Nurçay Türkoğlu

İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara

# Toplumsal İletişim

## Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar



Babil

*Nurçay Türkoğlu*

(Prof. Dr., İletişim Bilimleri, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi) İzmir'de doğdu, Adana'da (Adana Koleji) orta öğrenimini tamamladı. 1982 yılında Ankara Üniversitesi SBF. Basın Yayın Yüksek Okulundan mezun oldu. İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden "Türkiye'de Haber Ajansları" konulu teziyle yüksek lisans ve "Toplumsal Gelişimde Televizyon İzleyiciliği: Televizyon İzleyen ve İzlemeyen İki Köyde Karşılaştırmalı Alan Araştırması" konulu teziyle doktora dereceleri aldı. Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nda (şimdi İletişim Fakültesi) öğretim üyesi olarak çalışırken, İngiliz Kültür'den aldığı eğitim bursuyla bir yıl University of Kent at Canterbury'de bulundu. Daha sonra, Warwick Üniversitesi'nin İstanbul'da düzenlediği İngiliz Kültür Çalışmaları konulu yüksek lisans programını bitirdi. Katıldığı ulusal ve uluslar arası kongre ve seminerlerde iletişim etiği, medyanın gücü, sanat ve piyasa, kültür çalışmaları, kent kültürleri, teknoloji ve tarih, belgesel film gibi alanlarda bildiriler sundu. Çeşitli ulusal ve uluslar arası belgesel film ve projelere danışman ve araştırmacı olarak katkıda bulundu.
Kitapları: *Görü-Yorum* (Der, 2000); *Kitle İletişimi ve Kültür* (Naos, 2003); *Toplumsal İletişim* (Babil, 2004); derleyen ve ortak yazar olarak: *Kültürel Üretim Alanları: Renkli Atlas* (Babil, 2004); Cooking the Turkish Way (Kari Cornell ile birlikte, Lerner publications, 2004); yayına hazırlayan olarak: *Kentte Sinema, Sinemada Kent* (Mehmet Öztürk ve Göksel Aymaz ile birlikte, Yeni Hayat Kütüphanesi, 2004).
Çevirileri: *Sinemanın Evrimi*, (Thorold Dickinson'dan çeviri, Çizgi, 1986); *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar* (der. Andrew Belsey, Ruth Chadwick'ten çeviri, Ayrıntı, 1998); *İmaj* (Kevin Robins'ten çeviri, Ayrıntı, 1999); *Genç Toplumbilimcilere 37 Ahlâki Buyruk* (Gary T. Marx'tan çeviri, Babil, 2004).

Babil® Yayınları: 80
Toplumbilim: 2

İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara
Toplumsal İletişim
Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar
*Nurçay Türkoğlu*

Yayın Koordinatörü
*İsmet Gülseçkin*

Yayına Hazırlayan
*Serkan Dora*

Kapak Tasarımı
*Ali İmren*

Birinci Basım: Ekim 2004 (1000 adet)

© Nurçay Türkoğlu
© Babil Yayınları

Teknik Hazırlık
*Meryem Alper*

Baskı ve Cilt
*Barış Matbaası*

ISBN: 975-8480-66-9

1. Toplumbilim, 2. İletişim Bilimleri, 3. Kültürel Çalışmalar

Babil®
Muvakkithane Cad. No: 9, Kadıköy-İstanbul Tel: 0216 414 12 53-414 73 64

*Babil® Yayınları Seyhan Müzik Prodüksiyon San. Tic. Ltd. Şti. Tescilli markasıdır.*

İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara

# TOPLUMSAL İLETİŞİM

## Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar

NURÇAY TÜRKOĞLU

*İçindekiler*

**Önsöz** ..... **9**
**Giriş** ..... **11**

**Birinci Bölüm**
**Tanımlar ve Temel Bilgiler** ..... 17
Süreç ve Anlam Olarak İletişim ..... 21
Göstergebilimsel Çözümlemelerdeki Kavramlar ..... 26
Sistemler ..... 35
İletişim Bilimleri ..... 40
İletişim Biçimleri ..... 41
Toplum İçinde Kişilerarası İletişim ..... 42
Sözlü Kültürden Yazılı Kültüre ..... 58
Kitle İletişimi ..... 66
Kitle İletişim Araçları ..... 68
Kitle İletişim Araçlarında Çeşitlilik ..... 75
Mesajlar ve Anlamlar ..... 81
Kodlama ve Kod Açımlama ..... 87
Popüler Kültür ve Kitle Kültürü ..... 92

**İkinci Bölüm**
**Kitle İletişim Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi ..... 93**
Farklı Disiplinler, Farklı Paradigmalar ..... 95
İlk Tanımlama Çabaları ..... 99
Güçlü Etkiler ..... 102
Deneysel Çalışmalar ve Sınırlı Etkiler ..... 104

"Seçici Algılama", "Pekiştirici Etkiler" ve
"İki Aşamalı Akış" ..... 105
"Kaçış" ve "Boomerang" Etkileri ..... 107
Bilişsel Çelişki Kuramı Açısından Kitle İletişimi ..... 108
Medya Sistemleri ve Gündem Düzenleme ..... 109
McLuhan'ın Görüşleri ..... 110
Kullanım ve Doyum ..... 112
Modernizasyon Sürecinde KİA'mn
Teknolojik Olanaklarından Yararlanma ..... 113
Azgelişmiş Ülkelerde Yapılan İncelemeler ..... 114

**Üçüncü Bölüm**
**Eleştirel Okul, Kitle Toplumu ve Kültürel Çalışmalar ..131**
Kitle Toplumunda Kültürün Standartlaşması ..... 133
Gerçekliğin Kitle İletişim Araçları ile Algılanışı ..... 142
Televizyonun Yarattığı Düş Dünyası ..... 152
Bilgilenme ve Eyleme Açıklık ..... 162
Postmodernizm ve Medya ..... 166
İletişimde Kültürel Çalışmalar ..... 176

**Dördüncü Bölüm**
**Kültür-İmaj-Kent ..... 193**
Global Kültür ya da Kültürel Emperyalizm ..... 195
Kimlik ve İmaj ..... 200
İmaj Yönetimi ..... 202
Kentte Karşılaşmalar ..... 206

**Beşinci Bölüm**
**Seyirlik Ölümler ..... 211**
Ölümün Yaşama Hizmet Eder Hale Getirilişi ..... 215

Yüceltilmiş Ölüm Gösterileri ..... 218
Eğlencelik ve İbretlik Ölüm Gösterileri ..... 221
Seyirlik Şiddetin Çekiciliği ..... 233
Aktör-Kurban-Tanık İlişkisi ..... 237
Kamusal Alanda Oluşan Ortak Deneyimler ..... 240
Şiddetin Kamusal Alanda Seyredilmesi ..... 241
Kitle İletişim Araçlarının Oluşturduğu
Kamusal Alanlar ..... 243
Sentetik Deneyimler ..... 245
Söylensel (Mitsel) Söylemler ..... 248
Popüler Kitle İletişim Ürünlerinde Ölümcül Şiddet ..... 249
Sanatsal Anlatıma Konu Olan Uygar Barbarlık ..... 250
Polisiye Romanlarındaki Tehlikesiz Maceralar ..... 251
Sinemada Vahşet Görüntüleri ..... 253
Televizyon ve Şiddet İlişkisi ..... 254
Televizyon Gerçekliği ..... 256
Ödüllü Bir Cinayet Oyunu ..... 258

**Altıncı Bölüm**
**Seyirlik Cümbüşler ..... 265**
Medya'daki Toplumsal Histeri ..... 267
Medyada Ütopyacı Tüketim ..... 271
Korkuya Karşı Parodileştirilmiş Histeri ..... 276
Televizyonda Şenlik ve Vatandaşlık ..... 278
Kültürel Yurttaşlık/Vatandaşlık ..... 279
Televizyonda Kültürel Vatandaşlık ..... 284
Globalleştirilmiş-Yerel Diziler ..... 286

**Kaynaklar ..... 291**

# *Önsöz*

İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara; kavramlar, tanımlar ve tartışmalarla Toplumsal İletişimin ele alındığı bu kitap, iletişim öğrencisi olan ve olmayan ama toplumsal iletişime ilgi duyan herkesin okuyabileceği kadar genel ilgilere açık bir kitap olarak tasarlandı. Daha önce Kitle İletişim ve Kültür (tükendi, Naos, 2003) adlı kitapta yer alan bilgilerin çoğu burada yenilenmiş ve güncellenmiş olarak sunulmaktadır. Bu kez, iletişimin disiplinler arası bir alan olduğu daha özenle vurgulanmaktadır.

Toplam beş bölüm olarak düzenlenen kitabın 1. Bölümünde tanımlar ve temel bilgiler verilirken tam bir ansiklopedik kaynak sunma iddiasında olunmamakla birlikte, özellikle "kitle iletişimine giriş" niteliğinde en sık başvurulan bazı kavramlara açıklık getirilmeye çalışılmaktadır. Burada; Süreç ve Anlam Olarak İletişim, Göstergebilimsel Çözümlemelerdeki Kavramlar, Sistemler, İletişim Bilimleri, İletişim Biçimleri, Toplum İçinde Kişilerarası İletişim, Sözlü Kültürden Yazılı Kültüre, Kitle İletişimi, Kitle İletişim Araçları, Çeşitlilik, Mesajlar ve Anlamlar, Kodlama ve Kod Açımlama, Popüler Kültür ve Kitle Kültürü gibi başlıklar altında kuramsal çalışmalar, gündelik yaşamdan örneklerle ele alınmaktadır.

2. Bölümde; Kitle İletişim Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi, Farklı Disiplinler ve Farklı Paradigmalardaki çalışmaların tanıtılmasıyla verilmektedir. İlk Tanımlama Çabaları'ndan Güçlü Etkiler ve Sınırlı Etkiler araştırmalarına; Medya Sistemleri ve Gündem Düzenleme kuramlarından Modernizasyon Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Teknolojik Olanaklarından Yararlanma çalışmalarına, daha çok büyük ölçekli akademik araştırmalara yer verilmektedir.

3. Bölümde ise; Eleştirel Okul'un Kitle Toplumu ve Kitle Kültürü kuramları aktarılmakta ve günümüzde disiplinler arası iletişim araştırmalarına zemin hazırlayan Kültürel Çalışmalar tanıtılmaktadır.

4. Bölümde, modernite, postmodernite, globalleşme ve imaj tartışmaları, edebiyat ve gündelik yaşam örneklerinden yararlanılarak ele alınmaktadır.

Seyirlik Ölümler başlığını taşıyan 5. Bölüm, televizyon ve şiddet ilişkisi çerçevesinde yapılan iletişim çalışmalarına, kültürel antropolojiden yararlanan eleştirel bir yaklaşım örneği olarak düşünülmüştür. Burada; Tarihsel Gelişim İçinde Ölüm Gösterileri, Seyirlik Şiddetin Çekiciliği, Kamusal Alanda Oluşan Ortak Deneyimler, Şiddetin Kamusal Alanda Seyredilmesi, Popüler Kitle İletişim Ürünlerinde Ölümcül Şiddet gibi başlıklar altında geliştirilen "Seyirlik Ölümler" argümanı, televizyonlardaki "reality show"lar örneği üzerinden incelenmektedir.

6. Bölüm ise, yine seyirlik tartışmasını bu kez eğlence üzerinden sürdürmektedir. Seyirlik Cümbüşler başlığını taşıyan bu bölümde, popüler medyada günlük yaşamın sıkıntılarına, korkularına karşı bir çeşit Parodileştirilmiş Histeri oluşturulduğu ileri sürülmekte ve en yaygın popüler kitle iletişim aracı olarak televizyon üzerinden bir kültürel yurttaşlık kavramının potansiyeli araştırılmaktadır.

Böylece, elinizdeki kitap yalnızca bir kavram sözlüğü ya da kuramsal tarihçe olmakla yetinmemekte, toplumsal iletişim alanında akademik çalışmalar yapmak isteyenlere bazı inceleme örnekleri sunma çabası göstermektedir.

Türkiye'deki yayıncılık piyasasında akademik çalışmalara önem veren pek az yayınevinden biri olan ve bu kitabın gerçekleşmesi için bize kapılarını açan Babil Yayınları'na ve İsmet Gülseçkin'e teşekkür ederim. Kendisi de bir iletişim bilimleri doktora öğrencisi olan Serkan Dora'nın, akademik faaliyetlerimizin yayın ortamına taşınması için gösterdiği istikrarlı çabaları olmasaydı, elinizdeki kitabın gerçekleşmesi yine de çok zor olurdu. Üniversitedeki varlığından her zaman destek aldığım sevgili Sevilen Toprak, bu çalışmamda da beni yalnız bırakmadı. Bir kez daha, akademik faaliyetin ortak bir entelektüel çaba gerektirdiğini özümseyen arkadaşlarıma ve öğrencilerime içten teşekkürlerimi sunuyorum.

*Nurçay Türkoğlu,*
*Eylül 2004, Nişantaşı*

# *Giriş*

*Kelimeleri herkes biliyor... Yalnız bu masum kelimeler bir araya gelince, içinden çıkılmaz ağlar örüyorlar.*
*Oğuz Atay, Tutunamayanlar*

İletişim kurmanın amacı "anlaşabilmek" mi? Kendimden başkalarının varlığından haberdar olduğumu belirtmek mi? İşaretlere neden ihtiyaç duyuyorum? İletişim her zaman hareketli midir? Sessizlik ve hareketsizlik bir şeyler anlatmaz mı? Mağaranın iç duvarlarına geyik resmi çizen avcı kiminle iletişim kurmaya çalışıyordu? Peki Roma imparatorları devasa büyüklükteki anıt binaları neden inşa ettirdiler? Duman işaretlerinden internete uzanan iletişim serüvenini insanlığın serüveninden ayrı düşünemeyeceğimiz apaçık.

İnsanlar arası iletişim, elektronik aygıtlarla geniş kitlelere yayıldıkça, bir çok sorunu da beraberinde getirmektedir. İletişim kanallarındaki aksamalar, seslenilen kitlenin niteliklerinin varsayımlara dayandırılması, çoğulculuk savları ile düşük beğeni düzeyi eleştirilerinin çatışması, toplumsal değişim, globalleşme tar-

tışmaları, tek-tipleşme ve kültürel parçalanma gibi sorunlar bunlardan yalnızca bir kaçı.

