıyordu. Diğer ülkelerde tiyatro salonları yönetici seçkinlere yönelik gösteriler sunmak üzere yenilenirken Buckingham Sarayı içindeki Admiralty Arch, Londra sahnesi olarak benzersizliğini sürdürüyordu. İç savaş yılları öncesi büyük halk binalarına yalnızca, yapımına 1914'te başlanan County Hall eklenmişti. 1910'da yenilik olarak ortaya çıkan binalar, diğer başkentlerdeki hızlı yenileşme hareketleri karşısında muteber geleneksel binalar haline geldi. Londralılara göre bu kent yeryüzünde mimari kalıcılığı olan tek başkentti. Politik kalıcılığı yansıtan fiziksel bir kalıcılıktı bu mimari. Böylece, mimaride de diğer alanlarda olduğu gibi yarışma döneminde yenilik olanlar değişim çağında eskiliğiyle muteber sayılıyordu. Tüm bu zıtlıklar törenlere de yansıdı. İtalya, Rusya ve Almanya'da törenler İngiltere'dekilerin tersine teknolojik olarak gelişmişliği yansıtıyordu. Liderlerin nutukları da buna uygundu. Hitler'in coşkulu ama düzenli kalabalıklara Führer'in vücudunda yaptığı ve sonunda insanlara adeta şehvetli bir ilişkinin yorgunluğu bırakan konuşmalarıyla kıyaslanınca, V. George ve kraliçenin nutukları gerçekten de "asil bir ağırbaşlılık" taşıyordu. İngiltere'nin monarşik geleneklerini Avrupa'daki faşist törenlerden ve binalardan ayıran en önemli özellik onların işte bu histerik yenilikleriydi.

Cannadine burada antropolog Malinowski'nin değerlendirmelerine yer veriyor. Malinowski'ye göre VI.George'un taç giyme töreni sırasında diktatörler kendilerine alelacele semboller, ritüeller yaratmaya çalışıyorlardı. Kendi mitolojilerini hatta kendi dinlerini yaratma çabası içindeydiler. Bu dönemde tarihsel olarak köklü bir kurum olan geleneksel monarşi kuşkusuz hepsinden üstün görünüyordu. Ancak bu "tarihsel, köklü bir kurum" olma niteliği, Cannadine'ın da belirttiği gibi dönemin diktatörlerinin yaratmaya çalıştıkları "tarihsellik" ile karşılaştırılınca göreceli olarak ortaya çıkan bir niteliktir.

Genel hatlarıyla verdiğimiz bu ulusal ve uluslararası ortamda İngiliz İmparatorluğunun çekiciliği ve tahtın törensel varlığı, dünyada yeni oluşan yarışmacı güç politikaları karşısın-

da sunduğu, bildik olanın rahatlığından ileri geliyordu. Yurt içindeki kıpırdanmalar ve İngiliz kolonilerindeki karışıklıklar, kraliyet gezileriyle kısmen giderilmeye çalışılıyordu. Bu geziler taht ve imparatorluk arasındaki törensel bağı yaklaştırmaya yönelikti. Yine Malinowski'nin değerlendirmelerine dönecek olursak; VI. George'un taç giyme töreninin "İngiltere'nin gücünün, büyüklüğünün ve zenginliğinin geniş ölçekli bir biçimde sergilenmesi" olduğunu ve bu törenle "İmparatorluk bağlarının yenilendiğini...güvenlik, kalıcılık ve süreklilik duygularının yükseldiğini" görürüz. VI. George kendi taç giyme töreninin radyo yayınındaki şu sözler bu anlamı destekliyordu: "Bu sabah tüm İmparatorluğun Westminster Abbey çatısı altında bir araya geldiğini hissediyorum." Kızının taç giyme töreninde de aynı anlayışı buluyoruz. II. Elizabeth'in kendi sözleriyle "İnanıyorum ki, benim taç giymem yalnızca geçmişte kalan bir ihtişamın sembolü değil, gelecekle ilgili umutlarımızın bir ifadesidir."

Böylece, kraliyet ritüellerinin anlamı süreklilik ile değişimin paradox bütünlüğü ile biçimlenmektedir. Süreklilik ve kalıcılık yenilenen törenlerle sağlanmaktadır. Bu yeniliklerden bazıları olan; dul kraliçelerin cenazelerinin devlet töreni ile kaldırılması; evlilik törenlerinin (taç giyme törenlerinin yapıldığı) Westminster Abbey'de yapılmaya başlanması; gümüş yıl törenleri, hep 1920'lerden sonra uygulanan ve daha önce örneği görülmeyen olaylardır. Bu tür yenilikler kraliyetin "aile olma" kimliğini ön plana çıkarıyordu. Evlilikler, "kraliyet düğünü", "ulusal düğün", "halkın düğünü" gibi adlarla anılıyordu. Cenaze törenleri de "ulusal ağıtlara" dönüşüyordu. Kraliyet bireylerinin özel yaşamlarına ilişkin sayılabilecek bu tür "aile olayları"nın ulusal birliği pekiştirmek üzere görkemli gösterilere dönüştüğünü görüyoruz.

II. Elizabeth'in 1953'teki görkemli taç giyme töreniyle adeta imparatorlukta yeni bir Elizabeth dönemi başlıyordu. İki dünya savaşı ve uluslararası politik dengelerin değişiminin ardından İngiltere hâla ayaktaydı. Commonwealth ülkeleriyle ilişkiler sürüyordu. Bu dönemde Kraliçe'nin "geleceğe umutla bakma" konuşmasına uygun olarak ticaret çevreleri törenlerden

maddi kazanç sağlamak üzere harekete geçmişlerdi. Hediyelik eşyalar yurt dışında da satılıyordu. Hatıra pullara ve paralara da kolleksiyonculardan rağbet vardı. Bir başka yenilik, VI. George ve II. Elizabeth'in taç giyme törenlerinde tüm imparatorlukta uygulanan fidan dikme kampanyasıydı. 1935'ten bu yana, doğum ve ölümler dışında her büyük kraliyet olayında, taç giyme, evlilik törenlerinde ve bunların yıldönümlerinde özel posta pulları basılmaktadır. Tüm bunlar, geleneksel kalıplar içinde uygulanan yeniliklerdir.

Son olarak, 1953 taç giyme töreninden bu yana geçmekte olan dönemin tarihsel çözümlemesini etraflıca yapabilmek için henüz erken olduğunu düşünüyor Cannadine.

1980'lerin sonlarında yapılan bir kamuoyu yoklamasında halkın % 86'sı kraliçenin "kanunları imzalayan ve hükümetin her dediğini yapan bir süs" olduğunu belirtmiş. Kraliçe bu süre içinde tüm gelenekleri son derece bilinçli olarak ve titizlikle sürdürdü. Mekanikleşen modern dünyada Kraliyet, özellikle iyi düzenlenen törenleriyle güvenli, kalıcı ve sürekli bir ulusal prestijin sembolü oldu. İngiliz toplumu artık ırk, renk, şiddet, suç ve uyuşturucu sorunlarının arttığı bir toplumdur. Elizabeth ne Hindistan'ın ne de deniz aşırı İngiliz Dominyonlarının İmparatoriçesidir. Taç giyerken yalnızca "Commonwealth Reisi" ünvanını almıştı. Savaş sonrası dünyada artık krallığın "dünya çapındaki güç" statüsü yitirildi ama başka hiç bir ülkede olmayan büyük kraliyet olayları, İngiltere'nin tarihteki büyüklüğünü anımsatan gösterilerdi.

II. Elizabeth'in bir ayrıcalığı belki de televizyonun taç giyme törenini yayınlamasıyla "tüm halkın huzurunda" taç giyen ilk hükümdar olmasıydı. Özel yorumculuğuyla İngilizlerin popüler BBC programcısı Richard Dimbleby, 1965'te ölünceye dek her kraliyet olayını olanca haşmetiyle sunmayı sürdürdü. Daha sonraları, kraliyet ailesinin günlük yaşamını vurgulayan pek çok televizyon programı ise kraliyet ailesinin aslında nasıl sıradan, orta sınıf tarzı bir yaşam sürdürdüğünü de gösterdi. Ancak tarihsel gerçekler ne olursa olsun, yirminci yüzyılda

profesyonelce düzenlenen sahne gösterileri olarak kraliyet törenleri, İngilizlerin ritüelleri korumada ne denli başarılı olduklarına inanmaları için yeterliydi.

Cannadine'ın bu çalışmasında geleneklerin yenilenmesinde törenlerin düzenleniş biçimlerinin belirleyici olduğunu görüyoruz. Kraliyet törenlerini halka aktarmak görevini üstlenen kitle iletişim araçlarının sunuş biçimi de başlı başına "yenilenen geleneklere" bir örnektir. İlerleyen sayfalarda dökümünü vereceğimiz haber filmleri derlemesi, hem kendi döneminin sinema izleyicilerine hem de bugünün televizyon izleyicisine yönelik olduğu düşünülerek incelenmelidir.

## B. ELEKTRONİK SEREMONİLER

Daniel Dayan ve Elihu Katz, televizyondan yayınlanan geleneksel törenleri "elektronik seremoniler" olarak adlandırıyorlar (Dayan, Katz, 1985:16-32). Özel olarak Prens Charles ve Lady Diana'nın evlilik törenlerini örnek alan çalışmalarında Dayan ve Katz, kraliyet törenini caddelerde ve televizyonları başında izleyenlerin gösteriye katılım biçimlerini inceliyorlar. Daha sonra genişletilerek kitap haline getirilen makale; Walter Benjamin'in bilinen "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı" adlı makalesinden yola çıkarak, Baudrillard'ın postmodern dönemde "simulacrum" tanımlaması çerçevesinde gelişmektedir.