Kitle iletişim araçlarının, bugün yaygın kullanılışıyla kısaca "medya"nın Batılı eleştirmenler için anlamı, mistik aracılık anlayışına dayanır. Medyatör sözcüğü yazılı metinlerde ilk kez, "kilise adamları" için, insanlık ve kutsallık arasındaki aracı anlamında söylenmiş. Kilisenin ulusal gücünün gelişmesinde, eğitimli din adamlarının çevre bölgelere gönderilmesi önemlidir. Tüm ulusun eğitim yoluyla devletin/kilisenin üyesi olması böyle sağlanacaktır. Kilisenin, kendi gücünden kuşku duyduğu zamanlarda; "her eve birer papaz gönderebilme" isteği, merkezden yönlendirilen kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun her eve girmesiyle karşılaştırılır. Dış dünyadan gelen bir yabancı olarak televizyon, kapalı cemaatler için bir kuşku kaynağıdır. Ancak yine kapalı ve /veya alternatif cemaatler, gruplar için bugün uydu yayınları ve internet, kuşatıcı iletişim bilgileri sağlayan merkezlerin birden fazla olmasıyla farklı anlamlar taşıyor. Dinsel inançların, günlük yaşamda görünür biçimde dışa vurulmasının sorunlu olduğu yerlerde diyasporik medya, bir kendini gerçekleştirme aracı da olabiliyor[1]. Teknoloji, coğrafi uzaklıkları bazen görünür, bazen görünmez kancalarla birleştiriyor, haberleşme uydularının yardımıyla cemaati bir araya getirebiliyor, ya da yeni cemaatlerin kurulmasına neden oluyor. Televizyonun ilk yaygınlaşmaya başladığı yıllarla ilgili olarak "uzağın yakın, yakının uzak" olmasıyla ilgili savlar geçerliliğini koruyor ancak artık aydınlatıcı bir saptama gibi değil de, şimdiki zamanların kanıksanan bir durumu gibi algılanıyor. Uzak ve yakın arasındaki ilişki oysa, eskiden olduğu gibi şimdi de, kendiliğinden kurulmu-

1. David Morley, "Belongings: Place, Space And Identity In A Mediated World", *European Journal Of Cultural Studies,* (Vol. 4, Sayı 4) Sage Publications, Londra, Kasım, 2001, s. 442.

yor. Coğrafi sınırlar kendiliğinden oluşmadığı, değişmediği gibi, iletişim teknolojisinin olanakları da kendiliğinden yayılmıyor. Elde edilebilen, kullanılabilen olanakların mutlaka sorunsuzca benimsenen olanaklar olduğu yanılgısına kapılmamak gerektiğini düşünüyorum. Kültürel farklılıklar, gündelik maddi hayatımızda, giysilerimizde ve yiyip içtiklerimizde açıkça görünür olmaktan çekilse bile, globalleşme ile birlikte anılan en önemli sorunlardan biri, aidiyet ve güven sorunu. Birlikte yaşadıklarımızın farkında olmak ve anlamaya çalışmak, karşılıklılık gerektirir ancak iktidar ilişkileri karşılıklı eşitliğe izin vermez.

Dışarıdan gelenler (din adamları, eğitmenler, politikacılar, pop yıldızları, kamu görevlileri, entelektüeller, sanatçılar vb.) gittikleri yörelerin yabancısıdır, yerli değildir. Bu aracılardan içeridekiler çekinirler, tam güven duyamazlar, çünkü onların niyetleri kendilerini merkez adına değiştirmektir. Aracılara merkez de pek güvenmez. Bütün sırlar onlara açılmaz. Aracıların çifte işlevi; filtre ve kalkan işlevlerinden söz edilirken, işte hem merkeze hem de çevreye olan "hem uzak hem yakın" özelliklerine gönderme yapılır.

Medyatör sözcüğünün, bilim kurgu sinemasının başlangıcı olarak kabul edilen Metropolis filminde anlamlı bir yeri vardır; Alman film yönetmeni Fritz Lang'ın 1920'lerde gelişen kapitalizmin otomasyonunu eleştirdiği bu filmde korku filmi öğeleri, bilim-doğa çatışması, Alman romantizmi, ütopik sosyalizm, ve benzeri kavramlardan örülü zengin bir dünya var. Ama bizim için burada anımsatmak istediğimiz kısmı, işçilerin iyi Maria'sının işçileri şiddetten uzaklaştırmak için anlattığı "Babil Kulesi" masalı; Babil'de zaman zaman bir araya gelip fikir alışverişi yapan krallar, "hep birlikte oturabileceğimiz bir kule yapsak ve bu kule göğe kadar uzansa, yerden göğe birbirimizi daha iyi anlarız" demişler. Oturup düşünmüş, kafa yormuş, Babil kulesinin tasarı-

mını yapmışlar ama nasıl inşa edileceğini bilmelerine karşın bunu kendileri yapamazlarmış, her biri kendi ülkesinden işçileri getirmiş, onlara neyi nasıl yapacaklarını anlatmışlar ama öyle yormuşlar ki işçileri, işçiler de sorular sormaya başlamış: "bu kule de neyin nesi, bu kadar büyük olduğuna göre bizim için olsa gerek. Kendi ellerimizle yaptığımıza göre biz oturabiliriz!.." Kralların aklı ile işçilerin elleri arasında bir aracı yani medyatör yokmuş, hiçbiri diğerinin ne istediğini ve kafasından geçenleri bilmiyormuş ve olanlar olmuş, hep birden hücum edince işçiler, kule çökmüş. Bizim iyi kalpli Maria'ya göre de işte kafa ile eller arasında yüreğin medyatörlüğüne, aracılığına gerek vardır. Aslında efsanenin burada, bu ütopik iş bölümünü haklılaştıran biçimde işlenmesi bence, insanın birey olarak mükemmel bir bütün olduğuna duyulan inancı yansıtır. Kafa, el ve yürek, insan bedeninin uyumlu çalışmasına, vücudun bütününe gönderme yapar. Aynı zamanda düzen ve disiplin arayışını yansıtır.

Tevrat'a göre Babil efsanesinde ise, Nuh'un torunları hep birlikte oturmak üzere bir şehir ve bir kule yapmaya girişmişler. Böylece gezginlikleri sona erecek, rahat edeceklermiş. Oysa bu istek, Tanrının "yeryüzüne dağılın" emrine karşı gelmekmiş. Aynı dili konuşmazlarsa birbirlerinden vazgeçeceklerini düşünen Tanrı, bu topluluğun dilini bozmuş, Babil dili böylece karmaşanın dili olmuş, birbirlerini anlayamayan insanlar da uzaklaşıp, başka topraklarda yer tutmaya gitmişler. İlk göçebelik de melezliklere, yeryüzünün insan eliyle canlanmasına yol aşmış.

Gerçekte her efsane, anlatıldığı zamana dair bir takım göndermeler taşır. Her efsanede bir topluluk düzeni, bu düzenle ilgili çatışmalar ve hikaye edilen çözümler vardır. Babil kulesi, insanların kadere karşı çıkmaya çalışmalarının mı, Tanrı'ya açılan kapının mı, birlikteliğin mi, ayrılığın mı simgesidir; nerede, nasıl kullandığınıza göre değişir. Çözümün, aracı eliyle aynı dili ko-

nuşmada mı, yoksa konuşamayıp yeryüzüne dağılmada mı olduğu, efsanenin örnek olarak anlatıldığı konuya ilişkin olarak farklı kıssadan hisselere bürünecektir.

11 Eylül 2001 günü New York'taki Dünya Ticaret Merkezi'ne yapılan saldırı, efsanelerin yeniden sorgulanmasına bir örnek. New York kentini Babylonia'ya, İkiz Kuleleri de Babil Kulesine benzeten bir Türk gazeteci, kişisel tecrübe ile medyanın taşıdığı popüler imajların birleştiği yazısında şöyle diyordu:

> ...nasıl yıktık ellerimizle dördüncü binin şafağında bir Babil Kulesi'ni daha... Burası bizimdir. 72 milletten insanın, Arap'ın, Hintlinin, İtalyan'ın, Yunanlının, Afrikalınındır... her türlü edepsizliğiyle meşhur Babilonya'yı bir sabah alnının tam ortasından vurdular... O an ne olduysa belleklerden silinmeyecek bir gürültüyle oldu. Üçüncü binin Babil Kulesi yıkıldı. Efsane sona erdi. Tılsım yere düştü, kavga kuruldu... şimdi herkes saflarını belirliyor. Bu kent giderek "Amerikalı" oluyor.[2]

Mart 2003 tarihine gelindiğinde ise, gerçek Babil'in yaşanmışlıklarını, eski Mezopotamya'nın kalıntılarını barındıran Bağdat arkeoloji müzesinin Irak işgali sırasında yağmalanmaya açılması üzerine entelektüeller, savaşa karşı çıkmanın yanı sıra, dünya mirasının korunması uyarısında bulunuyorlardı. Görgü tanıklarının aktardığına göre, bölgenin güvenliğini sağlama iddiasındaki Amerikalı askerler müzenin kapısını açarak "Girsene Ali Baba, bunlar senin" diyerek yüreklendiriyorlardı, Ali Baba ve Kırk Haramiler'den ayrı düşünemedikleri Iraklıları. Burada açılan kapı, maddi kültürün olduğu kadar sembolik kültür mirasının da darmadağın edilmesiydi[3].

---

2. Ahmet Yeşiltepe, New York muhabiri, 11 Ekim, 2001, *www.ntvmsnbc.com.*
3. Stephen Smith, *Electronic Iraq*, 4 Eylül 2003, "Furious Envy-Baudrillard and the looting of Baghdad", http://electroniciraq.net/news/1065.shtml

Millet ve ulus kavramlarının yeniden tartışıldığı, globalleşme tartışmalarında "global kent" kavramının öne çıktığı günümüzde, terörün global kentleri hedef alması bir yandan da kaçınılmaz görünüyor. Belki birlikte yaşama ve evrensel barış arayışlarının da yolu kentlerden geçiyor. Kentlerin kapıları açıldıkça, iletişimin olanakları da, sorunları da artıyor.

Gerçek savaşların yol açtığı gerçek insan yıkımlarının kaosu dışarıda tutulacak olursa, modern üretim koşullarının yaşandığı ve endüstriyelleşmenin süreç ve ürünlerinin denetim yerleri olarak büyük kentlerde insani karşılaşmalar, hem grup içinde erime fantazyasını, hem de karşılaşmalardan doğacak tehlikeleri öngörme becerisini geliştirir. Biraz da bu yüzden kent, imgesel bir yapılanmadır. Görmek, adeta bilmek için yeterlidir. Kentin panoraması, kuşatıcı bir hakim olma dürtüsüne karşılık verir. İstanbul da işte, tutkularla kaygıların birleştiği, panoramasında cami minareleriyle Bizans surlarını, saraylarla gökdelenleri birleştiren, yani hem geçmişe hem de geleceğe kanca atan büyük kentlerden biridir. İstanbul'da yaşayan insan, hem içinde bulunduğu ama dokunmadığı, hem de gitmediği ama imgeleminde canlandırdığı yerleri biraz da kendi içinde yaşar. Yaşanan zamanın gerçeklikleri insanı bunaltacak kadar cendereye sokabilir ama, İstanbul'da yaşıyorsanız, hiçbir şeyin, o gerçek sıkıntılarınızın bile, el değmeden kalmayacağını, taşlaşmayacağını, bir çözülme anının çok yakın olduğunu hissedersiniz.

Birinci Bölüm

# *TANIMLAR VE TEMEL BİLGİLER*

# *Tanımlar ve Temel Bilgiler*

İletişim ve kitle iletişimi, çoğu zaman bir iletişim süreci, yani bir mesaj ve bilgi alışverişi etkinliği olarak ele alınır.

*İletişim*

(Communication; Latince "Communis", "Communicare") Latince *commun* -halk/topluluk- kökünden türetilmiş bir kavram olan *communication*, "bilgi ve düşüncelerin değiş tokuşunu" ifade eder. Türkçe'deki iletişim sözcüğü ise, karşılıklılık anlamını korumakla birlikte, toplumsallaşmaya gönderme yapmada ve toplumsallık sürecine dair bir birlikteliğe işaret etmede yetersiz kalmaktadır. Evet, *İletişim;* iletilerin (mesajların) vericilerini ve alıcılarını, zaman ve mekân içinde birleştiren bir etkinliktir, ancak sadece bir süreçten ibaret değildir. Sürece vurgu yapıldığı zaman, daha çok iki taraflı iletişim, yani *kişiler arası iletişim* öne çıkarılmış olmaktadır. Bireylerin iletişim ediminde bulunurken

kullandıkları ya da farkında olmadan, bir ortak dil gibi referansta bulundukları gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema ve benzeri kitlesel mesaj dolaşımını sağlayan araçlardan, yani endüstriyel ve toplumsal bir bağlamdan söz ettiğimiz zaman *kitle iletişimi* alanına gireriz. Örneğin; telefonda konuşurken bir elektronik araç olan telefonu kullanırız, başı ve sonu belli olan bir süreç içinde, bir iletişim etkinliği içinde bulunuruz. Ancak telefon konuşması iki kişi arasında gerçekleştiği için *kişiler arası iletişimdir.* Bu telefon konuşmasında dikkat edeceğimiz toplumsal kurallar, nezaket kuralları, vb. *bizim toplumsal iletişim* kuralları içinde davrandığımızı gösterir. Gelişen teknolojiyle tele-konferans sistemi içinde bulunuyorsak yine toplumsal iletişim kuralları çerçevesinde kişiler arası iletişim sürecindeyiz. Bir iş görüşmesiyle ilgili olarak içinde bulunduğumuz tele-konferans, bir yandan da canlı televizyon yayınına bağlanıp ekrandan izleyicilere aktarılıyor ise *kitle iletişimi* içindeyiz. Yine telefon konuşmasını bitirirken "Hoşça kal" demek yerine, farkında olarak ya da olmayarak, televizyon dizilerinde sıkça kullanıldığı için kulağımıza yerleşmiş olan bir bitirme sözcüğünü kullanır ve "Okey, hadi Baayyy!!!" dersek, *kitle iletişiminden etkilenen* bir kişiler arası iletişim yapmış oluruz.

İletişim: 1. aktarım edimi, 2.a) konuşma, görsel eylemler, yazı vb. ile bilgi, sinyal ve iletilerin aktarılması veya değiş-tokuşu, b) bilgi, ileti,vb., 3. yakın ilişki, 4. iletişimde bulunma aracı; a) telefon, telgraf, radyo, vb. ile ileti gönderme ve alma sistemi, b) muhaberat: askeri birliklerin ve malzemelerin hareket sistemi, c) bir yerden bir başka yere geçiş yolu, 5. a) özellikle konuşma ve yazı ile düşünceleri ifade etme sanatı, b) özellikle sembollerle bilgi aktarma bilimidir.[4]

4. *Webster's New World Dictionary*, 2nd College Edition, 1992, s. 198.

### *Bazı Tanımlar*[5]

"İletişim bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, vb.'nin simgeler kullanılarak iletilmesidir."

"İletişim anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlemeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir."

"İletişim esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların iletimidir."

"İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir."

"İletişim katılanların bilgi yaratıp, karşılıklı bir anlamaya ulaşmak amacıyla bu bilgiyi birbirleriyle paylaştıkları bir süreçtir."

"İletişim, sayesinde dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreçtir."

"İletişim insanların kolektif olarak toplumsal gerçekliği yaratıp düzenledikleri bir süreçtir."

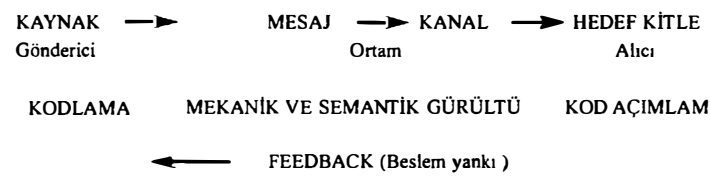
## *SÜREÇ VE ANLAM OLARAK İLETİŞİM*

İletişimle ilgili tanımlamaları iki gruba ayırabiliriz. Birinci grup, iletişimi mesaj gönderen ve gönderilen arasında belli bir etki ile yaşanan bir aktarım süreci olarak ele alır. İkinci grup için ise iletişim mekanik bir aktarım süreci değil, ortak algılamalar sonucu

5. Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, Ark Yay., Ankara, 1994, ss. 98-99.

oluşturulan anlamdır.[6] *İletimsel/Mekanik/Çizgisel İletişimde:* Gönderici-Mesaj-Kanal-Alıcı aracılığıyla "sinyallerin ve mesajların denetim amacıyla belli bir uzaklığa taşınması" söz konusudur.

*İLETİŞİM ŞEMASI (İLETİMSEL-ÇİZGİSEL)*




Bu şemanın başarılı bir biçimde işlemesi, kaynağın, yani göndericinin planladığı sürece uygun işlemesi anlamına gelecektir. Kaynak iletişim planlamasını hazırlarken her bir öğenin yerli yerinde ve geçerli bir biçimde çalışmasına dikkat etmek durumundadır. Böylece, öğelere tek tek baktığımızda aşağıdaki özelliklere sahip olmaları gerekmektedir:

*Kaynak*

Güvenilir, Geçerli, Sevilen. Kaynağın iletilen konuya uygunluğu, inandırıcılığı ve benimsenebilir olması gerekir. Güvenilir bir hukukçu, herhalde bir toz deterjan reklamında değil, bir banka reklamında kullanılabilir. Sivil toplum kuruluşlarındaki başarılı çalışmalarıyla tanınan bir tıp doktoru da bir yarış arabası lastiğinin test sürüşünde kullanılırsa kafa karıştırıcı olur. Kötü adam tiplemeleriyle ünlenen bir oyuncuyu ise bir çocuk yuvasının açılış konuşmasını yaparken görmeyi düşünemezsiniz. Demek ki ö-

6. Tim O'Sullivan, et.al. *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, Routledge, Londra, 1996, ss. 50-51.

nemli olan konu uygunluk. Ancak bu uygunluğu duygu-düşünce-davramş düzeylerinde ayrıştırmak, iletişimi planlayan(lar)ın, süreci denetim altında tutmalarına yardımcı olacaktır.

*Mesaj (İleti)*

Açık, Anlaşılır, Doğru Kodlanmış. İletişim sürecinde aktarılan içerik olarak mesaj, öncelikle fiziksel olarak var olmalı, kodlama yoluyla aktarılan bir biçime bürünebilmeli, hedef alıcı ise bu biçimlenmiş içeriğe bir anlam yükleyebilmelidir. Açık ve anlaşılır olma özelliklerinin ayrıca ele alınmalarının nedeni, netlik ve aktarılabilir içerik taşıma ayrımına dikkat çekilmesidir. "Gökyüzünde yalnız gezen yıldızlar" şarkısının da, "Bir kedim bile yok" şarkısının da sözleri yalnızlığa gönderme yapar. Ama bu iki şarkının yalnızlık anlayışları farklıdır. Birincisi ilahi, mistik bir yalnızlıkla; ikincisi dünyevi bir yalnızlıkla ilgilenir; her ikisinin müzikal formları, hüzünlü tonlamalar içerseler bile farklı dinleyici kitlelerini uyaracak biçimde tasarlanmıştır. Benzer şekilde, kitle iletişim araçlarında yazı-ses ve görüntü biçiminde yer alan haberler, izleyici kitlelerinin algılama özelliklerini dikkate alarak içeriklerini belirlerler.

*Kanal*

Uygun ortam, *entropi* (= yanlış anlama) düzeyi düşük. İletişim sürecinde uyarı niteliği içeren mesajın taşındığı fiziksel ortam olarak anlaşılan kanal, aracı içerir ama basitçe araç değildir. Daha çok fiziksel taşıyıcı olarak düşünüldüğünde, ses ve ışık dalgalarının kanal olduğunu söyleyebiliriz. Kitle iletişiminde televizyon ve radyo kanallarından söz ettiğimizde, biri görüntü, ses ve söze; diğeri yalnızca ses ve söze dayalı iki farklı aracın, belli bir merkezde oluşturulan (kodlanan, biçimlendirilen) programları taşıyan fiziksel ortamlarından söz etmekteyiz. Araçların doğa-

ları, farklı aktarıcılar kullanmalarını gerektirecektir. Uygun kanalın, iletileri olabildiğince geniş bir ölçekte ve yitirmeden taşıyabilmesi beklenir.

*Hedef*

Kodlamayı uygun biçimde açımlayabilecek. Kitle iletişiminde gerçek kimlikleri bilinmeyen kişi ve gruplar, hedef kitle olarak adlandırılır. "Hedef kitle belirleme çalışmaları" yapan reklam, kamuoyu ve siyaset alanındaki planlayıcılar için hedef, belirli özellikleri açısından gruplandırılmış, sınıflandırılmış ve adeta gelecek iletileri bekleyen, uyarılmaya hazır alıcılardır. Alıcı durumunda bulunmak, belli bir edilgenlik durumu olduğu için, iletişim sürecinin bu öğesine, feedback ve kodaçımlama gibi kavramlar eklemlenerek, iletişimin belirleyici taraflarından biri olarak görülmeye çalışılmaktadır. Önümüzdeki bölümlerde de göreceğimiz gibi, Etki ile ilgili iletişim kuramlarında, hedefin nasıl tanımlandığı önemlidir.

*Feedback*

Hedeften Kaynağa Yanıt; Geri beslem / Yankı. Hedefin, aldığı mesaja karşılık olarak kaynağa gönderdiği yanıt, telefon konuşmasında karşılıklılık durumuna denk geldiği halde, kitle iletişiminde böylesi bir eşitlikten söz edemeyiz. Kitle iletişiminde okuyucu-izleyici-dinleyici tepkisi olarak yanıt, yine kaynak tarafından belirlenmiş, sınırlandırılmış araçlar eliyle, kaynağın iletişimi denetlemede kullandığı yollar olarak anlaşılmalıdır. Örneğin, okuyucu-dinleyici mektupları, canlı yayınlara katılma olanakları öylesine kısıtlıdır ki, iletişim sürecinin yönünü değiştirebilecek güce sahip olduğunu söyleyemeyiz. Yine, televizyon izleme ölçüm cihazlarından (rayting) alınan sonuçların yayınları etkilediklerini ve bu sonuçların izleyici kitlesinin kanaatlerini belirttiğini söyleyebilmek için, ölçümlerin güvenilirliğinin sağ-

lanması gereklidir. Bir çok ülkede var olan, sivil toplum kuruluşlarının oluşturduğu Medya İzleme Komiteleri'nin ülkemizde olmaması, geçerli ve güçlü bir tepki mekanizmasından yoksun olduğumuzu açıkça göstermektedir.

*Kim, Kime, Hangi Kanalda, Neyi, Nasıl Söylüyor?*

Haberciliğin temel ilkelerinde bu formül bir başlangıç basamağıdır. "Kim, neyi, nerede, nasıl, ne zaman, niçin" yaptı ya da söyledi biçiminde 5N1K kuralı olarak karşımıza çıkan bu öğeler, iyi bir haberin olmazsa olmaz özelliklerini verir. Yukarıdaki mekanik iletişim şemasını doğrulayan, o anlayıştan beslenen bu kurala tam olarak uyan haberlerle donanmış kitle iletişim araçlarımızda, yine de hep bir şeylerin eksik olduğunu hissederiz. Yalnızca okuyucu ya da izleyici olarak kalmakla yetinmeyip "toplumsal iletişim" üzerine çalışmaya başladığımızda ise bu kuralın yetersizliğini açıkça görürüz.

Toplumsal iletişim sorunlarıyla ilgilenmenin, şematik açıklamalarla, formüllendirilmiş sınıflandırmalarla yetinemeyeceğini bir kez anlamaya başladığımızda işimizin hiç de kolay olmadığını kabul etmeliyiz. İletişimi denetlemek kolay olsaydı, yukarıda sıraladığımız gibi güvenilir, geçerli ve sevilen bir kaynak tarafından; açık, anlaşılır, doğru kodlanmış mesajların; yanlış anlama düzeyi düşük, uygun ortamda yani kanalda; kodlamayı uygun biçimde açımlayabilecek ve yanıt verebilecek hedefe gönderilmesiyle her türlü sorun ortadan kalkardı. Bu formüle uygun davranan herkes de iyi birer iletişimci olurdu. Ama böyle olmadığını biliyoruz.

Eski Yunan trajedilerinden günümüz bilim-kurgu filmlerine dek sanatçılar hep bir iletişimsizlik sorunundan söz eder[7]. Popü-

7. John Durham Peters, *Speaking Into the Air,* The University of Chicago Press, Chicago, 1999, ss. 2-31.

ler kültür kalıpları da, yüksek sanat anlatıları da iletişimin imkânsızlığı üzerine kuruludur. Nedir bu iletişim sorunu? Kategorileştirilmiş bilgilerin dışarıda bıraktığı bazı alanlar var demek ki. Pek öyle kolayca denetlenemeyen, her zaman açıkça elle tutulur-gözle görülür fiziksel karşılığı olmasa da, yoğunluğu ve ağırlığı hissedilen; benimsenmediği, unutulduğu ya da ortadan kalktığı zannedilirken umulmadık anlarda karşımıza çıkan, ortaya çıktığı anda hemen tanınıveren bir şeyler var iletişimi belirleyen.

Simgelerden söz etmeye başlayabiliriz artık.

*Törensel / Simgesel İletişim Yaklaşımı*

Toplumun Zaman İçinde Devamlılığını Sağlamak, Ortak İnançların Temsili. Bu yaklaşıma göre iletişimin anahtar sözcükleri şunlardır: Topluluk, İleti, Simgeler, Karşılıklılık, Paylaşım, Süreklilik[8]. Elinizdeki kitabın ilerleyen bölümlerinde, "Seyirlik Ölümler" ve "Seyirlik Cümbüşler" başlıkları altında, törensel/simgesel iletişim yaklaşımı da dikkate alınarak kitle iletişim araçlarının içeriklerine nasıl bakılabileceğine dair iki örnek var. Ancak öncelikle anlam yaratmaya ilişkin temel bazı terimlere bakmalıyız:

## *GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMELERDEKİ KAVRAMLAR*

Göstergebilim, anlamın nasıl yaratıldığı ve metinlere nasıl aktarıldığıyla ilgilenir. Metinlerde bulunan göstergeler ve bu göstergeleri oluşturan gösteren/gösterilen bağlantıları üzerinde çalışır.

8. Erol Mutlu, a.g.e., s. 99.

Dil, sözcüklerin nasıl kullanılacağı üzerine toplumsal kurum, konuşma ise dile dayalı bireysel bir eylemdir. Metinlerin de konuşma gibi belli gramerleri vardır. Göstergelerin anlaşılabilmesi için kodlar üzerinden uzlaşmalar gerçekleşir.

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 bakmak gerek.

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 yani simgeler 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 "sintagmatik" 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. Sintagmatik düzenleme ise farklı karakteristiklere sahip birimlerin belli bir amaçla seçilmiş birleşimidir; örneğin bir cümle içinde harfler alfabedeki sırayı takip etmedikleri gibi gramer kuralları ile de bütünleştirilmektedir.

Farklı paradigmalardan seçilen birimlerle sintagmatik düzen oluşturulur.

Aslında bir göstergeyi hiç bir zaman ortamından ayrıştırılmış biçimde görmeyiz. Barthes göstergelerin düzanlam ve yan anlamlarından söz ederken işte bu yapay ayrıştırmayı gerçekleştirmeye çalışır.[9]

İletişim içinde bulunan herkes gösteren ile gösterilen arasındaki bağlantıyı kullanır. Uygun ürünleri satın alanlar, bu ürünlerin belli bir toplumsal statüyü, yaşam biçimini göstereceğini varsayarlar, daha doğrusu umarlar.

İlk kez dilbilimci Saussure'ün 1915'te yazdığı dilbilimin temel kavramlarını anlatan kitabında gösterge (sign) kavramlarından söz edilmektedir. Gösterge, gösteren ve gösterilenden oluşan ve anlamlamanın temel birimi olan nesnedir. Gösteren (signifier) göstergenin duyu organlarımızla algıladığımız maddi yanıdır. Gösterilen (signified) ise göstergenin kavramsal yanı, o anda orada bulunmayan ama gösteren aracılığıyla zihnimizde uyanandır. Gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin biçimi, sonradan yapılan çalışmalarda göstergenin ikonik, indeksikal veya simgesel boyutlarının dikkate alınmasına yol açmıştır.

Gösterge = gösteren + gösterilen => anlamlama
(sign) (signifier) (signified) (signification)

9. Göstergebilimle ilgili daha geniş bilgi için bkz. M.Rıfat, *Dilbilim Ve Göstergebilim Kuramları*, YAZKO, İstanbul, 1983. Fatma Erkman, *Göstergebilime Giriş*, Alan yayınları, İstanbul, 1987. Janet Woollacott, "Messages and Meanings", *Culture, Society and the Media*, M. Gurevitch (et.al.) Der., Londra & New York:Routledge, 1990.

*Kod*

Kodlar göstergelerin düzenlenme sistemleridir. İletişimin toplumsal boyutudur, verili bir toplum ve kültürde öğrenilen çok karmaşık birleşim kalıplarıdır. Kitle iletişim araçlarında ve gündelik yaşantımızda karşılaştığımız göstergeleri yorumlamamızı etkileyen, kafamızdaki gizli yapılardır. Tüm kodlar anlam taşır, kodların birimleri kendilerinden başka anlamlara gönderme yapan göstergelerdir. Tüm kodlar, kullananların paylaştıkları kültürel birikimleriyle onaylarına dayanır ve uygun iletişim kanallarıyla aktarılır.

Göstergenin oluşumunda, gösteren (fiziksel boyut) ile gösterilen (anlamsal boyut) arasındaki ilişki o göstergeyi ikonik, indeksikal ya da simgesel olarak nitelendirmemize yol açar. Kuşkusuz göstergelerde bu özellikler birbirinin içine girmiş olarak da karşımıza çıkabilir.

*İkon*

Gösteren ile gösterilen arasında imgesel (görüntüsel) benzerlik taşıyan göstergedir. Gösterdiği nesneyi benzerliğinden dolayı çağrıştırır, bunun için nesne benzeri nesne diyebiliriz ikona. Örn. fotoğraflar, bazı trafik işaretleri, haritalar, vb.

*İndeks*

Nesnesiyle doğrudan, varlıksal, içeriksel bağ taşıyan gösterge. Duman ateşin indeksikal göstergesidir. Gösteren ile gösterilen birbirinden ayrılamaz bir beraberlik içindedir.

*Simge (sembol)*

Nesnesiyle onaylanan, kurallı bir bağı olan işaret. Varlıksal ya da imgesel bir ilişki olmadığı halde toplumsal keyfiyetin kurdu-

ğu bir bağ vardır. Sözcükler, numaralar, vb. Terazi adaletin, beyaz güvercin barışın simgesel göstergesidir. Simge imgesel yani görüntüye dayalı olduğu zamanlarda ikonik göstergede olduğu gibi, gösterdiği nesnenin aynen kendisini gösterme iddiasını taşıyabilir ama bu iddia, vermek istediği anlam gerçeğin ta kendisi olmadığı, toplumsal olarak üzerinde uzlaşılmış bir anlam olduğu için keyfidir.

Bütün göstergelerin anlaşılması için öğrenilmiş, kazanılmış bilgiye, uzlaşmaya gereksinimi vardır. Geleneksel boyutu hiç olmayan göstergeler tümüyle özel ve toplumsal iletişim dışıdır. Alışkanlıklar, gelenekler, göstergelerin kullanıcıları arasında belli bir anlaşmanın bulunduğuna, yani iletişimin toplumsal boyutuna işaret eder.

### *İmgeler ve Düzenlenişleri: Paradigma, Sintagma Metafor, Metonim*

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 benzetebiliriz. 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:[10]

*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 soyağacının her bir dalındaki imge tipi, belli bir entelektüel disiplinin söyleminin merkezinde yer alır: *zihinsel 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 yete-

10. W.S.T. Mitchell, Iconology: *Image, Text, Ideology*, The University of Chicago Press, Chicago, Londra, 1986, ss.10-14.

nekli bir oyuncu tarafından yansıtılan ve gündelik dilde "imaj" olarak kullandığımız, reklam ve propaganda uzmanları tarafından, ürünler ve kişilikler için yaratılmış olan "görünüşler" vardır.

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 anlaşıldığını 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.