Öncelikle "gösteri" konusunda antropolojik tanımlamalardan yararlanılarak değişik katılım biçimleri üzerinde durulmaktadır. Değişik olaylara farklı katılım biçimleri incelenirken şematik bir tipoloji çizmek üzere üç örnek ele alınmaktadır. Buna göre seyirlik gösterilerin uç örneği olarak sinema, gösteriye tam anlamıyla odaklanmayı gerektirir. Zıt uçta yer alan festival ise seyirlik bir odaklanmadan uzaktır. Tören/seremoni, salt festival ile kusursuz gösteri arasında yer alan bir örnektir. Seyirlik gösterilerde seyircilerle gösteriyi yapanların rolleri arasında belirgin bir mesafe vardır. Festivalde ise tersine belirli bir odak olmadığı gibi, katılımcıların tepkileri değişik biçimlerde ortaya çıkabilir. Kuşkusuz her zaman için uygulama, izleyenle-

rin tepkilerine bağlıdır. Tören hem seyirlik gösterinin hem de festivalin bazı özelliklerini taşır. Törende belirgin bir odak ve gösteriyi yapanlar ile izleyiciler arasında belirgin bir mesafe vardır. Ancak törenin amacına ulaşabilmesi için izleyicilerin/seyircilerin mutlaka tepki göstermeleri gereklidir. Bu katılım biçimlerini bir kraliyet düğününün televizyonda yayınlanmasına uyarladığımız zaman; düzenlenen olayın kendisi ve yayınlanan olay arasında bir ayrım yapmak gerekiyor. Düzenlenen olay hem seyirlik gösteri, hem de festival özelliklerine sahiptir. Olay televizyonda yayınlandığı zaman ise odak ve sınırlı tepkileriyle, yalnızca seyirlik gösteri olması beklenmelidir. Dayan ve Katz bunun böyle olmadığını, televizyon yayınının "yalnızca gösteri" kimliğinin ötesine geçmeye çalıştığını öte yandan törenin de festival olma iddiasında olduğunu ve iki amaç da gerçekleşmediği halde törenin yanılsamalı bir biçimde başarılı olduğunu belirtmektedirler.

Kraliyet düğün törenindeki göstericiler sembolik tarihsel zenginliği sergilemek üzere müthiş bir harcama yapmışlardı. Töreni izleyenlerin de tüketime bir biçimde katılmalarını sağlamak üzere ise tüm zenginlik ve geleneksellik sembollerinin taklitleri kağıt ve plastik eşyalarla, dondurma külahlarıyla, balonlarla halka sunuldu. Bu taklitler, sembollerin sembolleri olma gibi ikincil bir özellik taşıyorlardı. Örneğin kendisi sembol olan bayrakların kağıt imgeleri olan, "sembolün sembolü" bayraklar vardı. Böylece orjinal sembollerin yanı sıra sembollerin kopyaları ortalardaydı. Geçit töreni ile izleyicilerin bu kopya tüketim ürünlerinin bir arada görülmesi olayı bir festivale dönüştürüyordu. Kalabalıkların coşkusu yine de bir festival çılgınlığına izin vermiyor, taşkınlık yapanlar resmi törenin polisleri aracılığıyla engelleniyordu. Sonuç olarak, bir karnaval görünümündeki törenin gösteri alanına halkın giriş izni son derece kısıtlıydı. İstenen amaca uygun olarak düzenlenen gösterinin halk tarafından görülebilmesi bile çok zordu. Ama hava bir festival havasıydı ve sunulan olayın karizmatik meşruluğu sağlanmıştı.

Televizyonun bu olayı yansıtmasında ise olay yerinde gerçekleşemeyen katılım boyutunu sağlamak gibi bir anlayış vardı.

Tüm üyeleri fiziksel olarak bir araya gelemeyen bir cemaatin bir kutlama töreni yapması bazı dinlerde, örneğin Yahudi liturjisinde olanaksızdır. İşte televizyon yayını bu fiziksel birlikteliği ironik bir biçimde gerçekleştirme görevini üstlenmektedir.

Burada, önceki sayfalarda değindiğimiz Cannadine'ın makalesinde yer alan bir değerlendirmeyi; II. Elizabeth'in "tüm halkının huzurunda taç giyen" ilk hükümdar olma ayrıcalığının televizyonla sağlandığını bir kez daha vurgulamak isterim. Ancak bu katılım olanağı acaba gerçekten herkese eşit olarak dağıtılmış mıdır?

Dayan ve Katz, herhangi bir seyirlik gösteriyi olduğu gibi düğün törenlerini de "izleme yerinin", izleyicinin toplumsal konumuna bağlı olarak belirlendiğini söylüyorlar. Gerçek olay ile, gösteri ile aramızdaki mesafe, Benjamin'in deyişiyle olayın "aura"sını da belirler. Televizyon bu "aura"yı kırarak yeniden yaratmaya çalışır. Televizyon programcıları için de aynı durum geçerlidir. Bazı BBC programcıları törene davetliydiler ve olayı içeriden aktardılar; bazıları ise dışarıda kalarak stüdyodan yayına katıldılar. Öte yandan televizyoncuların gördükleri ve katıldıkları olay hiç bir zaman tam olarak izleyicilere aktarılan medya olayı değildir.

Önemli bir özellik; bu tür törenlerin yayınlarında hep olduğu gibi, olayı sunan televizyon spikerinin mütevazı bir sunum yapma zorunluluğudur. Sakin, yavaş bir sesle ve kolayca kavranabilecek basit tümcelerle konuşur spiker. Aktardığı olayı öne çıkartıp kendini mütevazı bir biçimde ikinci planda tutmak zorundadır. Televizyon böylece kendini, halk ve töreni gerçekleştirenler arasındaki iletişimin yalnızca kanalı olma işlevini yerine getirmekle sınırlandırmıştır. Spiker yalnızca fiziksel olarak değil, semantik olarak da mütevazı olmak zorundadır. Ses tonu, vurgulamaları, olayın "aura"sını tamamlamaya yöneliktir. Dayan ve Katz'ın makalesinde bu noktada, düğünü canlı olarak veren iki kanalın, BBC ve ITV televizyonların farklı sunumlarına değinilir. Buna göre BBC'nin spikeri gençlerin artık dalga geçtikleri ağdalı bir dille ve olağanüstü tevazuyla "olay ile ilişki

kurma arzusunu" yansıtır. Öte yandan ITV spikeri yine ikinci planda kalarak ve tevazuyla ama "olay ile ilişki kurmuş olmanın coşkusunu" yansıtır sesinde. Her iki sunuşta da televizyon bir cadde, bir meydan gibi bir iletişim alanı, "elektronik seremoni alanı" görünümündedir. Ancak örneğin Lady Diana'nın gelinlik modelinin (sosyete modasında alışıldığının tersine) saklanmaması, örneklerinin çoğaltılmasının teşvik edilmesinde de gördüğümüz gibi, gerçek katılıma giriş izni ancak sembollerin sahtelerini kullanmak yoluyla verilmektedir. Elektronik bağlantılı bir agora olmayı amaçlayan televizyon, aslında yalnızca kopyaların, imgelerin, "daha az gerçek" olanların dolayımını sağlayabildi.

Aşağıdaki sayımlarda, elimizdeki döküm içinde bulunan Kraliyet ailesiyle ilgili haberlerin tümü değil, yalnızca Kraliyet fertlerinden bir veya bir kaçının görüntülü olarak cismen bulunduğu haber parçaları ele alınmıştır. Bu ölçüt eleştiriye açıktır.

## C. KRALİYET AİLESİNİN GÖRÜNTÜLERİNDEKİ TEMEL OLAYLAR (1930-1960)

KRALİYET GEZİLERİ -> yurtiçi: kırsal bölgelerdeki geleneksel şenlikler; sergiler; fuarlar; felaket bölgelerine; savaşta bombalanmış bölgelere "geçmiş olsun" gezileri. yurtdışı: Commonwealth ülkeleri; Avrupa; A.B.D. Amaç: politik/tatil/ balayı. Toplam Kraliyet ailesi görüntüleri içindeki oranı % 37.23.

AİLE OLAYLARI -> Doğumgünleri, sözlenmenişanlanmalar, düğünler, balayı, doğumlar, okula başlamalar, tatiller, tren istasyonu / havaalanı / liman karşılamaları ya da uğurlamaları. Oranı % 19.84.

TEKNOLOJİK ÜSTÜNLÜK->Havacılık gösterileri; köprü/liman/fabrika/havaalanı açılışları; endüstri fuarları; Commonwealth ülkelerindeki Kraliyet gösterileri; nükleer güç istasyonu açılışı. Oranı % 18.37.

SPOR OLAYLARI-> Wembley'de futbol; Wimbledon'da tenis; DERBY ve ASCOT Kraliyet at yarışlarında İZLEYİCİ ve ÖDÜL VERİCİ olarak. Oranı % 10.99.

AÇILIŞ TÖRENLERİ -> fabrika, köprü, istasyon, havaalanı, liman açılışları, gemi ya da uçakların ilk kalkış törenleri, parlamentonun açılışı. Oranı % 9.5.

DİNSEL TÖRENLER -> Tahta çıkışla ilgili törenler; pazar ayini (bir kez); vaftiz törenleri. Oranı % 8.23.