*Paradigma (dizin: paradigm)*

Bir bağlamda birbirini çağrıştıran göstergelerin oluşturduğu düzlem. Her paradigma bir seçimin yapıldığı bir düzenlemedir. Bir paradigmada bütün birimler genele ait bir şeyler barındırmalı, paradigmaya üyeliklerini belirleyen özellikleri paylaşmalıdırlar. Her birim paradigmadaki diğer birimlerden açıkça ayrılabilmelidir; alfabenin harfleri gibi. Seçmenin olduğu yerde anlam vardır ve bu seçilenin anlamı seçilmeyenlerin anlamıyla belirlenmiştir. Hukuk dili, argo gibi kendi alanında anlamlı olan terimler üretmede olduğu gibi, televizyondaki pembe dizilerin de belli bir dili, yani paradigması olduğunu söyleyebiliriz. Thomas Kuhn, birbiriyle yarışan farklı bilimsel yaklaşımlara "paradigma" adını vermiştir.

> ...Belli bir uzmanlık dalının, belli bir zamanda tarihsel olarak yakından incelenmesi sonucunda, çeşitli kuramların kavram, deney ya da gözlem açısından nasıl uygulandıklarını gösteren yarı-standartlaşmış ve tekrarlı bir dizi örnek meydana çıkacaktır. Bunlar bilimsel topluluğun ders kitapları, konferansları ve laboratuar problemleri yoluyla kendini gösteren paradigmalardır. Söz konusu bilim çevresinin üyeleri, mesleklerini icra etmeyi bunları çalışıp bunlarla uygulama yaparak öğrenirler. Elbette tarihçiler buna ilâve olarak bir de konumu henüz belirsiz olan başarıların beklediği "karanlık" alan bulacaktır fakat görüldüğü gibi çözümlenmiş sorunların ve tekniklerin çekirdeği genellikle son derece belirgindir. Seyrek-aksamalar olmasına karşın gelişmiş bir bilim çevresinin paradigmaları oldukça rahat belirlenebilmektedir.[11]

*Sintagma (dizim: syntagm)*

Bir bağlamda art arda gelen göstergelerin oluşturduğu düzlem. Bir birim paradigmanın içinden seçilmeden önce diğer birimlerle birleşiktir. Bu birleştirine sintagmadır. Cümle, sözcüklerin sintagmasıdır. Mönüde bulunan tatlılar, sıcaklar, soğuklar, içecekler; her biri kendi içinde bir paradigmaya ait. Masaya istenen sipariş ise sintagmadır. Benzerlik ilişkisinden dolayı değil, bir araya geldiğinde anlamlı bir cümle oluşturma amacıyla ve sadece bu düzlem içinde bir araya gelmesinden dolayı bir anlam kazanan bir kullanma biçiminden söz ederiz sintagmada.

Yapısal çözümleme biçimleri olarak sintagmatik ve paradigmatik yöntemlerin kullanılmasına baktığımızda masalın biçimbilimi üzerine çalışan V. Propp ile ritüellerin antropolojik incelemesini yapan C. Levi-Strauss'u karşılaştırabiliriz. Sintagmatik çözümlemenin örneği olarak Propp masaldaki karakterlerin iş-

11. Thomas S. Kuhn, *Bilimsel Devrimlerin Yapısı,* Çev. Nilüfer Kuyaş, Alan Yay., İstanbul, 1982, s. 69.

levlerini öne çıkartır. Bunu yaparken olayların gidişatına (tarihsel sıralama içinde/diachronic) bakar, olaylar zincirini çözümler; açık, görünen anlama bakar:

> Bir kötülükle ya da bir eksiklikle başlayıp ara işlevlerden geçerek evlenmeye ya da düğümü çözme olarak kullanılan başka işlevlere ulaşan her gelişmeyi biçimbilimsel açıdan olağanüstü masal diye adlandırabiliriz. Bitiş işlevi, ödüllendirme, aranılan nesnenin edinilmesi ya da genel olarak kötülüğün giderilmesi, izleme sırasında yardım ya da kurtarma olabilir. Bu gelişmeyi bir kesit olarak adlandırıyoruz. Her yeni kötülük ya da zarar, her yeni eksiklik yeni bir kesite yol açar. Bir masal birçok kesit kapsayabilir ve bir metin çözümlendiğinde önce bu metnin kaç kesitten oluştuğunu belirlemek gerekir...[12]

Levi-Strauss ise gizli örtük anlamı bulmaya çalışır ve zıtlıklarla ilgilenir; iyi/kötü, zengin/fakir, vb. karakterlerin ne yaptıklarıyla değil, neyi ifade ettikleriyle ilgilenir; sistem içindeki ilişkiler aynı anda (senkronik olarak) neler yaşandığını ortaya çıkartmaya çalışır:

> Her oyun içerdiği kurallar kümesiyle tanımlanır; bu kurallar pratikte sonsuz sayıda "parti" çevirmeye olanak verirler; kuttören [ritüel] de "oynanır", ama oynanabilecek bütün öbür partiler arasından seçilmiş, ayrıcalıklı bir partiye benzer, bu ayrıcalıklı partinin seçilmesi de iki taraf arasında belirli bir denge sağlayan tek parti olmasından ileri gelir. Yeni Gine'de yaşayan Gahuku Gama'ların sunduğu örneğe dayanılarak kolaylıkla kanıtlanabilir bu değişim; bu insanlar futbol oynamayı öğrenmişlerdir, ama birkaç gün üst üste, iki tarafın kazandığı oyunlarla kaybettiği oyunların denkleşmesi için kaç parti gerekiyorsa o kadar oynarlar, bu da oyunu kuttören [ritüel] gibi ele almaktan başka bir şey değildir.[13]

12. Vladimir Propp, *Masalın Biçimbilimi*, Çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat, BFS Yay., 1985, s. 96.
13. Claude Levi-Strauss, *Yaban Düşünce*, Çev. Tahsin Yücel, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul, 1984, s. 53.

Göstergelerin düzenleniş biçimlerinin anlatım dilini nasıl belirlediğini anlamak üzere metafor ve metonim sözcüklerine de bakmamız gerek.

*Metafor (eğretileme/metaphor)*

Eğretilemede farklı paradigmalara ait birimler arasında karşılaştırma yapılarak benzerlik yoluyla bir anlam üretimi vardır. Melek kadar iyi, jilet kadar keskin, lokum gibi tatlı vb.

*Metonim (düzdeğişmece/metonymy)*

Düzdeğişmecede birleşime dayalı benzerlik yaratılır. Parça bütünün veya bütün parçanın yerine geçer. Kırmızı öfkeyi çağrıştırır; hızla giden arabanın görüntüsünün ardından virajdaki bariyerlerin gösterilmesi ve çarpma sesi trafik kazasının olduğunu anlatır, vb.

## *SİSTEMLER*

Sistem, hem birbirleriyle hem de sistemi kuşatan çevre ile bağlantılı parçaların oluşturduğu bir bütün olarak anlaşılır. Sistemin öğeleri birbirleriyle bağlantılı olduklarına göre, parçalardan birinde oluşan bir değişiklik diğer parçaları da etkileyecektir. Sistemler çevreleriyle etkileşim içinde oldukları için, değişimin kaçınılmaz olduğunu ve sistemlerin bir süreç içinde incelenmesi gerektiğini görürüz. Karşılıklı etkileme, etkileşim gibi kavramları kullanırken bir kısım düşünürler, toplumun bir "ortaklaşa benimsenen değerler sistemi" olduğunu ileri sürerler. Toplumsal sistemin bir takım *değerler* yüklenmiş (fiziksel veya soyut) *nesneler* arasındaki *ilişkilere* dayandığı ve sistemi çevreleyen bir *or-*

*tamın* varlığından söz edilir. Bu nesneler, sistemin parçaları, öğeleri, unsurları ve değişkenleridir. "Bir takım değerler yüklenmiş nesneler" tanımlaması içine insanın da girmesi size ters gelebilir. Merak etmeyin, yalnız değilsiniz. Toplumsal sistem ve düzenin nasıl oluşturulduğu ve değiştiği konusunda genellemelere kuşkuyla yaklaşılması gerektiği uyarısında bulunan C. W. Mills şunları söyler:

> Her şeyden önce bir toplumsal yapıya neyin dirlik kazandırdığı gibi bir sorunun tek bir cevabı olmaması gerektir. Bir tek cevap olmamasının nedeni, birlik derecesine ve türüne göre toplumsal yapılar arasında büyük farklılıklar görülmesidir. Gerçekten de, toplumsal yapı tipleri bile genellikle farklı bütünleşme modellerine göre tanımlanıp belirlenmektedir. "Grand Teori"nin (:hiç bir şeyi dışarıda bırakmamacasına, her şeyi kapsayan kuramlar) yükseklerdeki düzeyinden inip de tarihsel gerçeklikleri görebilecek düzeye geldiğimizde, "Grand Teori"nin toplumsal yapılar arasındaki farklılıkları hesaba katmayan tekçi anlayışının geçersiz olduğunu görmekteyiz. Böyle bir toplumsal yapı. anlayışı ile, 1936'ların Nazi Almanya'sını, İÖ yedinci yüzyılın Isparta toplumunu, 1836'daki Birleşik Amerika'yı, 1886'daki Japonya'yı, 1950'deki İngiltere'yi, Diocletion zamanındaki Roma'yı açıklayıp anlatamayız.[14]

Sistemler teorisi demek ki toplumu, çevresel talepler ve içsel öncelikler tarafından üretilen bir bilgi akışının bir arada tuttuğu. işlevsel olarak birbirleriyle ilintili bir birimler kümesi olarak görmektedir:

> Bu teoriye göre, örneğin bir ısıtma sistemi ya da içsalgı sistemi ile toplumsal bir sistem arasında temelde hiçbir fark yoktur: Bunlar elbette ki bazı düzeylerde tamamen farklıdır-

14. C. W. Mills, *Toplumbilimsel Düşün*, Çev. Ünsal Oskay, Der Yay., İstanbul, 2000, s. 79.

lar; ancak nihai anlamda bunların hepsi de, çeşitli parçaları arasındaki ve çevresiyle olan belli ilişkilerin idamesini sağlayan bilgi akışları etrafında örgütlenen yapılardır. Nitekim bir ısıtma sisteminde, hava kendi sıcaklığını termostata iletiyor, termostat bu bilgiyi kaynatıcıya ulaştırıyor ve kaynatıcı da, hava sıcaklığını termostatın "artık yeter" dediği noktaya kadar çıkartıyor. Bu bağlamda siyasal sistemler ısıtma sistemine benziyor: Kendi dengelerini koruyabilmek için çeşitli bilgi kaynaklarını ve geri-besleme (feedback) halkalarını kullanan açık ve homeostatik sistemler. Bu yaklaşımın yarattığı sorun, "iletişim" ve benzeri kavramları çok fazla ve çok esnek biçimde kullanmasından ileri geliyor. Termostatın kaynatıcıyla iletişimi, seçmenlerin seçtikleriyle kurdukları iletişimden tamamen farklıdır. Birincide bilgi sadece metaforik bir anlam taşıyor; ne termostat ne de kaynatıcı herhangi bir şey iletmeyi amaçlamıyor ve bunların birbirlerinden haberleri bile yok. İkinci durumda ise, taraflar iletişimi hedefliyorlar ve iletilen bilgi de, anlamın bilinçli biçimde uyarlanmasının sonucudur. Termostatlar, ne kaynatıcıya çalışmaya başlamasını söylemek istiyor, ne de odadaki sıcaklığın yükseltilmesini arzu ediyorlar. Aynı şekilde kaynatıcı da hiçbir şeyi anlamıyor: bunun davranışı tamamen mekaniktir. Halbuki, seçilmiş bir memur, seçmenlerin taleplerini anlamak ve bunlara bilerek yanıt vermek zorundadır.[15]

Demek ki toplumsal iletişimin işleyişi; termostatın veya kentin yaya ve araç trafiğini düzenlemek için kurulan trafik sisteminin iç işleyişinden farklıdır. Kentte yaşamanın kurallarını bize hatırlatan köşe başındaki trafik lambalarını bir düşünün. Kırmızı, sarı, yeşil ışıklar birbiri ardı sıra belli bir düzen içinde yanarlar; kırmızının "daha gönlümce yanamadım, henüz yerimi sarıya bırak-

15. Brian Fay, *Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi*, Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1996, ss. 93-94.

mak istemiyorum" deme şansı yoktur; ne de yeşilin "neden beni en alt sıraya koydunuz" diye itiraz etme şansı. Sarı da yeşil ve kırmızının arasında silik bir renk olmaktan dolayı depresyona girmez. Ayarlanan düzende bir sorun olduğunda, teknik destek hemen devreye girer ve sistemi beklenen, yinelenebilir hareketler dizisi haline getirir. İnsan ise mekanik bir unsur olmadığı, nesne değil de özne olma çabası içinde olduğu için politikayla, felsefeyle, edebiyatla, müzikle, resimle, fotoğrafla bezeli bir ortamda yaşar. Bu nedenledir ki farklı toplumların toplumsal karakterlerinden söz edilebilse de ekonomik ve politik kurumların, refah ve ideoloji söylemlerinin, belirli bir zaman ve mekân bağlamında denetlenebilmesi sorunları üzerinde duracağız.

Toplumu oluşturan bireylerin yinelenebilir ve bu yüzden de öngörülebilir ve beklenebilir davranış özellikleri göstermesi, toplumsal yaşamın denetlenebilir bir düzen içinde sürdüğü duygusunu verir. Ortak bir kültürü paylaşan bireyleri birbirine bağlayan "karşılıklı ilişkiler sistemi" olarak tanımlanan toplum; üyelerinin ürettikleri maddi unsurları, alışkanlıklarını, gelenek ve göreneklerini, kısaca kültür olarak nitelendirebileceğimiz yaşam biçimlerini barındıran bir alandır[16]. Yinelenebilir davranış özellikleri, sorunları sürüncemede bırakma yoluyla tanıdık bir kaygı çemberi oluşturabilir. Kitle iletişim araçlarında sıkça kullanılan yinelemelere dayalı anlatım teknikleri, bu kaygı çemberinin yol açtığı alışkanlıklardan fazlasıyla yararlanır.

*Klişeler ve Basmakalıp Sözler*

Kolay anlaşılır basmakalıp imgeler. Bildik pek çok klişenin bir arada kullanılması, baş döndürücü bir etki yapar. Oxford Sözlüğü'ne göre "defalarca ve özensiz kullanıldığı için anlamı yıp-

16. Anthony Giddens, *Sociology*, Polity Press, Cambridge, 1992, ss. 31-32.

ranmış ve içi boşalmış deyimler" olarak tanımlanmaktadır[17]. O denli genelleşmiş ve dilin dokusuna öyle iyi yer etmişlerdir ki, klişeleri hiç kullanmamak olası değildir. Basit düşüncelerle tasarruflu iletişim kurmaya ve toplumsallığı taşımaya yararlar. Bize tanıdık gelen ama ayrımlarını belirlemekte zorluk çektiğimiz bir grup sözcük ve deyime gönderme yapmanın kaba ve kolay yoludur. Yalnızca sözcükler değil, imgeler de klişe haline getirilir. Güncel mitosların oluşturulmasında, tarihin gündelik tüketime konu olmasında, kısaca kolay açımlanır kodlamaların gerekli olduğu her türlü iletişim ortamında kullanılan kalıplardır bunlar. Hepsinin ortak yanı popüler aklımıza kancalarını atıp, gereksiz oldukları her yerde kullanılarak, daha uygun oldukları halde daha az etkili gibi gelen sıradan sözcükleri, imgeleri bir kenara bırakmalarıdır. Yarattıkları kolay anlaşılırlık "görkemlilik" gibi algılanır; kuşkusuz yalnızca kısa bir süre için. Popülerlikleri ve kullanım sıklıkları arttıkça gerçekte kastedilen değerleri azalır.

> Aynı değerleri paylaşan insanlar, birbirlerinin ne şekilde davranacakları konusundaki beklentilerine uygun şekilde davranışlarda bulunurlar. Ayrıca, böyle yapmayı çoğu kez iyi bir şey sayarlar; hatta kendi anlık çıkarlarına karşı göründüğü zaman bile olumlu bulurlar. Bu paylaşılan değerlerin kalıtımsaldan çok, öğrenilerek kazanılan değerler olması, insanın güdülenmesindeki önemini azaltmaz. Tersine bunlar, kişiliğin bir kısmı olurlar. Bu nitelikleriyle de toplumsal yönden beklenen davranışlar, bireysel yönden gereksinim durumuna gelecekleri için, toplumu birbirine bağlamış olurlar.[18]

Genellemelerden kaçınmak gereğini unutmayarak, "toplumsal

17. Oxford, "Clichés And Modish And Inflated Diction", *The Oxford Guide To English Usage*, B. 0. Appendix B. Oxford University Press, 1992, READ/DOS For The ISSC Library, 1995.
18. C. W. Mills, a.g.e., s. 59.

yapı", "toplumsal sistem" kavramlarının, belirli bir zaman ve yer içindeki durumların incelenmesinde kullanıldığını belirtmeliyiz.

## *İLETİŞİM BİLİMLERİ*

Toplumsal iletişim ve kitle iletişimi üzerine çalışmak, insana ait iletişim sorunlarının bir bölümüyle ilgili ve bir çok toplumbilim dalının kesiştiği bir alan üzerinde çalışmak demektir. İletişim bilimleri "geçerli genellemeler çerçevesinde, simge ve gösterge sistemlerinin üretimini, işleyişini ve etkilerini, bu olguları açıklayabilecek, sınanabilir kuramlar geliştirerek anlamaya çalışan bir alan" olarak tanımlanmaktadır[19] Bu tanımın özellikle iletişim davranışları üzerinde niceliksel çalışmaları benimseyen genelgeçer bir yaklaşım olduğunu söylemeliyiz.

İletişim hem gündelik yaşamımızda hem de toplumsal sistemlerin anlaşılmasında pek çok bilimsel disiplinin ilgilendiği bir alan. İletişimin disiplinler arası bir alan olduğu her zaman vurgulansa da her disiplin kendi açısından "iletişim" ile ilgilenir. Sinir sisteminden elektronik devrelerin çalışmasına, hukuk sisteminden trafik kurallarına, hatta mimari sistemlere dek hep bir takım unsurlar ve bu unsurların birbirleriyle belli kurallar çerçevesinde etkileşiminden, yani iletişimden söz edilir. Yukarıda aktardığımız Brian Fay'i anımsayacak olursak, "insanlar arasındaki iletişim ile mekanik bir sistemin parçaları arasındaki iletişimin temel farkı, toplumun sadece birbirleriyle ilişkili parçalardan değil aktörlerden oluşmasıdır." Biz bu kitapta özellikle "kitle iletişimi" üzerinde durmaktayız. Kitle iletişimi, geniş izleyici kitlelerine ulaşmak üzere, kurumsallaşmış yapılar tarafından işlenen iletilerin

19. Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage Publications, Londra, 1994, s. 6.

aktarılması ve izleyiciler tarafından algılanması ile ilgilenir. Yaşamın sürdürülebilmesi, toplumsal ortamın özelliklerine bağlı olduğuna göre, ortak yaşamsal kalitenin üye bireyler ve toplumsal yapı yararına düzenlenmesi gereği karşımıza çıkar. Toplum içindeki kitle iletişiminden söz ederken yine bireyin bu iletişimdeki yerini; ileti, ortam, kanal, kod, imge, simge, ritüel vb. gibi temel terimleri; kişiler arası iletişimden başlamak üzere farklı iletişim biçimlerini ele alıp daha sonra gazete, radyo, televizyon gibi kitlesel iletişim araçlarına geçmek gerekmektedir.

İletişimden söz ederken bir topluluğun, bu topluluğu oluşturan bireylerin ve bu bireyler arasındaki bir karşılıklılığın var olduğu bir süreçten söz etmekteyiz. Beynimizin sinirsel faaliyetleri; anlamı öğrenme, algılama ve tanımayla ilişkili psikolojik faaliyetler; ortak anlam ve kuralların paylaşılmasıyla ilgili kültürel faaliyetler; kimin ne zaman ve ne hakkında iletişim kuracağıyla ilgili toplumsal faaliyetler insanlar arası iletişimin anlaşılmasında temel ilkeleri belirler[20].

## *İLETİŞİM BİÇİMLERİ*

*Benim en sevdiğim söz senden duyduğum ben'dir.*
*Hep yinelediğim söz sana karşı koyduğum ben'dir.*
*İyi olmak adına bilgiç olmak istemem,*
*Seni senlediğim söz, bir-bir oyduğum ben'dir.*
*Özdemir Asaf, "Söz", Çiçekleri Yemeyin*

Her gün karşılaştığımız çeşitli iletişim tarzları (biçemleri) var: etkili/etkili olmayan, nesnel/öznel, bilgiye dayanan/düşünce ifade eden, uzlaşmacı/çatışmacı, eşitlikçi/emir verici, işlenmiş/ka-

20. Melvin L. Defleur, Dennis E. Everette, *Understanding Mass Communication*, Houghton Mifflin Company, Boston, 1991, s. 6.

ba. Bu tarzlarla ilgilenmeye de gerek duyacağız ama şimdi iletişim biçimlerine bakacak olursak; iki ve daha çok kişi, grup arasında gerçekleşen *Kişilerarası İletişim* (Interpersonal Communication); Kişinin Kendisiyle İletişimi (Intrapersonal Communication): düşünce, tefekkür ve *Kitle İletişimi* (Mass Communication): kitlesel araç kullanımı ayrımlarını incelemeliyiz.

## *TOPLUM İÇİNDE KİŞİLERARASI İLETİŞİM*

*Sözel İletişim (Verbal Communication)*

Yazılı ve sözlü lisanın araç olarak kullanılmasıyla sağlanan iletişim. Toplumsal ortaklık sağlayan simgelerin, anlamlı bir bütün oluşturacak biçimde dizilmesiyle sağlanan iletişim.

*Sözel Olmayan İletişim (Nonverbal Communication)*

Beden dili (body language) ve söz dışı (paralinguistic) unsurların kullanımı. Bedenin dışarıdan algılanacak biçimde kullanılması: saçın rengi, temizliği, kokusu, biçimi; gözlerin rengi, bakışın anlamı, kaşlar, cilt rengi, mimikler, jestler; beden mesafesi, vb. ve tepkisel veya uyarıcı olarak kullanılan bildik sesler.

*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.

*Anlaşma, Paylaşılan Anlama*

Ortak bilgi, yüz yüze iletişimde soru ve yanıtların ilgili kişiye göre düzenlenmesini sağlar. "Ne var ne yok" sorusunun kar-

şılığı kimin sorduğuna göre değişecektir. Yüz yüze iletişimde geri plan beklentileri belirleyicidir. Havadan sudan, sıradan konuşmalarda beklenen yanıtı almazsa insanlar, paylaşılan anlamın sürekliliği kesintiye uğradığı için şaşırmaktadır. Sıradan geçişlerin dışına çıkış çoğu kez komedi-hiciv biçiminde kullanılmaktadır.

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*

Erving Goffman refleks gibi görünmekle birlikte başkalarının varlığı durumunda ortaya çıkan ani tepkilerimizi "tepki çığlığı" 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 bir tür kontrollü uyanıklılık gösterisidir.

Freud "Günlük Yaşamın Psikopatolojisi"nde hiç bir dil sürçmesinin aslında kazaen 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, popüler müzik programlarını sunan gençlerin "rahat" vurgulamalarının moda oluşuna dikkat edelim.

*Dedelerin yüzlerinde erozyon*
*Silip götürmüş bütün evetleri*

*Annelerinse ağızlarında hiyeroglif*
*Babalarınsa ağustos atasözleri*

*Amcalarınsa avdan boş dönüyor elleri*
*Teyzelerse elleriyle yargılıyor göz güzelliğini*

*Ablalarınsa boyunları soru işareti*
*Ağabeylerse utançlarından emrah*

*Sıralanmışlar su boylarına*
*Bıçakla soyuyorlar kelimeleri*

*Cemal Süreyya, Göçebe*

*Yüz ve Kültür*

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. Sözsüz iletişim konusunda "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" görü-

şünden 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 soyutlanmış 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.

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.

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

*Türkçe'de "Yüz" İle İlgili Bazı Deyimler*

*Yüz bulmak:* birinden şımarmayı hoş görecek kadar yakın ilgi ve destek görmek;

*Yüz çevirmek:* birine karşı gösterdiği yakın ilgi ve desteği kesmek;

*Yüze gülmek:* yapmacık olarak güler yüz göstermek;

*Yüz-göz olmak:* birbirlerine karşı laubalice davranışlarda bulunacak kadar teklifsiz olmak;

*Yüzüne bakmamak:* bir kimseye darılmak, ilgilenmemek, önem vermemek;

*Yüzüne vurmak:* kabahatini yüzüne karşı söyleyip ayıplamak;

*Yüzünü ağartmak:* kendisinin ya da başkasının övüneceği bir iş yapmak;

*Yüzünü ekşitmek:* herhangi bir şeyden memnun olmadığını belirtmek;

*Yüzü kızarmak; yüzü suyu hürmetine; yüzünden anlamak vb.* hep 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". 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 bir dikkat içerir ki bu medeni ilgisizliğin sonucudur. Günlük ilişkilerimizde sürekli düzenli olarak karşılaştığımız aile, arkadaş, meslektaşlara 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.

*Uyarlanmış Roller*

Toplumsal etkileşimi incelerken kullanılan dramaturjik model, toplumsal rol, toplumsal pozisyon vb. tiyatro kavramların-

dan yararlanır. Belli bir öğrenim sürecini daha doğrusu deneyimini gerektirir ve son derece rahatsızlık vermesi olası durumlarla başa çıkmamızı sağlar. Toplumsal cinsiyet, eğitimden ve ekonomik düzeyden kaynaklanan farklılıklar sorgulanmaya başlandığı an, rollerin uygulanmasında sorunlar doğar. İnternette farklı kimliklerle (kadınsa erkek, erkekse kadın, hayali kahramanların, tanınmış kişilerin isimlerinin kullanılması, vb.) kullanıcı adı alan kişilerin girdikleri mesaj alışverişi, başlı başına bu rol uyarlanmalarına verilen tepkinin, eğlenceye dönüşmüş biçimleridir.

*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.

*Kamusal Alan (public sphere)*

İnsanın kolektif deneyimlerini yaşadığı kamusal alan kavramı, tarihsel gelişim içinde hem fiziksel, hem de içeriksel anlamı açısından farklılık göstermektedir. Habermas'ın belirttiği gibi, her durumda kamu, kendisini özel alandan ayrı bir alan olarak ortaya koyar. Eski Yunan'da kamu yurttaşların özgürlüğünün açığa çıktığı bir alan olarak görünürken, Feodal Avrupa'da statülerin sergilendiği temsili bir alandır (Bkn. ilerideki "Seyirlik Ölümler" bölümü). Kamusal alan her zaman fiziksel bir mekânla çevrili olmayı gerektirmez. Kamuya açılmanın gösterimle dışa vurulduğu her yer kamusal alana ilişkindir. "Gösteri daima önünde oynayacağı bir sosyal çevreye muhtaçtır". Tüm kamusal gösterimlerde fiziksel niteliğin ön planda olduğunu ve kamusallığın bir siyasal iletişim alanı oluşturma işlevi üstlendiğini görürüz. Kamusallıktaki cisimleşebilme özelliği, ortak yorumları canlan-

dıracak metaforik anlatımla sağlanır. Kamu içine girmekle özel yaşamın sınırlarını daraltan toplumsallaşmış birey, aynı zamanda genel bir toplumsal deneyim ufku da kazanmaktadır. Habermas kolektif kimliğin, iletişimsel öğrenme ve pratikle oluştuğunu, iletişim ortamının ise ancak kamusallıkta gerçekleşebileceğini ileri sürer. Toplumsal ortaklığı sağlayacak iletişim, "sözde" ya da idealize edildiği gibi "gerçek" olsun, bir kamusal alanda sergilenebilir, gösterimlenebilir niteliğe bürünmek zorundadır.

*Medeni İlgisizlik (civil inattention)*

Erving Goffman'ın deyimiyle, büyük kent yaşamında kişisel olarak tanımadığımız insanlarla, kişisel olmayan ilişkiler içinde bulunuruz. Sokakta, işyerinde, pazarda, alışveriş yerlerinde, hatta asansörde karşılaştığımız insanlara şöyle bir bakıp geçerken yalnızca davranış boyutunda da olsa, "medeni bir ilgisizlik" tavrı takınırız. Bu durum diğer insanın varlığını fark ettiğimizi ama ona karşı vaatte bulunucu ya da tehdit edici herhangi bir niyet taşımadığımızı belirtir.

*Zemin (habitus)*

Pierre Bourdieu'nün, içinde yaşadığımız toplumsal çevrenin "yerleşim yeri + yerleşen + alışkanlıklar + yerleşme sürecinin" toplamı olarak kullandığı "habitus" kavramını zemin sözcüğü ile karşılayabiliriz. Habitus yalnızca içine doğduğumuz önceden verili ortam/çevre değil, içinde yaşadığımız sürece varlığını sürdüren bir şeydir. 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 gösterirken, var olma koşullarının belirlenmesi gerektiğine dikkat çeker[21]. 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.[22] Toplumsal alanın/zeminin mesafelendirilmesinde, kullanılmasında ve üretilmesinde bu üç boyutun ayrı ayrı ele alınması 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.

*Mesafe (distance)*

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

---

21. Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique Of Judgement Of Taste*, İngilizce'ye Çev. Richard Nice, Routledge: Londra, 1989, ss. 170-172.
22. Akt. David Harvey, *The Condition Of Postmodernity*, Blackwell:Cambridge, 1992, ss. 201-203.

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 olanaksızdır. 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. Bedenin yanıtları "aşağı" düzey olarak görülür ve aşağı/düşük yapıtların aşağı/düşük yanıtlara yol açtığı öne sürülür.

Oysa gündelik yaşam kültürü ancak içinde anlık olarak yer aldığı tarihsel ve toplumsal düzenlenişin sınırlarıyla belirlenebilen, maddesel, içindeki koşullarla bağlantılı somut bir şeydir.

*Doku (texture)*

Doku sözcüğü, canlı, yoğun, ayrıntılı bir biçimde örülmüş anlatımları, ilişkileri, deneyimleri ve nesneleri kapsar. Belirli bir dokunun kimliğinden söz edebilmek için ayrıntılara bakmak gerekir. Örneğin, apartman yaşamının yoğunluğunun getirdiği sınırlı koşullarla birlikte, 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 süs-

lemelerle donatırlar. Ev ne denli çok eşya ile doldurulursa sınırlı yaşamlara getirdiği deneyim çeşitliliği yani fiziksel ve toplumsal alandaki hareketlilik o denli artar. Televizyon da bu dokunun yoğunluğunu arttırmak, zenginleştirmek üzere kullanılır. Sürekli açık olan televizyon, apartman yaşamına renk, ses ve hareket getirir. Gündelik kültürü hem yoğunlaştırır hem de ondan kaçış olanağı verir. Satın alınması için çaba sarf edilmesi gerekli nesneler, dışarıdan içeriye "toplumsal meşruiyet, saygınlık ve güç" getirir.