KOLONİ OLAYLARI -> Commonwealth ülkelerinin katıldığı sergi ve gösteriler; Güney Afrika ve Yeni Zelanda gezileri; Commonwealth ülkelerinden gelen armağanlar. Oranı % 7.

TAÇ GİYME TÖRENLERİ-> Kral VIII. Edward; Kral VI. George ve Kraliçe Elizabeth (anne); Kraliçe II. Elizabeth. Oranı % 6.8.

BASIN DEMEÇLERİ -> Kral V. George gümüş jübile töreninde; Kral VIII. Edward tahttan çekilme konuşması; Ana Kraliçe Elizabeth savaşta ulusal birlik konuşması (1939); Kraliçe II. Elizabeth İngiliz parlamentosunun 1958 yılı açılışında. Oranı % 6.19.

RESMİ KABULLER -> politik; geleneksel karşılamalar; yemek/çay davetleri. Oranı % 6.

CENAZE TÖRENLERİ -> Kral V. George, Kral VI. George, Ana Kraliçe Mary. Oranı % 4.73.

ORDUYA İLİŞKİN -> Yurtiçi ve yurtdışı askeri teftiş gezileri; askeri törenler; Kral ve prenslerin askeri üniforma içinde görüntüleri. Oranı % 4.46.

HALKLA BİRLİKTE -> Alışveriş yaparken; gençlik kampında top oynarken, kırsal kesim eğlencelerine katılırken, vb. Oranı % 3.32.

GÜMÜŞ YIL JÜBİLESİ -> Kral V.George'un tahta çıkma gümüş yılı; Kral VI.George ve (Ana) Kraliçe Elizabeth'in evlilik gümüş yılı. Oranı % 2.6.

TAHTTAN FERAGAT ETME -> VIII. Edward'ın basın açıklaması ve tahttan feragat olayıyla ilgili yorumlar. Oranı % 0.83.

**D. 1930-1960 Arası Video Kasetlerde Yer Alan Brıtısh Pathé Haber Filmlerindeki Kraliyet Ailesi Görüntülerinin Yıllara Ve Konulara Göre Dağılımı**

1930

Manchester; Kraliyet Uçuş Kupası (2 dk. 21 sn) SPOR / TEKNOLOJİ.

İngiliz Parlamentosu açılış töreni; Kral V. George ve Kraliçe (2 dk. 34 sn) AÇILIŞ TÖRENİ (iç politika).

Prens dünyanın en büyük havada ve suda giden uçağını kullanıyor (2 dk. 38 sn) TEKNOLOJİ.

1931

Kral V. George ve Kraliçe St. Giles Katedralindeki dinsel törende. (1 dk. 18 sn) DİN.

1932

Kral V. George ve Kraliçe Kraliyet yatında tatil yapıyorlar ("hak edilmiş bir tatil"). (1 dk. 35 sn) AİLE OLAYI (tatil).

1933

Galler Prensi yurt içinde bir köprünün açılış töreninde. (2 dk. 34 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / TEKNOLOJİ.

Kral V. George ve Kraliçe (yine) Kraliyet yatında tatil yapıyorlar. (2 dk. 01 sn) AİLE OLAYI (tatil).

Kraliçe İngiliz Endüstri Fuarını ziyaret ediyor. (2 dk. 33 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ.

1934

Kraliçe İngiliz Endüstri Fuarını ziyaret ediyor. (1 dk. 12 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ.

Prens VI. George Afrika'da bir Kraliyet gezisinde; yerli savaşçıların geleneksel karşılama törenlerini izliyor. (1 dk. 55 sn) YURTDIŞI GEZİ / KOLONİ.

Prens VI. George otomobil üretim fabrikalarını ziyaret ediyor. (1 dk. 06 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ.

DERBY at yarışlarında Kraliyet töreni. (4 dk. 21 sn) SPOR (at yarışları).

Kraliyet ailesi ROYAL ASCOT geleneksel at yarışlarında. (4 dk. 24 sn) SPOR (at yarışları).

1935

Kraliyet ailesi ROYAL ASCOT at yarışlarında. (2 dk. 12 sn) SPOR (at yarışları).

Kraliyet soylulara "garden party" veriyor. (2 dk. 24 sn) RESMİ KABUL TÖRENİ.

York Düşesi çocuk bakımevini ziyaret ediyor. (2 dk.) YURTİÇİ GEZİ.

Kral V. George Kraliyet Hava Kuvvetlerini teftiş gezisinde. (2 dk. 30 sn) YURTİÇİ GEZİ / ORDUYA İLİŞKİN (askeri gezi).

Kral V. George Kraliyet Deniz Donanmasını teftiş gezisinde. (3 dk. 29 sn) YURTİÇİ GEZİ / ORDUYA İLİŞKİN (askeri gezi).

Kral V. George'un Gümüş Jübilesi. Kral basın demecinde "Kralınız size konuşuyor...Ben kendimi size adadım..." (4 dk. 29 sn) GÜMÜŞ JÜBİLE/BASIN DEMECİ.

1936

Kral V. George'un cenaze töreni. (3 dk. 03 sn) CENAZE TÖRENİ.

Yeni Kral VIII. Edward Olympia Endüstri Fuarında. (1 dk. 07 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ.

Kral VIII. Edward'ın taç giyme töreni. (2 dk. 29 sn) TAÇ GİYME TÖRENİ / DİNSEL.

Kral VIII. Edward'ın İngiliz Deniz Donanmasına ilk resmi ziyareti. (2 dk. 38 sn) YURTİÇİ GEZİ / ORDUYA İLİŞKİN (askeri gezi).

Kral VIII. Edward Mrs. Simpson'la evlenebilmek için tahttan feragat ettiğini açıklıyor. (2 dk. 15 sn) TAHTTAN FERAGAT / BASIN DEMECİ.

Yeni Kralın VI. George olduğu açıklanıyor. (2 dk. 31sn) BASIN DEMECİ.

Kral VI. George ve Kraliçe dünya turunda. (3 dk. 11 sn) YURTDIŞI GEZİ.

Kraliyet ailesi kırsal kesimde çiçek festivalini ziyaret ediyor. (1 dk. 38 sn) YURTİÇİ GEZİ.

Kraliyet ASCOT at yarışlarında. (2 dk. 28 sn) SPOR (at yarışları).

1937

Kral VI. George ve Kraliçe Elizabeth'in taç giyme törenleri. (5 dk. 09 sn) TAÇ GİYME TÖRENİ / DİNSEL.

Kraliyet ailesi DERBY at yarışlarında; Kraliçe Pathé kameramanına yakın çekimde poz veriyor. (3 dk. 03 sn).

SPOR (at yarışları).

Kral VI. George (gençken kendisinin de katıldığı) gençlik kampını ziyaret ediyor; yorum: "DEMOKRATİK KRAL" (1 dk. 19 sn) YURTİÇİ GEZİ / HALKLA BİRLİKTE.

Kral VI. George Batı İngiltere'yi geziyor; basın ve halk önünde uzun bir konuşma yapıyor. (2 dk. 35 sn) YURTİÇİ GEZİ.

1938

Commonwealth ülkelerinin de katıldığı İmparatorluk Sergisini Kral VI. George açıyor. (5 dk. 03 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / KOLONİ / TEKNOLOJİ.

Kral VI. George Fransa'yı ziyaret ediyor. (3 dk. 13 sn) YURTDIŞI GEZİ.

Kral VI. George yine gençlik kampını ziyaret ediyor. (1 dk. 26 sn) YURTİÇİ GEZİ / HALKLA BİRLİKTE.

Kraliçe, kendi adını taşıyan Queen Elizabeth gemisinin denize indirilmesi töreninde ilk kez basın ve halk önünde konuşuyor. (4 dk. 12 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / BASIN DEMECİ.

Kraliyet birlikleri toplantısı. (1 dk. 28 sn) RESMİ KABUL TÖRENİ.

Kraliçe Londra'da mağazalardan yılbaşı armağanları alıyor. (1 dk. 24 sn) HALKLA BİRLİKTE.

1939

Kraliyet kolonilerin katıldığı ziraat gösterisinde. (1 dk. 01 sn) YURTİÇİ GEZİ / KOLONİ / TEKNOLOJİ.

Kraliçe Elizabeth İngiliz Endüstri Fuarında. (1 dk. 29 sn) YURTİÇİ GEZİ.

Kral ve Kraliçe Kanada gezisinde. (1 dk. 13 sn) YURTDIŞI GEZİ.

Kent Düşesi Birmingham Havaalanını hizmete açıyor. (40 sn) AÇILIŞ TÖRENİ.

Kral ve Kraliçe kırsal kesimi ziyaret ediyor. (1 dk. 25 sn) YURTİÇİ GEZİ.

Windsor dükü (VIII. Edward asker üniforması içinde, orduda) (34 sn) ORDUYA İLİŞKİN (savaşta).

Kraliçe savaşta ulusal birlik çağrısında bulunuyor. (2 dk. 24 sn) BASIN DEMECİ (savaşta).

Kral Fransa'ya müttefik birliklere katılmak üzere uğurlanıyor. (3 dk. 13 sn) ORDUYA İLİŞKİN / AİLE OLAYI (savaşta).

1940

Kral ve Kraliçe Londra'da halkla birlikte. (1 dk. 37 sn) HALKLA BİRLİKTE (savaşta).