*Kaçak Avcı (poachers)*

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.[23] 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. Sokaklarda ve pazarlardaki işporta satıcılığı, ev yapımı soslar, saksılarda yetiştirilen süs biberleri, ıtırlar, naneler; annelerimizin turşuları, reçelleri, tarhanaları; dahası dantelleri, örtüleri gibi uzayıp giden sınırlı-yaratıcılık örneklerimiz ev ekonomisine katkının yanı sıra mekânı fethetmeye yönelik uğraşlardır.

Kapsayıcı bir düzen içindeki disiplinin dışına çıkmaya yönelik gündelik uygulamaların her zaman kendi yaşam alanlarını o-

23. Aktaran John Fiske, "Cultural Studies and the Culture of Everyday Life", *Cultural Studies*, Der. Lawrence Grossberg, et.al., Routledge: New York ve Londra, 1992, ss. 154-173.

luşturduğunu ve oluşturmayı sürdüreceğini vurgularken de Certeau gözlemci düzenlemelerden uzak "mikrobik" ayrıntıların gerçek alternatifleri içerdiğini anımsatır.[24]

*Sözlü Kültür (oral culture)*

Yazının ortak dolaşımda olmadığı zamanlara gönderme yapılarak, tarihsel bir kesitin kültürünü tanımlamak için kullanılır. Sözlü kültürde insanların duymayı umduğu, ana hatlarıyla zaten bildiği öyküleri anlatan masalcı-Bilgenin (genellikle yaşlı erkek) kendi yaşamı ve cemaat üyeleriyle ilişkilerindeki ustalığı; "başkaları adına konuşma hakkına sahip olmasını" meşru kılar. Hayatta kalmanın sırrını bilip, gerçeği herkesin anlayacağı biçimde anlatırken ritüelleşmiş sözlerle, tekrarlar içinde değişim duygusu veren bir akıcılıkla öykü anlatan Bilge, topluluğa keyifli bir güven verir.

*Sözle Anlatılamayanlar*

Dile getirilemeyenin kutsallığı, nesnel bir söylem içinde dile getirilemeyen şeylerin kutsal olduğuna inanılması, insanın deneyimi ile kendisi arasına gizemli bir mesafe koymasından kaynaklanır. "Şimdi artık kelimeler yetersiz, anlamı yok..." Deneyim, dile getirilemeyen bir söylem içinde kullanılarak kutsallaştırılır. Yaşam deneyimlerimiz üzerine konuşmanın zorluğu, uygulamanın ancak belli bir alan içinde gerçekleştirildiği zaman anlam kazanmasına bağlanır. 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

24. Michel de Certeau, "Walking in The City", *The Cultural Studies Reader*, Ed. Simon During, Routledge:Londra, 1993, ss. 156-157.

ve zamana bağlı olarak yaşanan ve aktarılması ancak belli bir söyleme (yani kendisi dışındaki bir dışavuruma) bağlı olabilen bir eylem biçimidir.

*Toplumsal Bellek*

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[25]. Öte yandan bazı geçmiş olaylar, egemen ideolojinin yeniden üretilmesi için de önemli bir kaynaktır. Hemen her durumda 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. Belli anıların kaynaklar içinden parlatılıp, "cilalanıp" yeniden kullanıma sunulması işleminin toplumu etkileyici, dolayımı sağlayıcı düzeyde olabilmesi de bir egemenlik sorunudur. John Nerone, "Toplumsal bellek; bir toplumdaki bazı gruplar, kurumlar ya da kişilerin bazı deneyimlerinin, tanınabilir senaryolarla ve ahlâki bir boyutla (bir değerlendirmeye tabi tutularak) yapay bir biçimde anımsanmasıdır"[26] der.

Bu tanıma göre toplumsal bellek yapaydır, çünkü her şeyden önce insanlar tarafından oluşturulmaktadır. Tüm anıların özel art niyetlerle bilinçli olarak hafızaya dahil edilmesi söz konusu olmasa da bu "insan yapımı" yönünü vurgulamak, özellikle geçmi-

25. Walter Benjamin, *Estetize Edilmiş Yaşam*, Çev. Ünsal Oskay, Dost Yay. Ankara, 1982, ss. 168-170.
26. John Nerone, "Professional History and Social Memory", *Communication*; 1989, Vol.11, n. 2. Urbana, ss. 89-104.

şin anımsanmasının doğal ve yansız bir işlem olmadığını belirtmek içindir.

Toplumsal bellek anımsamadır, 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, 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 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 şematik hale getirilmiş, 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.

Michael Schudson ise toplumsal belleğin oluşum sürecini ve insanların geçmişi tümüyle kendilerine göre yeniden oluşturma özgürlüğünü kısıtlayan faktörleri incelemektedir[27]. 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.

Catherine Kaha ise "Karşılıklı Konuşma Olarak Bellek" makalesinde; belleğin mekanik bir şey olmadığını savunur[28]. Kaha'ya göre bellek bir "anlam yaratma sürecidir" ve bu yüzden belleğin işleyişini teknolojik metaforlardan çok biyolojik metaforlar yardımıyla tanımlayabiliriz. Burada yazar, Milan Kundera ve Susan Sontag gibi edebiyatçıların belleğin duyumsanmasıyla ilgili yazılarına gönderme yapar ve insan beyninin çalışmasının bilgiişlem terimleriyle değil, edebi terimlerle anlaşılabileceğini ileri sürer. Bu görüşüne temel olarak da "anımsamanın bir gölge ya da fısıltı biçiminde ortaya çıkmasını" gösterir.

*İdeolojik Söylem Yapıları*

Söylem ve ideolojinin ancak çokalanlı bir yaklaşımla anlaşılabileceğine dikkat çeken Teun Van Dijk, "ideolojiler bir grubun

27. Michael Schudson, "The Present in the Past versus the Past in the Present", *Communication*; a.g.e., ss. 105-113.
28. C. W. Kaha, "Memory as Conversation", *Communication*; ss. 115-122.

üyelerinin köklü inançlarıdır" derken, söylem ile ideolojilerin yorumlandığını, meşrulaştırıldığını belirtir[29]. Dil kullanımı, metin, konuşma, sözlü etkileşim ve iletişim kavramlarını içinde barındıran, böylece "söz-eylem yapıları" olarak tanımlanabilecek olan "söylem" ise toplumsal bilişten ayrı düşünülemez. Yukarıda ele aldığımız toplumsal bellek ile kişisel zihinsel modeller arasındaki ayrımı da düşünerek, söylemin üretimi şu temellere dayanır: kişisel zihinsel modeller (öznel olaysal bellek), grup bilgisi, grup tutumları, grup ideolojileri ve kültürel /ortak alan bilgisi. Her gruplaşmanın bir söyleme sahip ideolojik bir yapı olmadığını vurgulamalıyız. Van Dijk, ideolojilerle bağlantılandırılan grup üyeliğinin temel ölçütlerini şöyle sıralıyor[30]:

- *Üyelik:* Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir?
- *Etkinlikler:* Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor?
- *Amaçlar:* Bunu niçin yapıyoruz?
- *Kurallar:* Yaptığımız şeyde neler iyi - neler kötü? (moral yargılar)
- *İlişkiler:* Düşmanlarımız-dostlarımız kimler?
- *Kaynaklar:* Başkalarının sahip olmadığı nelere sahibiz?

Bu sorulara verilecek yanıtlar Biz/Onlar ayrımının ortaya çıkmasını sağlar. İdeolojilerin insanları ve toplumu kutuplaşmış terimlerle düzenlediğini, bu kimlik kategorileştirmeleriyle açıkça görmekteyiz.

29. Teun Van Dijk, "Söylem ve İdeoloji: Çokalanlı bir Yaklaşım", Çev. Nurcan Ateş, *Söylem ve Ideoloji*, Der. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, Su Yay., 2003.
30. Van Dijk, a.g.e., s. 56.

## *SÖZLÜ KÜLTÜRDEN YAZILI KÜLTÜRE*

Konuşma dilinin kullanıldığı on binlerce yıl boyunca insanların düşünceleri zaman ve mesafe engellerini aşamadı; davullar, bayraklar, duman işaretleri gibi araçlar insanın sesini ve varlığını uzaktakine duyurma çabalarıydı. Öykü anlatanlar belli bir tarihi efsanelerle canlı tutmaya çalışıyorlardı ama söz uçucuydu. Yüzyüze iletişim kurmanın mümkün olmadığı yerlerdeki insanları da kapsayacak kurulu bir düzenin sağlanması için sözün kalıcı hale gelmesi gerekiyordu. Yöneticilerin siyasi ve iktisadi düzenlemeler için kullanmaya başladığı ilk kayıtlı ifadeler taş üzerine yazılıyordu. Taşınabilir kil tabletler ve rulo yapılabilir deri, papirüs, kumaş vb. materyallerin kullanılması imparatorlukların, uzandıkları alanlara hükmedebilmelerini kolaylaştırdı. Kitap, kayıtlı sözün hacmini ve taşınabilirliğini arttırdı ama kitabı elle yazarak çoğaltma işi çok uzun zaman alan zahmetli bir işti. Baskı tekniklerinin gelişimi bugün insanlık tarihinin en devrimci buluşlarından sayılmaktadır. Bilginin insanlar arasında eşit biçimde dağılımı ve kültür birikiminin sağlanması, kitaptan sonra gelen tüm yeni teknolojilerin henüz gerçekleştiremediği bir olanak. Yaşamakta olduğumuz anın elektronik yollarla çoğaltılmış gürültülü sesleri ve karmakarışık görüntüleriyle kuşatılmış durumdayken; başka yerleri, başka zamanları ve başka insanları içinde barındıran yazılı söz, sessiz bir ağırbaşlılıkla öneminin yeniden kavranmasını bekliyor.

## *Bilginin Kaydedilmesi*

*Sen yazıyı yüreğine yerleştir, yerleştir ki, kendini ağır işten koru ve saygın bir konuma yerleş. Yazıcı, ağır beden işinden kurtulmuştur... artık emir veren odur... Elinde yazıcının yazıtı var mı, yok mu? İşte artık seni, kürek çeken elden ayıran o olacaktır...*

Bu öğütler MÖ 1600 yıllarında Mısır'da Yeni Krallık dönemine ait belgelerden birine kaydedilmiş[31]. Bu sözleri kullanmamızı sağlayan kaç yazıcıya, kaç emekçiye teşekkür borçluyuz kim bilir. Okumanın ve yazmanın önemini vurgulamak üzere düşüncelerimizi destekleyecek insanların yazılı sözlerine başvururken, kendimizi gündelik görüntü ve ses bombardımanından uzaklaştırmanın konforlu bir saygınlığını yaşıyoruz. Üstelik bu konfor ve saygınlık, yukarıda aktardığım sözlerin öznesi olan yazıcının bile sahip olamadığı olanaklarla birlikte geliyor. Bilginin pekâlâ hükümranlık aracı olabileceğini ama bugünün sınırlarını aşabilmenin eşsiz mutluluğunu paylaşmanın aracı olarak da kullanılabileceğini biliyoruz.

Yazıcının seçkinliği ve saygınlığı çok uzun bir süre, emir verenlerin yanında yer almasından; elleri, kolları ve bütün bedeniyle zorlu doğanın yıpratıcı izlerini taşıyan emekçilerden uzaklaşmasından kaynaklanıyordu. Yerleşik hayata geçişle birlikte toprağın mülkiyetinin, sınırlarının, mahsullerin miktarı ve satış işlemlerinin önceleri resim-yazı, sonraları kavram-yazıyla kaydedilmesi MÖ 5000 yıllarına kadar uzanıyor. Mısır, Mezopotamya, Çin ve Maya uygarlıkları, bilinen en eski yazı örneklerinin ortaya çıktığı uygarlıklar. İş bölümü ve mesleklerin belirginleşmesiyle, kralların, rahiplerin, soyluların ve askerlerin yanında yer a-

31. Gordon Childe, *Kendini Yaratan İnsan*, Çev. Filiz (Karabey) Ofluoğlu, Varlık Yay., İstanbul, 1978, s. 192.

lan yazıcılar saygın memurlardı. Kullanılan yazı dili ancak bu yüksek gruptaki insanların çözebilecekleri bir dildi.

Yazının gizemli dünyası zamanla gerçek yaşamdan koptu, çünkü bilginin üretilmesi değil aktarılmasıydı önemli olan. MÖ 800-600 yılları arasında Asur kralları, MÖ 1800 dolaylarında, Hammurabi zamanında yazılmış matematik, cerrahlık ve tıp konularındaki kitapları kütüphanelerinde bulundurmakla övünürlerdi. Mısır ve Babilli öğrenciler için kitap ne kadar eskiyse o kadar iyiydi, yeni kopyaların eskiler kadar iyi olmadığı söyleniyordu. Kitabın güncelliği ve son buluşları içermesi aranan özellikler değildi. Yazıcılarla öğrenciler arasında geliştirilen aracılık sistemi bugünkü kitap yayıncıları ve dağıtımcılarının öncüleriydi. Papirüslerin başında şuna benzer "editör notları" bulunuyordu:

> Doğayı araştırmak ve var olan her şeyi öğrenmenin kuralları. Bu kitap Kral Auser'in otuz üçüncü hükümdarlık yılında, kral Nemara (MÖ 1880-1850) zamanında yazılmış eski bir kitaba tıpatıp uygun olarak yazılmıştır. Bu kopyayı çıkartan yazıcı Ahmoz'dur.[32]

Augustus'un Roma İmparatorluğu döneminde bugünkü kitap formunun ilksel örneği olan, büyük tabakalardan kesilerek dikdörtgen parçalara ayrılmış parşömen, tomar haline getirilerek daha çok yazının bir arada bulunmasını sağlamakla kalmadı; büyük-küçük harf, gramer, paragraf gibi biçimsel yeniliklerle yazılı anlatımın okunmasını kolaylaştırdı.

Okuma yazma bilmeyen Cermen Vizigot'ların MS 410'dan başlayarak Roma'yı ele geçirmesiyle Batı uygarlığının Karanlık Çağ olarak adlandırdığı yedi yüz yıllık dönem başlamış oldu. Bu süre içinde Batı'da kitap, Hıristiyanlığın öğretildiği manastırlarda genç rahiplerin gerçekten de ancak derviş sabrıyla başa çıkıla-

32. Childe, a.g.e., s. 194.

bilecek ince ince elle işlenmiş harfler ve kenar süslemeli sayfalardan oluşan dini yazılarda kendini gösterdi. 13. Yüzyılda büyük kentlerde, İtalya'da Bologna, İngiltere'de Oxford ve Cambridge üniversitelerinin kurulmasıyla kitabın piyasası yeniden canlandı. Zengin öğrenciler profesyonel yazıcılar tarafından kopya edilmiş resmi kitapları satın alırken, parası az öğrencilerse ders kitaplarını bölüm bölüm kiralayıp kendi elleriyle kopya çıkartıyorlardı. Eğitim dili Latince'ydi ama bazı bölgelerde İngilizce, Almanca, Fransızca, İtalyanca gibi yerel halk dilinin kullanıldığı yazılı kitaplar da vardı.[33]

### *Kumaş Süslemeden Matbaaya*

Elle yazılan ve kopya edilerek çoğaltılan kitaplar Batı'da manastırlardan dışarı pek çıkamazken bu süre içinde (13.yüzyıla kadar) Doğu'da okuma-yazmanın en azından soylu sınıf içinde yaygınlaşmasını sağlayan baskı teknikleri geliştiriliyordu. Çin'de 8. yüzyılda başlayan tahta blok baskı sistemi muhtemelen eski Mısır'da kumaş süsleme sanatının bir uzantısıydı. Tahta bloklara ideografik harflerin elle oyularak kalıp haline getirilmesi ve kağıda basılmasıyla oluşan blok kitaplar, Konfüçyus Klasiklerinin basılmasıyla önem kazandı. Tıp, botanik ve tarıma ilişkin teknik-bilimsel incelemeler, deneme ve şiir koleksiyonları, hanedanlık tarihleri, sözlükler, ansiklopedilerden oluşan blok kitaplar hem dünyevi, hem de resmi konuları kapsadıkları için bazı yazarlarca Batı'da Gutenberg'in kullandığı portatif harf kalıplarıyla basılan ve Matbaa devrimi olarak adlandırılan İncil'in basılmasından daha önemli olarak kabul edilir[34]. Ancak Çin'deki blok baskı kitap-

33. Melvin L., DeFleur ve Everette E. Dennis, *Understanding Mass Communication*, Houghton Mifflin Company, Boston, 1991, ss. 46-47.
34. George Bassala, *Teknolojinin Evrimi*, Çev. Cem Soydemir, Tübitak Popüler Bilim Kitapları, Ankara, 1996, ss. 260-262.

larda yaklaşık beş bin ideogramın ustaca basılıyor olması, Sung Hanedanlığı içinde halkın kullandığı sayısız Çin dili düşünüldüğünde, yazılanların sanıldığı kadar geniş bir halk kitlesi tarafından okunamadığı açıktır.