Kral ve Kraliçe İngiltere'nin Batı bölgesini geziyor. (1 dk. 39 sn) YURTİÇİ GEZİ (savaşta).

Windsor Dükü (VIII. Edward) İngiliz elçisi olarak Oath'da. (1 dk. 32 sn) ORDUYA İLİŞKİN / YURTDIŞI GEZİ (savaşta).

Kral ve Kraliçe bombalanmış bölgeleri ziyaret ediyor. (1 dk. 11 sn) YURTİÇİ GEZİ (savaşta).

Kral bir yurtiçi gezisinde, halkla birlikte eğleniyor. (29 sn) YURTİÇİ GEZİ / HALKLA BİRLİKTE.

1941

Kral ve Kraliçe bombalanmış bölgeleri ziyaret ediyor. (32 sn) YURTİÇİ GEZİ (savaşta).

Kraliçe yeni bir köprüyü hizmete açıyor. (1 dk. 28 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / TEKNOLOJİ.

Ana Kraliçe Mary hastanede savaş yaralılarını ziyaret ediyor. (30 sn) YURTİÇİ GEZİ / HALKLA BİRLİKTE (savaşta).

Kraliyet DERBY at yarışlarında. (2 dk. 10 sn) SPOR (at yarışları).

1942

Prenses Elizabeth'in doğumgünü askeri törenle kutlanıyor. (1 dk. 17 sn) AİLE OLAYI / ORDUYA İLİŞKİN.

Kraliyet ailesi bombalanmış bölgeleri ziyaret ediyor. (1 dk. 05 sn) YURTİÇİ GEZİ (savaşta).

Kral ve Kraliçe İskoçya'da. (1 dk. 05 sn) YURTİÇİ GEZİ (savaşta).

Kral komando talim birliklerini ziyaret ediyor. (42 sn) ORDUYA İLİŞKİN / YURTİÇİ GEZİ (savaşta).

1943

Kral ve Kraliçe Amerika gezisinde. (2 dk. 10 sn) YURT-DIŞI GEZİ.

Avrupalı Kraliyet çocukları Amerika'ya uğurlanıyor. (1 dk. 27 sn) AİLE OLAYI (uğurlama töreni).

1944

Kraliyet ailesi bombalanmış bölgeleri ziyaret ediyor. (1 dk. 06 sn) YURTİÇİ GEZİ (savaşta).

Kral ve Kraliçe Dover'da resmi kabul törenlerinde. (32 sn) RESMİ KABUL TÖRENİ.

1945

Windsor Dükü (VIII.Edward) ve Windsor Düşesi (Mrs. Simpson) İngiltere'yi ziyaret ediyor. (1 dk. 01 sn) AİLE OLAYI.

1946

Ana Kraliçe Mary "Boy's Parliament"i ziyaret ediyor. (1 dk. 36 sn) YURTİÇİ GEZİ.

Commonwealth ülkeleri zafer gösterilerinde geçit töreni yapıyor. (2 dk. 31 sn) KOLONİ (gösteri).

Kraliyet Royal ASCOT at yarışlarında. (3 dk. 28 sn) SPOR (at yarışları).

Prenses Elizabeth İskoçya'da. (2 dk. 09 sn) YURTİÇİ GEZİ.

Windsor'lar İngiltere'yi ziyaret ediyorlar. (1 dk. 05 sn) AİLE OLAYI (gezi).

Kral ve Kraliçe endüstri sergisi açılışında. (2 dk. 13 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / TEKNOLOJİ.

1947

Kraliyet ailesi Güney Afrika turunda yerlilerin geleneksel törenleriyle karşılanıyor. (2 dk. 17 sn) YURTDIŞI GEZİ/ KOLONİ.

Windsor'lar evlerinde; İngiltere gezisinde. (1 dk. 28 sn) AİLE OLAYI (gezi).

Kraliyet ailesi Güney Afrika gezisinde dünyanın en büyük otomobiliyle dolaşıyorlar. (1 dk. 11 sn) YURTDIŞI GEZİ / TEKNOLOJİ / KOLONİ.

Kraliyet aşkı; Prenses Elizabeth ve Prens Philip'in nişan törenine Commonwealth ülkelerinden armağanlar geliyor. (2 dk. 48 sn) AİLE OLAYI (nişanlanma) / KOLONİ (armağan verme).

Prenses Elizabeth ve Prens Philip'in evlenme töreni. (4 dk. 17 sn) AİLE OLAYI (düğün).

Prenses Elizabeth ve Prens Philip balayında. (1 dk.) AİLE OLAYI (tatil).

1948

Kraliyet ailesi endüstri fuarında yeni konut tasarıları standını geziyor. (2 dk. 16 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ

Kral ve Kraliçe'nin Gümüş evlilik yıldönümü. (3 dk. 14 sn) AİLE OLAYI / GÜMÜŞ YIL KUTLAMASI

Prens Charles doğdu; "Bir prens doğuyor!" BBC yayını. (2 dk. 02 sn) AİLE OLAYI

Kraliyet ailesi Prens Charles'ın vaftiz töreninde. (2 dk. 07 sn) AİLE OLAYI / DİNSEL TÖREN

1949

Bebek Prens Charles parkta dadısıyla hava alıyor. (1 dk. 02 sn) AİLE OLAYI (gezi).

Windsor'lar tatillerini İtalya'da geçiriyorlar. (1 dk. 38 sn) AİLE OLAYI (tatil) / YURTDIŞI GEZİ.

Kral ve Kraliçe film yıldızları onuruna bir "Royal party" veriyor. (1 dk. 24 sn) RESMİ KABUL (yemek daveti).

1950

Ana Kraliçe Mary bağış yapmak üzere Amerikan dolarıyla satılacak bir elişi halı dokuyor. (1 dk. 28 sn) AİLE OLAYI.

Kral ve Kraliçe South Bank sergi salonunu ziyaret ediyor. (1 dk. 06 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ.

Kraliçe yeni bir limanını hizmete açıyor. (2 dk. 08 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / TEKNOLOJİ.

Kraliçe Kuzey İrlanda'yı ziyaret ediyor. (1 dk. 34 sn) YURTİÇİ GEZİ.

Prens Philip Malta'da İngiliz Kuvvetlerinin komutasını yürütüyor. (50 sn) ORDUYA İLİŞKİN / YURTDIŞI GEZİ.

Kraliyet, yeni doğan Prenses Anne'ın vaftiz töreninde; hep birlikte basına poz veriyorlar. (2 dk. 22 sn) AİLE OLAYI / DİNSEL TÖREN.

Hollanda Kraliçesi onuruna resmi karşılama töreni. (5 dk. 22 sn) RESMİ KABUL (karşılama).

1951

Prenses Elizabeth Akdeniz tatilinden döndü. (1 dk. 09 sn) AİLE OLAYI (tatil)

Kraliyet ailesi iddialı South Bank endüstri sergisinde. (1 dk. 38 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ

Prenses Elizabeth bir moda gösterisinde. (1 dk. 02 sn) YURTİÇİ GEZİ (defile)

Ana Kraliçe Mary Endüstri sergisini geziyor. (1 dk. 38 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ.

Windsor'lar tatilde. (1 dk. 16 sn) AİLE OLAYI (tatil).

Prenses Margaret'in doğumgünü töreni; danslı eğlence. (1 dk. 42 sn) AİLE OLAYI (doğum günü).

Prens Charles 3 yaşında. (28 sn) AİLE OLAYI (doğum günü).

Prenses Elizabeth ve Prens Philip Washington'ı ziyaret ediyor. (2 dk. 27 sn) YURTDIŞI GEZİ.

1952

Kral ve Kraliçe, Prenses Elizabeth ve eşini havaalanından dünya turuna uğurluyorlar. (2 dk. 34 sn) AİLE OLAYI / YURTDIŞI GEZİ.

Kral VI. George öldü; cenaze töreni. (7 dk. 17 sn) CENAZE TÖRENİ.

1953

Kraliçe sel baskınından zarar gören bölgeleri ziyaret ediyor. (3 dk. 07 sn) YURTİÇİ GEZİ (doğal felaket).

Ana Kraliçe Mary öldü; cenaze töreni. (2 dk. 24 sn) CENAZE TÖRENİ.

Taç giyme töreni provası. (3 dk. 21) TAÇ GİYME TÖRENİ/DİNSEL.

Taç giyme törenine özel DERBY at yarışları. (3 dk. 21 sn) SPOR (at yarışları) / TAÇ GİYME.

Kraliçe Elizabeth babasının yerine tahta geçiyor; taç giyme töreni RENKLİ olarak veriliyor. (4 dk. 01 sn) TAÇ GİYME / DİNSEL.

1954

Kraliyet ailesi Yeni Zelanda gezisinde yerlilerin geleneksel törenleriyle karşılanıyor. (2 dk. 05 sn) YURTDIŞI GEZİ / KOLONİ.

Kraliyet ailesi havaalanında Kraliçe Elizabeth ve eşini uğurluyor. (5 dk. 05 sn) AİLE OLAYI / YURTDIŞI GEZİ.

Prenses Margaret maden işçilerini ziyaret ediyor. (47 sn) YURTİÇİ GEZİ.

Kraliçe ülkeye hizmetlerinden dolayı Sir Winston Churchill'i onurlandırıyor; nişan töreni. (2 dk. 26 sn) RESMİ KABUL.

Kraliçe yurtiçi gezisinde gençlerin stadyumda yaptıkları spor gösterilerini izliyor. (1 dk. 57 sn) YURTİÇİ GEZİ / SPOR (gösteri).