Öte yandan İncil'in yüksek sınıf yazı dili olan Latince değil de halkın konuşma dili olan Almanca basılmasının yol açtığı popülerlik daha anlaşılır görünüyor. Gutenberg yıllar süren çalışmalarının sonunda, şarap yapımında üzümleri sıkmak için kullanılan vidalı bastırma mekanizmasını geliştirerek 1455'te zengin müşterileri memnun etmeye yönelik metal üzerine mürekkeple hazırlanmış ince kenar süslemeli İncil'i kağıda basmayı başardı ve bu şekilde 200 kopya bastı. Ancak denemeler sırasında aldığı büyük borçların altından kalkamadığı için her şeyini yitirerek sefalet içinde bir hayat geçirdi. 1500 yılına gelindiğinde Gutenberg'in bulduğu hareket edebilen metal harfli baskı makinesinin yaygınlaşarak 20 milyon civarında kitap basıldığı söyleniyor.[35]

İngiltere'de Kral 8. Henry, Anglikan Kilisesi'nin başı olma iddiasıyla 1529'da ilk resmi sansür duyurusunu açıkladı ve yayıncılara lisans alma zorunluluğu getirerek yasakladığı kitapların bir listesini hazırladı. Muhalif görüşlerin yazıya dökülmesi ve çoğaltılması engellenmesi gereken bir faaliyetti.

### *Kamusal Eğitimin Yaygınlaşması*

16. yüzyıl sonu ve 17. yüzyıl başı; sanatçıların, bilginlerin ve büyük işadamlarının basımevi kurmak için ilk kez bir araya geldikleri yeni bir dönemi başlattı. Avrupa'nın pek çok yerinde olduğu gibi Moskova'da, Meksika'da ve Hindistan'da basımevi atölyeleri kuruldu. 17. yüzyılda ticari haberlerin ve resmi bildirilerin yayınlandığı gazetelerin, 18. yüzyılda ise gündelik haber gazete-

35. DeFleur ve Dennis, a.g.e., ss. 49-50.

lerinin yaygınlaşması, baskı tekniklerinin gelişmesi yolundaki çabaları hızlandırdı. 19. yüzyıl başında baskı makinelerinde önce atların sonra buhar gücünün kullanılması sonucunda, insan eliyle saatte 200 sayfa basılırken, saatte 4000 sayfanın basılması mümkün oluyordu artık. O zamana göre baş döndürücü bir hız. Büyük kentlerin bulvarlarındaki, pasajlarındaki baş döndürücü karşılaşmalara uygun bir hız.

Yalnızca "bulvar-kafelerde" fikir tartışmalarına giren, moderniteyi şiirlerine, romanlarına aktaran yeni entelektüellerin değil; demiryolu döşeyen, fabrikalarda, bankalarda çalışan, oy veren seçmen durumuna giren yurttaşların da asgari düzeyde okur-yazar olması gerekiyordu.

Paris ve Londra gibi büyük kentlerde yazının ve kitabın popülerleşmesi üzerine tartışmalar başladı. 18. yüzyıl sonlarında Fransa'da toplum nüfusunun yüzde 60'tan fazlası okuma yazma bilmemekteydi. Rousseau kentlerdeki yoksul ve eğitimsiz kalabalık ile yazın çevrelerinin iki yüzlülüğünün karşılaştığı Paris'teki gelişmeleri eleştirirken, daha sonra Voltaire "kitap alıp okumaya başlayacak olan köylünün çifti-çubuğu terk edeceğini" yazmaktaydı[36]. Bu dönemde İngiltere'de ve Amerika'da ülke çapında okuma yazma öğreten okullar açılmaya başlamıştı ve bu okullar 19. yüzyıl boyunca artık zorunlu eğitim veren kurumlar haline gelecekti.[37] Oysa 16. yüzyıldan başlayarak okuma-yazma bilen birinin okuduğu kitapları dinlemekle yetinen halk arasındaki okuma heveslilerini metnin sakıncalarından koruyacak bir çeşit "hoca" okurla metin arasında aracılık ediyordu[38]. Okuma yaz-

36. Ünsal Oskay, *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, A.Ü. SBF. Yay., 495, Ankara, 1982, ss. 45-46.
37. Anthony Giddens, *Sociology*, Polity Press, Cambridge, 1992, s. 418; DeFleur, a.g.e. ss. 51-52.
38. Walter J., *Sözlü ve Yazılı Kültür*, Çev. Sema Postacıoğlu Banon, Metis Yay., İstanbul, 1991, s. 113.

ma bilmeyen halk kitleleri metnin gizli bir dinsel içeriği olduğunu düşünüyorlardı. Basit düzeyden ileri düzeydeki okuryazarlığa gidildikçe yazının, düşünceye sözlü düşünme alışkanlıklarından farklı bir bilinç vermeye başladığı bugün bilinmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte başlayan kültür ve eğitim reformları "bütünsel kalkınma stratejisi" ile "insan yetiştirme davası" çerçevesinde yürütülmüştür. Eğitim işlerinde yönetimin merkezileştirilmesi, "yurttaşlık bilinci vermek" amacını taşıyordu.[39] 1928'deki Harf devrimi, bir uygarlık değiştirme simgesi ve sorunu olarak değerlendirildi.

New York'a yerleşen göçmenler için ise Yeni Dünya'ya uyumlanma sürecinin zorlukları, küçük matbaalarda bastırdıkları kitap ve dergilerde kendilerini kendi dillerinde ifade ederek, kendi içlerine kapanarak çoğalmaya çalışmalarına neden oluyordu.[40] Küçük yerel matbaalarda basılacak ve yine yerel cemaat tarafından okunacak kitaplar ve dergiler üretmek, gelenekleriyle yönlendirilmekten kopmuş ama henüz "ötekilerce" yönlendirilmeye direnen göçmenler için bir geçiş dönemini yumuşatan bir yoldu.

II. Dünya Savaşı, askere alınan vatandaşların okuma yazma öğrenmelerinin nasıl bir gereklilik olduğunu ortaya koydu. Savaş sonrası Birleşmiş Milletler Nüfus Komisyonu temel eğitimin ölçütünü "herhangi bir dilde bir mektup okuyabilmek ve yazabilmek" olarak belirledi. İngiltere'de işçi sınıfının okur yazarlığıyla ilgili araştırmalar yapan Hoggart'ın da vurguladığı gibi halk kütüphanelerinin işsizler için sıcak sığınma yerleri olmasının ötesine geçmesi, halka yönelik ucuz kitapların basılması ve yay-

39. Murat Katoğlu, "Cumhuriyet Türkiye'sinde Eğitim, Kültür, Sanat", *Türkiye Tarihi*, 4. Cilt, Der. Sina Akşin, Cem Yay., İstanbul, 1995, ss. 473-476.
40. David Riesman, *The Lonely Crowd*, Yale University Press, New Haven, 1967, ss. 88-89.

gınlaşmasıyla mümkün olmuştur.[41] Amerika ve İngiltere'de çok sayıda küçük aile yayınevinin yerini bir kaç büyük şirket aldı ve ilk önce stoklarında uzun zamandır pipolu ve zor beğenen müşterileri bekleyen kitaplar halka açıldı. Ama en çok kazanç getiren yayınlar ders kitapları ile iş dışı zamanda okunması tavsiye edilen, basit edebiyat ürünleriydi. 1950'lerden günümüze doğru geldikçe yayınevleri ile basımevleri arasındaki işbölümünün belirlendiğini; yazar ve okuyucu ilişkilerinin piyasa koşullarına uygun hale getirildiğini; kitapların hedef okuyucu kitlesinin saptanması, satış riskinin en aza indirilmesi amacıyla kitap türlerinin belirlendiğini görüyoruz.

### *Öğrenmek İçin Okumak*

Cervantes'in Don Kişot romanıyla okumanın, bireyi içinde yaşadığı zamanın dışına çıkarabileceği anlaşılmıştı ancak "öğrenmek için okumak" aşamasına geçebilmek için öncelikle okumayı öğrenmek gerekiyordu. 1950'li yıllara dek harflerin seslerinin öğretilmesine dayanan ilk "ses-okuma" yöntemleri, İngilizce ve Fransızca dil yapısından gelen zorluklar nedeniyle "görüntü-okuma" yöntemlerine geçildi. Harf öğrenme yönteminden farklı olarak, sözcük ve heceleme eğitimi daha çok ezbere dayalı bir yöntemdir. Bir sözcüğün bu şekilde belli bir anlam veya resimle birlikte öğretilmesi, sonradan kullanılmak üzere hafızaya kalıp olarak yerleştirilmesini gerektirmektedir. Sözcükleri görerek öğrenme ve kalıp olarak depolama yöntemi, ilk-okumayı kolaylaştırmakla birlikte, yaşadığımız çağa özgü "parçalı gerçeklik" sakıncalarını da beraberinde getirmektedir.

---

41. Richard Hoggart, "Television And Its Place in Mass Culture", *International Encyclopedia Of The Social Sciences*, Cilt III, Free Press, 1968, ss. 69-70.

Sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş aşamasının her toplumda benzer zaman ve oranlarda olmadığını akılda tutarak, günümüzün büyük bir hızla yayılan görsel-işitsel kitle iletişim araçlarının, özellikle radyo ve televizyonun, görünen mesajlarının olduğu haliyle, kalıplar biçiminde depolanması, gerçekliğin bire bir ölçütlerde kaydedildiği yanılsamasını verebilir.

Öte yandan yazılı bilginin eksik bıraktığı deneyimlerin belgelenmesi amacıyla, günümüzde, modernitenin araçlarıyla, (temel olarak belgesel sinemacılık ve toplumsal tarih araştırma yöntemleriyle) Sözlü Tarih kaydetme arayışları sürmektedir. Tarihin tanıkları olan sıradan insanların deneyimleri, belirli bilimsel kıstaslar gözetilerek kaydedilmekte ve böylece, genel-geçer medyanın ya da resmi tarihin göz ardı ettiği kimi gerçeklere ulaşılabilmektedir[42].

## *KİTLE İLETİŞİMİ*

Kitle iletişimi, psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi ve ekonomi gibi diğer sosyal ve davranış bilimlerine göre daha yeni ve disiplinler arası bir alandır. Kitle iletişimi tek başına bir kuram olamayacak kadar karmaşık olsa da; toplumsal kuram ve eleştirel kuram, kitle iletişiminin kapsamını belirlemeye en çok yaklaşan kuramlardır. Bu kuramlara ileride değinmek üzere şimdilik kitle iletişiminin ve kitle iletişim araçlarının özelliklerini anlamaya çalışalım.

42. Bkn. Tarih Vakfı çalışmaları için:
*http://www.tarihvakfi.org.tr/projeler/sozlutarih.asp*

*Kitle İletişiminin Özellikleri*

- İzleyici kitle geniştir; yalnızca belirli bir gruba değil, yerel, bölgesel, ulusal, uluslar arası topluluklara seslenir.
- İzleyici kitle çeşitli toplumsal kümelerden gelen ve değişik niteliklere sahip insanlardan oluşan bir topluluktur.
- İzleyici kitle kimliksiz bir topluluktur; dernek, okul, iş yeri gibi belirli toplumsal kimliklerin birleştirici özelliklerini içermez.
- Kitle iletişimi kamusaldır; içeriği herkese açıktır; üyelik esasına göre işlemez.
- Kitle İletişim Araçları kaynaktan uzak bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir; "aynı andalık" özelliği, coğrafi sınırları aşar.
- Kitle iletişimi karmaşık biçimsel kurumları gerektirir; kamusal ve tecimsel yayın kuruluşlarının düzenlenişinde toplumsal ve siyasi yapı gözetici ve belirleyicidir.
- İletişimciyle izleyici kitle arasındaki ilişki izleyici kitlenin kişisel tanışıklığı olmayan, profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur; gazeteci, reklamcı, editör, programcı, yapımcı gibi yayının mutfağında olan ve iletişim bilgilerini iletilebilir mesajlara dönüştüren karar vericiler izleyici kitle tarafından tanınmadığı gibi, sunucuların görünen kimlikleri ile gerçek kimlikleri arasında da farklılıklar vardır.
- Kitle iletişiminde, iletişim geri döndürülmesi olanaksız şekilde tek yönlüdür ve izleyici kitlenin anında yanıt verme olasılığını fiilen dışlamaktadır; araçların doğaları karşılıklılığa izin verecek biçimde planlanabileceği halde, bu akan

iletişimin denetlenebilirliğini ortadan kaldıracağı için dışlanır. Okuyucu mektupları, stüdyo katılımcıları, görüş beyan etmeler, vb. kitle iletişim sahnesine karar vericilerin düzenlemesiyle alınır.

Kitle İletişim Araçlarının ürünleri fiziksel ve parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilir ürünlerdir. Ancak elde edilebilirlik her zaman tam bir benimsenme demek değildir. Halkın ne istediğiyle ilgili ihtiyaç araştırmaları, ölçümler, kısa dönemde bir talep profili çıkartabilir ancak kitle iletişimde dolaşan mesajların halkı tam anlamıyla yansıttığını söylemeye yetmez.[43]

## *KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI*

İletişimin gerçekleşmesini sağlayan her türlü araç (ses, söz, yazı, beden dili, jestler, mimikler, giyim-kuşam, hatta koku, davranış, vb.) iletişim aracıdır ancak yüz yüze karşılıklı olmayı gerektirmeden anında iletişim kurmayı sağlayan ve bunu kitlesel düzeyde gerçekleştiren araçlara kitle iletişim araçları diyoruz. Bazı yazarlar en eski kitle iletişim aracının kitap olduğunu ileri sürerken[44], elektronik iletişim araçlarının halkın çoğunluğunu etkileyebilmek amacıyla. seri üretim ve kullanım yoluyla yaşamlarımıza girmesiyle birlikte, kitle iletişiminden ve kitle iletişim araçlarından söz edilmeye başlanmıştır[45]. Genellikle, gazeteler, dergiler, sinema, radyo, televizyon, reklamlar, popüler kitaplar ve popüler müzik, kitle iletişimini sağlayan araçlar olarak kabul edi-

43. Mutlu, a.g.e., s. 130.
44. De Fleur ve Dennis, a.g.e., s. 36; McQuail, a.g.e., s. 13.
45. Mutlu, a.g.e., ss. 129-130.

lir[46]. Bu farklı araçların nasıl olup da aynı terim altında birleştiği konusu bazen kafa karıştırıcı olabilir. Örneğin gazeteler de yerel, bölgesel, ulusal gazeteler, internet gazeteleri biçiminde adlandırılabilir. Aracın fiziksel biçiminin yanı sıra ulaştığı insan sayısının büyüklüğü de bir aracı herhangi bir iletişim aracından ayırıp kitle iletişim aracı haline getirir.