Ana Kraliçe Amerika ziyaretinde Eisenhower tarafından karşılanıyor. (46 sn) YURTDIŞI GEZİ

Kraliyet DERBY at yarışlarında. (4 dk. 05 sn) SPOR (at yarışları).

1955

Prenses Margaret bir gençle nişanlanıp ayrılıyor. (2 dk. 10 sn) AİLE OLAYI (nişanlanma).

Kraliyet moda gösterisinde. (1 dk. 01 sn) YURTİÇİ GEZİ (defile).

1956

Kraliçe Elizabeth nükleer güç istasyonunu hizmete açıyor; "barışçı amaçla kullanılacak" (1 dk. 18 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ

1957

Prens Charles Kraliyet ailesinde ilk kez okula giden prens oluyor. (2 dk. 12 sn) AİLE OLAYI / HALKLA BİRLİKTE

Kraliyet ailesi South Bank sergi merkezinin açılış töreninde. (2 dk. 08 sn) YURTİÇİ GEZİ / TEKNOLOJİ

1958

Kraliçe Gatwick havaalanını hizmete açıyor. (2 dk. 17 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / TEKNOLOJİ.

Kraliçe Parlamentonun açılışında yayın hayatındaki gelişmeler üzerine de konuşuyor. (3 dk. 20 sn) AÇILIŞ TÖRENİ / BASIN DEMECİ.

1959

Kraliçe Elizabeth Kanada gezisinde. (2 dk. 03 sn) YURTDIŞI GEZİ.

Kraliçe Şikago'da törenle karşılanıyor. (2 dk. 26 sn) YURTDIŞI GEZİ.

Kraliçe'yi Amerika'da Eisenhower ağırlıyor. (3 dk. 14 sn) YURTDIŞI GEZİ / RESMİ KABUL.

1960

Kraliçe Londra'yı ziyaret eden general de Gaulle'u ağırlıyor. (2 dk. 38 sn) RESMİ KABUL.

Prenses Margaret evleniyor: düğün töreni. (3 dk. 19 sn) DÜĞÜN/ AİLE OLAYI.

Yukarıdaki dökümden çıkan sonuca göre British Pathé News/A Year to Remember video kaset dizisi içinde 1930-1960 yılları arasındaki 31adet video kasette saptadığımız İngiliz Kraliyet ailesinin görüntülerinin toplam süresi: 4 saat 28 dakika 58 saniyedir. Aynı yıllar içinde incelemeye aldığımız ve genel dökümünü verdiğimiz tüm haber görüntülerinin toplamı ise 30 saat 35 dakika 33 saniyedir. Bu durumda 1930-1960 yılları arasında İngiliz Kraliyet ailesinin görüntüleri toplam haber görüntülerinin yaklaşık olarak % 14'ünü oluşturmaktadır. Ancak yoğunluk yıllara göre değişmektedir.

## E. KRALİYET AİLESİ GÖRÜNTÜLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Tabloları daha ayrıntılı hale getirmenin bizi sayılara boğacağını düşündüğümüz ve sayıları belli görüşlerin kanıtı olarak kullanmaktan yana olmadığımız için elimizde bulunan tabloları bu kitaba koymayıp yukarıdaki biçimiyle özetlemeyi yeğledik. Yine de tüm bu sayısal döküm bize Cannadine ile Dayan ve Katz'ın değerlendirmelerinin haklı olduğunu göstermektedir. Toplam Kraliyet görüntüleri içinde konuların bulunma oranlarına baktığımızda Kraliyet gezilerinin en yüksek yüzdeyi elde ettiğini görmekteyiz. Çeşitli amaçlarla yurt içi ve yurt dışı gezilerden oluşan bu sonucun hangi olayları konu aldığı, verdiğimiz genel dağılımda görülebilir.

Kraliyet ailesinin bu gezilerdeki görünümlerini diğer görünümlerden ayıran temel ölçüt (en azından bize göre), bunların resmi olarak gezi ya da ziyaret adı altında düzenlenmiş olmasıdır. Kraliyet ailesi bu gezilerde önceden planlanmış belli yerlere gider, belli olaylara giderek katılır. Gezinin kendisi kuşkusuz bir ritüeldir. Gidilen yerde önceden düzenlenmiş karşılayıcılar ve uğurlayıcılar vardır. Bu insanlar profesyonel olarak hangi kuralların uygulanması gerektiğini bilen ve protokol dışındaki insanların planlanan geziyi bozmamalarını sağlayan insanlarla birlikte geziye katılabilirler. Gezinin nedeni ne olursa olsun, Kraliyetin bir ziyarette bulunması başlı başına bir olaydır. Bu gezilerde ruhani kimlik yere iner ve sıradan insanlarla kendi belirlediği kurallara göre tanışır. Bu tanışmaları "Halkla birlikte" adı altında sınıflandırdığımız görüntülerden ayıran, resmi gezilerin tesadüfi olmamasıdır. O nedenle, Kraliyet ailesi Afrika'daki "uygarlaşmamış" kabileleri ziyaret ederken burada belirgin olarak iki ana amaç vardır; Kraliyetin varlığını cisim olarak göstererek kanıtlamak, anımsatmak ve bu cismin uygarlaşmış olduğunu, göstermek. Tablolarda bu tür iç içe geçmiş konuları her başlık altında yeniden gösterdik. Yani koloni olayları olarak % 7 ile verilen görüntüler, Kraliyet ailesinin % 37.23'lük oranının içinde de bulunmaktadır. Bu birleşimler bazen üçlü de olabilmektedir. Örneğin belli bir haber aynı anda hem Kraliyet gezi-

si, hem koloni hem de teknolojik üstünlük konusu olabilmektedir. Böyle durumlarda aynı haber her bir konu içinde ayrı ayrı ele alınmıştır.

Doğum, nişan, düğün, balayı, yaş günü, vb. aile olayları ise toplumda yaşayan diğer insanların da kendi yaşamları boyunca karşılaştıkları özel olaylardır. Sıradan insanın bireysel yaşamının toplum içindeki gelenek, göreneklerle aile kurumu içinde düzenlenişidir. Bu tür aile olaylarının görüntülenmesi halka Kraliyet ailesinin de sıradan insanlar olarak "normal" yaşam süreçleri içinde insani tecrübelerden geçtiğini göstererek ruhani kimliği bir kez daha yere indirir. Ancak iş bununla kalmaz; aile olaylarının yaşanması, Kraliyet ailesini sıradan ailelerle eşit düzeye indirmek yerine, en özel anlarında bile herkesten ne denli farklı olduklarının da bir kanıtıdır. Kraliyet ailesinde bebekler "prens" ya da "prenses" olarak doğar. Yeni doğanlar yalnızca bir ailenin değil, tüm Kraliyet sınırında yaşayanların prensi ya da prensesidir. Yani bu aile herkesin ailesidir. Özel yaşam anlarının görüntülenmesinin, popüler meraka belli bir karşılık vermesinin altında yatan, bu görkemli sıradanlıkların yanı sıra Kraliyetin kişiselleştirilerek halkın onay ve bağlılığının pekiştirilmesidir. Popüler kişiliklerin, politik liderlerin özel yaşamına ilişkin bazı verilerin bilinçli olarak medyatik hale getirildiğini günümüzde hepimiz biliyoruz. Benim yaptığım her şeyi yapıyor ama dahası var. Onun yaptığı her şeyi ben sıradan biri olarak yapamam. Burada bir kez daha kendi yerimin, kendi konumumun belirlenmiş olduğunu ayırt ederim; bu bana, yüce kişiliği kendimle kıyaslama olanağı v erir çünkü. Onun içindir ki toplumsal popülerlik ve saygınlığın korunması ve geliştirilmesinde kişiselleştirmelerin, özel anların (görüntüsel olarak tabi) paylaştırılmasının büyük önemi vardır.

Bilimsel buluşlar, fuarlar, teknolojik üstünlüğün sergilenmesi için birer fırsattır. Özellikle bizim haber filmlerini incelemeye aldığımız 20. yüzyılın ilk yarısında teknoloji, dünya egemenliğin bir göstergesi olarak algılanmaktadır. Bunun içindir ki, izlediğimiz haberlerde teknolojik yeniliklerle ilgili olanlar hep Kıta Avrupası ya da Amerika ile kıyaslanarak yapıl-

maktadır. Teknoloji bir gösteri konusudur, onun için de havacılık gösterileri, köprü / liman / fabrika/havaalanı açılışları, endüstri fuarları hep görkemli gösteriler olarak sunulur. Bu gösteriler yurt içinde olabileceği gibi uluslararası düzenlemelerde, Commonwealth ülkelerinde de gerçekleşebilir. Kraliyet üyeleri tüm teknolojiye ilişkin gösterilerde aktif katılımcılardır. Kral ya da prensleri "dünyanın en büyük" uçağını kullanırken ya da atom reaktörünü hizmete açarken, bir eylem içinde görürüz. Otomatik santralli telefonu ilk kullanan Kraliçedir, jet uçağını ilk kullanan ya prens ya da Kraliyet Ordusu'dur. Teknoloji kişisel kullanıma sunulabilir ancak Kraliyet ailesinin eliyle olacaktır bu. Kısaca, teknoloji ile ilgili haberlerde Kraliyet ile teknoloji bütünleşmiş olarak verilir. Bu durum bana günümüzde bilgisayar kullanımının politik liderlerimiz tarafından nasıl bir "ek organ" gibi sunulduğunu anımsatıyor.

Haber filmlerimizde Kraliyet ailesinin göründüğü spor olayları, futbol, tenis, at yarışları karşılaşmalarıdır. Tüm spor olaylarında Kraliyet ailesini hiç bir sportif eylem içinde görmeyiz. Bu durum sonraları, 1960'ların sonlarında Prens Charles'ın polo oynarken görüntülenmesiyle değişecektir. Günümüzde, özellikle at yarışlarında Kraliyet ailesini aktif sporcular olarak görüyoruz, ancak bizim kendimizi sınırladığımız 1930-1960 arasında bu tür görüntülerle karşılaşmadık. Bu dönemde aile, spor olaylarına yalnızca izleyici ve ödül verici olarak katılır. Gösteri spor olayında odaklanır. Haber kameraları Kraliçe'yi yakından görüntülemek için çabalasa da önemli olan spor karşılaşmasının sonucudur. Kraliyet, başarılı olanı ödüllendirir. Sporcular kendilerini izleyen kalabalığın içinden çıkmış "başarılı" kişilerdir ve herkesin tanıklığı önünde belli bir ödülü alabilmek için uğraşırlar. Ödülü veren yüce makam, karşılaşmayı bizzat yerinde izlemek için bulunuyorsa karşılaşmanın ve dolayısıyla ödülün önemi artacaktır. Ulusal futbol karşılaşmalarında politik liderlerin izleyici tribünlerinde bulunmalarının böyle çifte bir anlamı vardır. Kalabalık izleyici kitlesiyle birlikte aynı olayı izlemek, yani izleyici kimliğini paylaşmak ve ödülün ö-

nemini artırarak izleyicinin takdirini pekiştirecek kadar yüceliğini korumak.

Açılış törenleri yine bu çifte işlevi üstlenmektedir. Burada, Erwing Goffman'ın dramaturjik modeline değinmeden geçemeyeceğim. Goffman, çağdaş toplumsal ilişkilerimizin aslında hep bir sahne gösterisi anlayışıyla planlanıp yaşandığını söyler (Goffman, 1969). Sahnenin açılışı, gösterinin başlayacağını vurgulayan önemli anlardan biridir. Gerçi tüm törenlerde, hatta gezilerdeki karşılama ve uğurlamalarda da gösterinin başı ve sonu belirginleştirilip olayın kendisine dikkatin çevrilmesini sağlar ama, açılış törenlerinde bu durum çok belirgin ve ileriye doğru geniş ölçüde yankılıdır. Fabrika, köprü, istasyon, havaalanı, liman açılışları, gemi ya da uçakların ilk hizmete girişleri, parlamentonun açılışı gibi teknolojik ve politik olayların açılışlarını Kraliyet ailesinin yapması, sahnenin sunuculuğunu, daha doğrusu ev sahipliğini üstlendiğini gösterir. Tevazuyla, yerini sahnedeki diğerlerine bırakır ama o olmadan sahne açılamaz, ya da en azından o denli görkemli açılamaz.

Dinsel törenler ruhani kişiliğin yeniden yüceliğe erişmesini sağlar. İzlediğimiz haber filmlerinde dinsel törenler; tahta çıkış ve vaftiz törenlerinden oluşmaktadır. Bir kez de Kral ve Kraliçe'nin pazar ayinine katılması görüntülenmiştir. Dinsel törenlerde sahne tümüyle günlük, sıradan yaşamdan arınmıştır. Töreni ancak protokol üyeleri yakından izleme şansına sahiptir. Ancak, Kraliçe II. Elizabeth'in taç giyme töreni radyo ve televizyonla halka aktarıldığı zaman, "tüm halkın huzurunda" taç giyen ilk hükümdar olma ayrıcalığını elde etti. Pazar ayinine katılmak ve vaftiz edilmek ise sıradan insanların da yaşamlarında bulunan dini olaylar olmasına karşın, aile olayları konusunda söylediğimiz gibi, Kraliyet ailesinin bu tür dinsel olayları kendi görkemiyle birlikte gerçekleştirdiğini görmekteyiz. Taç giyme törenlerini ayrı bir yüzde içinde tekrar ele almamızın nedeni, açıktır ki, dinsel anlamının yanı sıra, Kraliyet tacının el değiştirmesini sergileyen bir başka boyutunun olmasıdır. Bu konuda Cannadine'ın yazımızın başında değindiğimiz değerlendirmelerine yeniden bakılabilir.

Koloni olayları başlığında sınıflandırdığımız olaylar aslında genel olarak Kraliyet gezisi ve teknolojik üstünlükle ilişkili haberlerdir. Bunların yanı sıra, her yıl, Commonwealth ülkelerinin "hediye" adı altında ödediği vergiler ve Kraliyetin aile olaylarında sunulan özel armağanlar da Kraliyetin sınırlarını yeniden anımsatmak için birer fırsat olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının gündeminde çeşitli olaylarla yer alan Kraliyet ailesi, bazı özel durumlarda basının gündemini kendisi belirleyip basın demeci vermektedir. Basın demeçleri, incelediğimiz haberlerde, Kral V. George'un gümüş jübile töreni, Kral VIII. Edward'ın tahttan feragatı, Ana Kraliçe Elizabeth'in II. Dünya Savaşı başında ulusal birlik çağrısı ve Kraliçe II. Elizabeth'in İngiliz parlamentosunun 1958 yılı açılışında kral ve kraliçeler tarafından verilmiştir. Bu demeçlerde önceden hazırlanan yazılı metinlerin okunduğunu görüyoruz. Bu görünümler, içerik ve biçim açısından politik liderlerin basın demeçlerine benzemektedir. Belli bir standın üstünde, mikrofonla halka seslenen Kraliyet genellikle sivil giysiler içindedir. II. Elizabeth'in parlamento açış konuşması ise Kraliyet giysileri içinde gerçekleşmiştir.

Resmi kabuller, hem politik hem geleneksel kalıpları içerir. Her durumda Kraliyet, ev sahibidir. Belli bir protokol içinde konuklarla el sıkışılır ve birlikte yemek masası çevresinde ya da kokteyl partilerde sohbet edilir.

Ölüm, özel yaşamın sona ermesiyle birlikte ölenin toplumsal çevresinin düzenlediği cenaze töreni'nin önemini gündeme getirir. Kişinin yakın çevresi ve tanıdıkları için anlamlı olan cenaze töreni, bir Kraliyet ailesi üyesi söz konusu olduğunda tüm teba için bir yas gösterisine dönüşür. Cenaze töreni yapılan Kraliyet üyesi tüm İngiliz ailesinin bir üyesi kimliğinde uğurlanır. Görüntülerimizde Kral V. George, Kral VI. George ve Ana Kraliçe Mary'nin cenaze törenleri var.

Haber yorumcusu, tüm halkın temsilcisi olarak bu törenlerde uzun övgü ve yas konuşmaları yapar. Bu konuşmalar ger-

çekten de Kraliyet'in saygınlığını pekiştiren, son derece dokunaklı konuşmalardır.

Yurt içi ve yurt dışı askeri teftiş gezilerini, askeri törenleri, Kral ve prenslerin askeri üniforma içindeki görüntülerini orduya ilişkin başlığı altında sınıflandırdık. Kraliyet'in erkekleri kuşkusuz İngiliz Kraliyet ordusunun komutanlarıdır. Ancak cepheye giderken istasyondan uğurlanmalarında ailevi bir şeyler de vardır. Bu görüntüler, sıradan insanın eşini, oğlunu askere uğurlamasıyla eş gibi görünür. Burada yine sıradan-yüce çift kimliği ağır basmaktadır. Askere uğurlama görüntülerinin bazılarını (uğurlayan aile üyeleri sıradan giysileriyle görüntüde ise) aile olayları kapsamında da değerlendirdik. Orduya ilişkin tüm görüntülerde Kraliyet üyeleri ordu ile bütünleşmiştir. Mutlaka askeri üniforma içindedirler ve eylem halinde görünürler. Eylemleri göründüğü kadarıyla, daha çok orduyu teftiş etmektir. Aslında önemli bir bölümü II. Dünya Savaşı sırasına rastlayan 1930-1960 döneminde orduya ilişkin Kraliyet görüntülerinin daha çok olması beklenebilirdi. Ancak bu dönemde savaşla ilgili görüntülerin, daha çok politik görüşmeler, sivil savunma, cephe görüntüleri olduğunu görüyoruz. Tablo I. incelenirse, savaş sırasında Kraliyet görüntülerinin oranında bir düşüş olduğu görülecektir. Eğer elimizdeki video kasetler gerçekten söylendiği gibi sinemalarda yayınlanan yıllık doküman içindeki konu ağırlığına uygun ise, bu dönemde haber filmlerinde Kraliyetin savaş ve politik görüşmeler karşısında ikinci planda kaldığının bir göstergesi olabilir. Nitekim, Cannadine'ın incelemesinden öğrendiğimiz gibi, Kral VIII. Edward'ın 1936'daki tahttan çekilmeye zorlanması ve çekilmesi, parlamentonun Kraliyetin politik egemenliğini tamamen elinden almasının bir sonucudur.

Hem orduya ilişkin hem de aile olayı olarak sınıflandırdığımız bir diğer ilginç haber, 1942'de savaş sürerken, prenses Elizabeth'in (şimdiki Kraliçe II. Elizabeth) doğum gününün askeri törenle kutlanması haberidir. Bu törende prenses de askeri üniforma içindedir ve bir teftiş edasıyla törene katılır. Zaten gerek prenses olarak gerek daha sonra Kraliçe olarak, II. Elizabeth'in annesi Ana Kraliçe Elizabeth'den çok daha

"masculine" bir imaj verdiğini görmekteyiz. Savaş sırasında bombalanan yerleri kocası Kral VI. George ile ziyaret eden görüntüleri de dahil olmak üzere, anne Elizabeth her zaman son derece bakımlı, şık, mücevherli, ince topuk pabuçlu ve çok nazik bir gülümsemeyle karşımıza çıkarken, II. Elizabeth'i (kuşkusuz değişen Kraliyet imajını vurgular biçimde) sade, hatta bazen çok sıradan giysilerle ve duygularını belli eden yüz ifadeleriyle görüyoruz. Madenlere iniyor, kasket ve yağmurluk giyiyor, yüzü asık olabiliyor, ata biniyor, vs.

Kraliyet'in halkla planlanmamış (en azından öyle görülen) birliktelikleri, haber yorumcusu tarafından "demokratik krallık" adıyla verilir ve Kraliyet üyelerinin tevazuları vurgulanır. Bu görüntüler; yılbaşı alışverişi yaparken, gençlik kampında top oynarken, kırsal kesimdeki geleneksel eğlencelere katılırken halkla Kraliyet ailesini birlikte verir. Gerçekten de bu haberler Kraliyet ailesinin görkemli törensel düzenlemelerden uzak, sıcak, "domestic" görüntüleridir.

Yıldönümleri, geçmişteki görkemli anıları canlandıran, onları bugüne getiren anlardır. 1930-1960 arası iki gümüş yıl (25. yıl) kutlamaları görmekteyiz. Birincisi, Kral V. George'un tahta çıkma gümüş yılı, 1935'te kutlanmıştı. Burada Kral bir de uzun bir basın demeci vermiştir. Diğeri ise VI. George ile ana Kraliçe Elizabeth'in (II. Elizabeth'in anne ve babası) 1948'deki 25. evlilik yıldönümü kutlamaları. Yine Cannadine'dan öğreniyoruz ki, gümüş yıl kutlamaları "sonradan olma" geleneklerden birisi olarak Kraliyet törenlerine katılmış.

VIII. Edward'ın tahttan feragat etmesini ayrı bir sınıflandırma içinde ele aldık çünkü olayın haberlere yansıyan boyutuyla politik değil, magazin yanı ağır basmaktadır. Sınıflandırmada verdiğimiz oran yalnızca Kralın basın demecini ve olay hakkında haber yorumcusunun değerlendirmelerini kapsıyor. Sonradan Windsor Dükü olarak, uğruna tahtı bıraktığı Mrs. Simpson ile tatilleri, gezileri, artık feragat olayını yeniden değerlendirmekten çok, ailenin "kara koyunu"nun film starı kimliğine bürünmesini sağlamaktadır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Nasreddin Hoca "eski ayları kırpıp yıldız yaparlar" derken hem ay ve yıldızlar arasındaki parlaklığın benzerliğini hem de aralarındaki biçimsel farkı vurguluyordu. En azından bize bu anekdot böyle aktarılır. Nasıl olur demeden yüce ay devrini tamamladı mı, içimiz elvermez yok olup gitmesine, alışık olduğumuz parlaklığını işte "küçük de olsa yine gökyüzünde parlasın" diyerek yıldızlarda görmeyi sürdürürüz. Ortam aynı ortam, parlaklık yere inmeden çözüm bulunur.

Sinema endüstrisinin "parlak" ürünleri de güncelliğini yitirdiği zaman meraklı bir sinemaseveri ya da akademisyeni bekleyeceği arşivlere gönderilir, eğer şanslıysa. Televizyonun ilk yıllarında bu yeni araçla rekabet ederken işbirliğine de giden Hollywood böylece arşivinde bekleyen filmlerin tozlarını televizyon ve bilgisayar ekranlarına dökmeye başladı. Bugün de bu işbirliği sürmekte. Ülkemizde de kanal bolluğunun getirdiği program sıkıntısının çaresi eski Yeşilçam filmlerinde aranıyor. Kuşkusuz sinema filmleri televizyon ekranında şöyle ya da böyle kırpılarak (ekran boyutuna ve ev ortamına sıkıştırılarak, arada reklamlara yer vererek, vb.) görkemini yitiriyor. Sanki bu kırpılmayı haklı göstermek üzere "ama zaten eski" deniyor. Bu eski olma hali gariptir ki yeni kullanıcıların elinde bazen alaycılığa bazen de saygınlığa zemin hazırlıyor. Yalnızca eski olduğu için tüm siyah beyaz filmlerin koruma altına alınmaları için uğraş veriliyor. Tüm eskiler koruma altına alınmalı mı bilmiyorum. Yaşanan zamanında (kendi devrinde) gelip geçici olan pek çok nesne, özel ya da kamusal koleksiyonlarda baş tacı edilebiliyor. Nesnenin özelliği ne olursa olsun koruma altına alındığında yok olup gitmesini önleme, dünden yarınlara taşıma güdüleri ya da amaçlarıyla karşılaşıyoruz. Bir anlamda tarihe karşı durma duygusu değil midir, koleksiyonculuğu çekici kılan? Üstelik "tarihsel nesne"nin kendi adına ve ona karşı verilen bir

uğraştır bu. Bir daha karşılaşabileceğinden, bulabileceğinden emin olmadığı ve ona hoş gelen şeyleri saklar insan. Saklarken nesnenin doğallığını! olabildiğince yaşatmaya özen göstererek korunmasını olanaklı kılacak yeni yollara gerek vardır. Yeniden "parlaklığı görünebilir" halde korumak idealdir tabi. İşte bana sanki hep akademik televizyon programlarında ender rastlanılan "gerçek" olarak, bir insanlık mirası olarak görünen siyah-beyaz haber filmlerini şık kapaklar içinde kitapçı raflarında görünce hemen aklıma hocanın yukarıdaki "yeni yıldız kimlikleri" tanımı gelmişti.

Tarih ciddi bir iş olduğu için akademik bir incelemeye giriştim ve "iğneyle kuyu kazmaya" yani toplam 40 adet video kasetin hepsini saniye duyarlıklı bir video cihazında izleyip çözümlemeye başladım. Yaklaşık 1,5 yıl süren bu çalışmanın sonunda, ilk izlenimimin pek fazla değiştiğini söyleyemem. Yalnız, bu görüntülerin, yani parlak yıldız(cık)ların Benjamin' in dediği gibi insanı yanlış bilincin esaretinden kurtaracak "momentler" mi yoksa Lyotard'ın dediği gibi kitleleri zevke boğan "görkemli gösteriler" mi olduğuna karar vermiş değilim. Belki de böyle bir kararın verilmesi gereksiz, çünkü gerçekten de haber filmleri olarak karşımıza çıkan yakın tarih kayıtları, onları yorumlayacak olanlarla birlikte birer "deneyim nesnesi" haline dönüşeceklerdir. Aşağıda, elinizdeki çalışma ile hangi sorulara yanıt aradığımı, nelere değindiğimi özetliyorum.

"Yeniden-Dönüşümlü Tarihin Gündelik Kullanıma Sunulması" adlı çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Canlı Tarih Ansiklopedisi adlı birinci bölümde kitle iletişiminde daha önce örneğine pek rastlanmayan bir araştırmaya girişirken, araştırmamın materyali hakkında bilgi veriyorum ve bu materyalin hangi yöntemlerle incelenebileceğinin örneklerine değiniyorum. 1930-1969 yıllarını kapsayan haber filmlerinin video kaset halinde piyasaya çıkarılması üzerine, bir üniversite kütüphanesinin arşivinde bulunan kasetlerin ilk 31 yılı araştırmamın malzemesini oluşturuyor. Film/Televizyon/Video üçlüsünün karışımı olan bu materyali araştırmanın başlıca yöntemleri şunlardır: Film endüstrisindeki yeniden üretim süreci, metnin içerik çözümlemesi, izle-

yici araştırması, karşılaştırmalı araştırma, kavramsal-eleştirel yaklaşım. Bizim izlediğimiz yöntem, metnin içerik çözümlemesi ile kavramsal-eleştirel yaklaşımın birlikte denenmesidir.

Hangi Tarih, Kimin Gündelik Yaşamı? adlı ikinci bölümde tarih ve bilginin yorumlanması ve tarihsel tanıklıklar üzerine, modernizm ve postmodernizm tartışmalarına da girerek, kitle iletişim araçlarının tarihe ilişkin bir ortak bellek oluşturmadaki yerine değiniyorum. Tarihin "yeniden dönüşümlü" olma halinin, yeni çevrecilik hareketlerinin gündeme getirdiği (ama yaratmadığı) bir süreklilik anlamı içerdiğini ve bu anlamın da her zaman tarihin yararına kullanılmadığını düşünüyorum.

Kraliyet Ailesi Kamera Önünde adlı üçüncü bölümde, içerik çözümlemesi ve kavramsal değerlendirme uygulamasına örnek olarak haber filmlerinde bulunan İngiliz Kraliyet Ailesinin görüntülerini inceledim. Kraliyetin büyük ölçüde törenselliği yoluyla sürdürülmekte olduğunu ve bu törenselliğin yeni oluşturulan geleneklerle nasıl "yeniden-dönüşüm" işlevi üstlendiğini araştırmaya çalıştım. İngiliz Kraliyet ailesinde gelenekler ve törenler üzerine yapılmış olan akademik çalışmaları elimde bulunan görüntüleri yorumlarken kullanmaya çalıştım. İçerik çözümlemesini görüntülerin ana başlıkları ve konularını yıllara ve süre yoğunluğuna göre sınıflandırarak gerçekleştirdim.

Günümüz medyasında (televizyon, DVD, VCD, internet) Kraliyet ailesinin yine sansasyonel haber ve görüntülerle yer aldığını görüyoruz. Prenses Diana'nın ölümü ile medyanın ilişkilendirilmesi, kişisel mahremiyet hakkına tecavüzün bir örneği ve cenaze töreninin yayınlanması yine tüm cemaatin (bu kez global medya izleyicisinin dinsel farklılıklarını bertaraf ederek) bir araya gelmesi olarak görülmüştür. Bu çalışmada Diana olayını ele almayışımızın nedenlerinden biri günlük yaşamımızdaki imgeler üzerine düşünürken tek bir olayın popülerliğinin gölgesi altında kalmak istemeyişimizdir. Ayrı bir kitap olabilecek boyutta biriken literatürüyle Prenses Diana olayının incelenmesinde, sunduğumuz araştırma metodu bir örnek inceleme yöntemi olarak kullanılabilir.

## İKİNCİ BÖLÜM KAYNAKÇASI


ADORNO, Theodor: "Culture Industry Reconsidered," ***The Culture Industry***, J.M.Bernstein der., London:Routledge, 1991. ss. 85-92.

ALDGATE, A; ***Cinema and History: British Newsreels and the Spanish Civil War***, London:Scholar Press, 1979.

ARMES, Roy; ***On Video: video as a creative medium***, London & New York:Routledge, 1988.

BAUDRILLARD, Jean: ***Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu***, Oğuz Adanır çev., İstanbul: Ayrıntı, 1991.

BELL, Allan, ***The Language of News Media***, Oxford & Cambridge: Blackwell, 1991.

BENJAMIN, Walter: "Tarih Felsefesi Üzerine Tezler," ***Estetize Edilmiş Yaşam***, Ünsal Oskay der. ve çev., Ankara: Dost, 1982, ss.165-182.

BENJAMIN, Walter: "The Storyteller," ***Illuminations***, Hannah Arendt, der., Harry Zohn İngilizce'ye çev., London: Fontana, 1992 (a), ss. 83-107.

BENJAMIN, Walter: "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction," ***Illuminations***, ibid. 1992(b), ss. 211-244.

BENNETT, Tony; "Media, Reality, Signification," ***Culture, Society and the Media***, Michael Gurevitch, Tony Bennett, et.al. der., London:Routledge, 1986, ss. 287-308.

BERGER, Arthur Asa; ***Media Research Techniques***, London: SAGE, 1991.

BLOCH, Marc; ***Tarihin Savunusu ya da Tarihçilik Mesleği***, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: Birey ve Toplum, 1985.

BOTTOMORE, Tom: ***Frankfurt Okulu:(eleştirel kuram)***, Ahmet Çiğdem çev. İstanbul: Ara, 1989.

CANNADINE, David; "The Context, Performance and Meaning of Ritual: The British Monarchy and the 'Invention of Tradition' 1820-1977," ***The Invention of Tradition***, der. Eric Hobsbawn ve Terence Ranger; Cambridge University Press, (Canto edition) 1993, ss. 101-164.

CORNER, John; "Meaning, Genre and Context: The Problematics of Public Knowledge in the New Audience Studies," ***Mass Media and Society***, James Curran ve Michael Gurevitch, der. London: Edward Arnold, 1992, ss. 267-284.

DAYAN, Daniel ve Elihu Katz; "Electronic Ceremonies: Television Performs a Royal Wedding," ***On Signs***, Marshall Blonsky, der. London: Blackwell, 1985.

ECO, Umberto; "Yorum ve Tarih," çev. Yurdanur Salman, ***Kuram***, Kitap 3; ss.19-28; İstanbul:Kur yayıncılık, Eylül 1993.

ERHAT, Azra; ***Mitoloji Sözlüğü***; İstanbul:Remzi Kitabevi, 1978.

EWEN, Stuart; ***All Consuming Images***: the politics of style in contemporary culture, USA: Basic Books, 1988.

GALLAGHER, Margaret, "Negotiation of Control in Media Organizations and Occupations," ***Culture, Society and the Media***, Michael Gurevitch, Tony Bennett, et.al. der., London: Routledge, 1986, ss. 151-173.

GERBNER, George, et.al.(der) ***The Analysis of Communication Content***, New York: John Wiley & Sons, 1969.

GIDDENS, Anthony; ***Sociology***, Cambridge: Polity Press, 1992.

GITLIN, Todd; "The Politics of Communication and the Communication of Politics," ***Mass Media and Society***, James Curran ve Michael Gurevitch der, London: Edward Arnold, 1992, ss. 329-341.

GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP, ***Bad News***, London: Routledge & Kegan Paul, 1976.

GOFFMAN, Erving; ***The Presentation of Self in Everyday Life***, Harmondsworth: Penguin, 1969.

HANHARDT, John; ***Video Culture: a critical investigation***, New York: Workshop Press, 1990.

HANSEN, Miriam; "Mass Culture as Hieroglyph Writing: Adorno, Derrida, Kracauer," ***New German Critique***, New York: Telos, sayı 56; Bahar-Yaz 1992, ss. 43-73.

HARVEY, David; ***The Condition of Postmodernity***, Cambridge & Oxford: Blackwell, 1992.

HOBSBAWN, Eric ve Terence Ranger (der.); ***The Invention of Tradition***, Cambridge University Press, (Canto edition) 1993.

INGLIS, Fred; ***Cultural Studies***, Oxford: Blackwell, 1993.

JAMESON, Frederic, ***Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı***, çev. Nuri Prümer, İstanbul: YKY, 1992.

JAY, Martin; ***Diyalektik İmgelem***, Ünsal Oskay çev. İstanbul: Ara, 1989.

KAHA, C.W.; "Memory as Conversation," ***Communication;*** Vol. 11, n. 2, Urbana, 1989, ss. 115-122.

KRACAUER, Siegfried; "Temel Kavramlar," çev. Erol Mutlu, ***Sinema Kuramları***, Seçil Büker ve Erol Mutlu der. Ankara: Dost, 1985, ss. 77- 98.

LANG, Kurt ve Gladys Lang; "Collective Memory and the News," ***Communication***, 1989, Vol. 11, ss. 123-139.

LIVINGSTONE, Sonia M., "Audience Reception: The Role of the Viewer in Retelling Romantic Drama," ***Mass Media and Society***, James Curran ve Michael Gurevitch der., London: Edward Arnold, 1992, ss. 285-306.

LYOTARD, Jean-François, "Defining the Postmodern," ***The Cultural Studies Reader***, Simon During der. London: Routledge, 1993, ss. 170-173.

LYOTARD, Jean-François, ***Postmodern Durum***, Ahmet Çiğdem çev. İstanbul:Ara, 1990.

McQUAIL, Denis, ***Media Performance: Mass Communication and the Public Interest***, London:SAGE, 1992.

MILLS, C.W.; ***The Sociological Imagination***, Harmondsworth: Penguin, 1970.

NERONE, John ve Ellen Wartella; "Studying Social Memory," ***Communication***; ibid. ss. 85-88.

NERONE, John; "Professional History and Social Memory," ***Communication***; İbid. ss.89-104.

NORRIS, Christopher; ***What's Wrong With Postmodernism***, London & New York: Harvester / Wheatsheaf, 1990.

OSKAY, Ünsal, ***Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri***, A-Ü.SBF. yay. Ankara: 1982. ve Der yay. İstanbul 2000.

SCHUDSON, Michael; "The Present in the Past versus the Past in the Present," ***Communication***; ibid. ss. 105-113.

SEITER, Ellen, et.al. (der.) ***Remote Control: Television, Audiences & Cultural Power***, London: Routledge, 1991.

SHORT, K.R.M. ve S.Dolezel (der.), ***Hitler's Fall:The Newsreel Witness***, London: Croom Helm, 1988.

SOJA, Edward; "History: geography: modernity," ***The Cultural Studies Reader***, Simon During der. London: Routledge, 1993, ss. 135-150.

ŞENEL, Alâeddin; ***Eski Yunanda Siyasal Düşünüş***; Ankara: Sevinç Matbaası, 1968.

WINSTON, Brian; "The CBS Evening News, 7 April 1949: Creating an ineffable television Form," ***Getting The Message***, John Eldridge der. Glasgow University Media Group, London: Routledge.

WOOLLACOTT, Janet; "Messages and Meanings," ***Culture, Society and the Media***, M.Gurevitch (et.al.) der., London & New York: Routledge, 1990.

**Görü-yorum:** Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü, yaşamımızı kuşatan görsel kültürü anlamaya yönelik bir kitap. Toplum içindeki iletişimin boyutlarını anlamaya çalışırken hem kendimizi hem de başkalarını görme biçimlerimizin hangi bileşenlerden oluştuğunu sorgulamaktayız. Nasıl bir yerde yaşıyoruz? Kimlerle, ne tür araçlar kullanarak ilişki kuruyor, kendimizi nasıl ifade etmeye çalışıyoruz? Başkalarından nasıl haberdar oluyor, onları nasıl görüyor ve onlar tarafından nasıl görünüyoruz? Kullandığımız araçlar değiştikçe iletişim kurma biçimlerimiz de değişiyor mu?

ISBN 975353203-2
9 799753 532036