McQuail'e göre kitle iletişim araçları; toplumda etki, denetim ve yeniliklerin potansiyel araçları olarak güç kaynağı; çoğu toplumsal kurumun çalışması için gerekli bilgilerin kaynağı ve aktarım aracıdırlar. Ulusal ve uluslar arası toplumsal yaşamın yer aldığı bir konum, bir arena görünümündedirler. Toplumsal gerçekliğin imgeleri ve tanımları için referans olarak kullanılır. Etkili performans sergileme için şöhrete giden yoldur. Toplumun ve grupların değerlerinin oluşturulduğu, saklandığı ve açıkça görünür kılındığı temel bir kaynaktır. Toplumsal anlam sisteminde nelerin normal olduğunu ve normlara uygun anlamların dolaşımını belirleyen bir kaynaktır.[47]

Farklı kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, bu araçlarla ilgili olarak geliştirilen kuramlar ve yapılan araştırmalar da farklı toplumsal iletişim yöntemlerine denk gelmektedir:

*Basın;* yazının bütünleştirici işlevini, kamuoyu kavramını öne çıkarttı. Gazete ve dergilerin düzenli ve sürekli bir bilgi-haber akışı sağlaması bir gündelik alışkanlık yarattı. Ticari bir araç haline gelen enformasyon içeriği, bir kamusal alan işlevi görmeye başladı. Kentli ve seküler bir okuyucu kitlesi oluştu.

*Radyo;* ulaşılan dinleyici alanını daha önceleri düşünülemeyecek bir boyutta genişletti. Sözlü iletişimin Retoriğe uzanan kö-

46. Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske, Ed. *Key Concepts in Communication And Cultural Studies*, Routledge: Londra, 1994, s. 172.
47. Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage Publications, Londra, 1994, ss. 1-30.

kenini hatırlattı. Radyo söz, efekt ve müzikle, malzemesi ses olduğu için adeta tanıdık ve zararsız bir dostu dinlemek gibi algılanmakta.

*Sinema ve televizyonla birlikte;* görsel iletişim, ikonalar üzerine yapılan çalışmalarla birleşti. Tarih, sosyal antropoloji, ekonomi, siyaset bilimi ve psikoloji, ikonografi, bilgi sosyolojisi, ortaçağ ritüellerini gündeme getirdi.

### *Sinemanın Popülerleşmesi*

Hareketli görüntü olarak sinema, müşterilere ilk kez para karşılığında bulvar kafelerde gösterilerek, 19. yüzyılın son yıllarındaki modern kamusal alanların öne çıkan eğlence işlevine katkıda bulundu. 1900'lerin başlarında vodvil sanatçıları topluca greve giderken alternatif eğlence olan filmin kullanımı tiyatroları doldururverdi. Gezgin gösterilerin yerini alan "kilise ve saray" benzeri pahalı ve gösterişli sinema salonları büyük kentlerde kalabalıkları sinemaya çekmeye başladı. Özellikle kadın ve çocukları çekebilmek için indirimli seanslar yapılıyordu. Kışın sıcaklığı, yazın havalandırma sistemiyle (vahşi Batı'dan Doğu'daki büyük kentlere getirilen sığırların korunması için geliştirilen mezbahalardaki havalandırma sistemi sinema salonlarında uygulanmaya başlamıştı) ve önce şekerleme gazoz, sonra popcorn-coca cola eşliğinde sinema salonları halkın toplandığı önemli birer merkez oldular. Amerikan ekonomik ve popüler yaşamının gelişimini izleyerek zamanla banliyölerde yaşamaya başlayan insanlar için "drive-in" (arabayla girilen açık hava sinemaları) alanlarında, sonraları da günümüze yaklaştıkça büyük alışveriş komplekslerinde ("mall"larda) sinema salonları varlığını sürdürdü.

İlk Süperstar olan Charlie Chaplin, 1917'de sinemanın ilk dolar milyoneri oldu. "Sıradan İnsan Çağı"nın doğuşunu müjdeli-

yordu. Sinema orta sınıf pazarına giriyordu çünkü. Üretim-dağıtım-gösterim tekelleri oluşmuştu. Sinemanın ideolojik karakteri, film starlarının, hükümet politikalarını bazen destekleyen, bazen eleştiren "kanaat önderleri" olmalarıyla kendini gösteriyordu. 1920'lerde Hollywood, Amerikan eğlence endüstrisinin başkenti olmuştu. Star sisteminin doğduğu Hollywood'un sinema merkezi olmasının asıl nedeni, California'nın her mevsim Western filmi çekilmeye uygun iklimiydi. 1920'lerde Hollywood starı olarak beyazperdede boy gösteren gerçek Tom Mix sonraları çizgi roman kitaplarında ölümsüzleşti. Öylesine popüler olmuştu ki kovboy çizgi romanları, kahramanların söz ve düşünce balonlarındaki "Smack", "Ugh" vb. şiddet ünlemleri halkın ahlâkını bozacağı gerekçesiyle sansür ediliyordu. Sansür kurullarının elinden kaçmanın bir yolu olarak müzikallerde sembolik anlatımlar kullanılmaya başlandı. Daha sonraları, Nazi Almanya'sındaki popüler filmlerde de, Hitler'in propaganda bakanı Goebbels'in Hollywood müzikallerine olan tutkusu belirleyiciydi. Goebbels'e göre "politik film hiç bir zaman doğrudan politika yapmamalı", sofistike olmamalıydı. Halk ancak eğlence filmleriyle sokaktaki ve evdeki gündelik sıkıntılarından, sorunlarından uzaklaşıp verilen ideolojiye yaklaşabilirdi.

İngiltere ve Almanya'da II. Dünya savaşı sırasında ordu içinde kurulan belgesel film daireleri, sinemanın propaganda aracı olaıak öneminin fark edildiğini gösteriyordu. Sinema salonlarında uzun metrajlı öykülü filmlerden önce halka gösterilen haber filmleri (Fransız ve İngiliz Pathe, Amerikan, Fransız ve İngiliz Gaumont ve News on the March dizileri vd.) arasında gerçeklik savaşları yapılıyordu. Bu haber filmlerinde bugünkü televizyon haberciliği mantığını görmemiz mümkün. Protokol haberciliği anlayışı içinde hükümet görüşmeleri, cepheden görüntüler, yurt içi ve yurt dışı resmi geziler, sosyal haberler, bombalanmış böl-

gelerin ya da sel, yangın vb. doğal felaketlerin görüntüleri, magazin haberler, kadın ve çocukları konu alan gülümsetici haberler art arda izlendikten sonra asıl eğlence filmine geçiliyordu.

Haber filmciliği tekniğinin Hollywood ütopyacılığına duyulan tepki ile birleştirilmesi, anti-faşist İtalyan yönetmenlerin "Yeni-gerçekçilik" akımını geliştirmelerini sağladı. Geleneksel sinemadaki teatralliği verebilmek için gelişmiş stüdyolar ve star sisteminden gelen deneyimli oyuncular gerekiyordu. Parasal olanaksızlık yeni bir başkaldırı biçimine dönüştü ve Yeni-gerçekçiler çok küçük bir bütçeyle, teknik yetersizliklere aldırmadan, geliştirdikleri doğaçlama sanatı ile teatral film kuralına son vererek toplumsal, politik ve ekonomik koşulları canlandırdılar.

Televizyon 1950'li yıllarda yaygınlaşmaya başladığında en yıkıcı etkisini Hollywood'da gösterdi diyebiliriz. Gişeden beslenme üzerine kurulu endüstrinin ihtiyacı olan seyirci evde televizyon izliyordu. Gerçi kısa sürede iki araç arasında anlaşma sağlandı ve gişede başarılı olamayan iyi aile filmleri televizyon yayın akışı içinde sindirilmeye başlandı.

Doğu'da ise Japonya ve Hindistan sinemalarından söz ediliyordu artık. Akira Kurosawa; John Ford Western'lerinden edindiği teknik ustalığı Japon duyarlılığı ile birleştirdiği Rashomon, Yaşamak, Yedi Samuray gibi filmleriyle -en azından- İngiliz sinemateklerinde kendini tanıtıyordu.

İngiliz ve Fransız sinema dergileri Marksizm, psikanaliz, feminizm ve edebiyat eleştirisini sinemaya taşıdı. Bu dergilerde ve gelişen sinema okullarında popüler türlerden deneysel canlandırmalara dek sinemaya ilişkin her şeyin arşivlendiğini, aktarıldığını, tartışıldığını, incelendiğini görebiliyoruz.

Ticari sinemanın, televizyonun egemenliğine karşı geliştirdiği ses efektleriyle dolu bilim-kurgu filmlerinin nasıl hazırlandığı, bugün yine televizyon magazin programlarında çocukların bi-

le anlayabilecekleri bir biçimde gösterilmekte. Film endüstrisinin işleyişi bir sır değil artık.

Avrupa'da televizyon kanallarının çokuluslu yapımlara destek vermesiyle film piyasasının içinde bulunduğu parasal sıkıntıları aşma yolları aranırken çağdaş sorunların (değişen kadın, eşcinsellik, etnik kimliklerin öne çıkarılması, vb.) yer bulduğu, teknik gelişme ile konu çeşitliliğinin birbirinden çok uzak olmadığı bir dönemin izlerini görüyoruz sinemada.

### *İnternet*

İletişim teknolojilerini, kamusal alan ve sanal cemaatler çerçevesinde yeniden değerlendirmemizi sağladı. Bugün internet kullanımının insanları yazıyla yeniden buluşturduğunu, gündelik yaşamın koşuşturmasına kendini kaptırarak eşine-dostuna mektup yazma alışkanlığını kaybedenlerin artık elektronik posta yoluyla haberleşebildiğini iddia edenler de var. Bu gelişmelerle her ne kadar, elektronik iletişim araçlarıyla verilen bilginin klasik okumadan farklı olarak "bilgi sahibi" olmaya değil de "haberdar" olmaya yol açtığını düşünsek de, umut verici olabilir.

Kişisel bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte Video Compact Disc (VCD) ve DVD (digital video disc) teknolojileri de film endüstrisinde olduğu gibi basım endüstrisinin de bilgisayar teknolojisiyle yeni ortaklıklar kurması sonucuna yol açtı. Gerçi dijital kopyalama tekniklerine karşı yasal düzenlemelerin yetersiz kalmasıyla, tıpkı müzik kasetlerinde ve CD'lerinde olduğu gibi dijital görüntü kayıtlarının da korsan bir piyasa oluşturması önlenemedi. İnternet ise eski video koleksiyoncuları ile yeni DVD koleksiyoncuları için akıl almaz zenginlikte elektronik ticaret olanakları sunmakta. Tecimsel zincir biçiminde örgütlenerek global endüstrideki yerini alan fiziksel kitapçılarda bildiğimiz fiziksel kitapların raf ömrü, acıklı biçimde, süpermarket-

lerdeki ucuz peynirler kadar kısaldıkça, internet üzerinden kitap ticareti adeta zorunlu hale geliyor. Aynı durum, DVD'ler için de geçerli. Üstelik internet demolarını (kısa gösterimlerini) da izleyebildiğiniz çeşitli kategorilerdeki filmleri, koleksiyonunuza ekleyebiliyorsunuz.

Yeni bir toplumsal iletişim biçimi olarak internet üzerinden kurulan gruplar, forumlar çeşitli biçimlerde adlandırılabilir: Hayali cemaatler, sanal cemaatler, diyasporik gruplar, elektronik gruplar, vb. Bu tarz grup iletişimi sağlamaya yönelik girişimleri pek çoğumuz kullanıyoruz. Denetimli, moderatörlü siteler, gerçek kimliklerle üye olup tanıdığınız (!) bir grupla iletişim sağlamanıza olanak verebiliyor. Bu gruplar arasında lise-üniversite mezunları, askerlikten devre arkadaşlarından tutun da dernekler, işyerleri, dönemlik etkinlikler, belli bir coğrafyaya, kültüre ya da dini cemaate üye olanlar, tecimsel amaçlı gruplar, belli bir bilim dalına, iş koluna ya da hobiye yönelik gruplar var. İçlerinde belli bir semte (örn. Cihangir, Göksu Deresi), etnik gruba (örn. Tavşandağlı Çerkez gençler), iş koluna (örn. Genç Geoteknikçiler Grubu), coğrafyaya (örn. Fransa'da ya da Güney Kaliforniya'da yaşayan öğrenciler), projeye (örn. Everest'e Türkiye'de ilk kadın tırmanışı projesi), şifreli gizemli gruplara (örn. 279 KD Poshetlerin iletişim portalı), kişisel denemelere, kamu yararı bilgilere (örn. Yangın güvenliği) ilişkin pek çok ilginç gruplaşma var. Teknolojik yeniliklerden yararlanmanın kültürel boyutuyla ilgili araştırma yapmak isteyen araştırmacılar için internet ortamı, alternatif bir iletişim alanı olarak ele alınabilmekte. Sivil toplum kuruluşları, anti-küreselleşme hareketleri, yurttaş gazeteciliği gibi tecimsel bağımsızlık arayışları, interneti alternatif bir ortam olarak kullanabilmekte.

## *KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA ÇEŞİTLİLİK*

Çoğulcu demokratik toplumlarda kitle iletişim araçları, Batılı modern toplum anlayışının bir uzantısı olarak bireyciliğin, toplumdaki her tür değişimin, düşünce ve davranış özgürlüğünün yanında yer alır, daha doğrusu yer alması beklenir. Toplumdaki çoğulculuk ile çeşitlilik kavramlarının bir arada ele alınmasının kökenleri liberal ekonomi ve siyasal çoğulculuk doktrinlerinde bulunmakla birlikte, kitle iletişim araçlarında çeşitlilikten söz edildiğinde "kamu yararının" gözetilmesi gerekliliği öne çıkmaktadır. Kamu yararı kavramı ise, liberal ekonomiden çok siyasal çoğulculuğun içinde ele alınmayı gerektirir. Kitle iletişim araçları ancak kamu yararını gözeten çeşitliliği ile çoğulcu toplumsal düzene katılabilecektir.

Kitle iletişim araçlarındaki çeşitliliğin dört ana boyutu olduğundan söz edilir. Bunlar:

1. *Biçim ve konularda çeşitlilik:* eğlence, bilgi, eğitim, vb.
2. *İçerikte çeşitlilik:* haber ve bilgi yayınlarındaki görüş ve konuların çeşitliliği,
3. *Kişi ve grupların çeşitliliği:* geçiş izni ve temsil yeteneği,
4. *Coğrafi dağılım.*

Çoğulcu kitle iletişim araçlarının toplumsal çeşitliliği hangi yollarla yansıtabileceği konusunda Denis McQuail'in aşağıda aktaracağımız görüşleri pek çok iletişim araştırmacısı tarafından benimsenmiştir.[48]

Bunda McQuail'in 1960'ların ortalarından bu yana kitle iletişim araçları konusunda verimli çalışmalar yapmasının yanı sıra,

48. Denis McQuail, *Media Performance-Mass Communication And The Public Interest*, SAGE, Londra, 1992, ss. 141-181.

başkaları tarafından geliştirilen görüşleri de bir eğitimci titizliğiyle toparlamasının önemli payı vardır:

*Yansıtmada Çeşitlilik*

Çoğulcu kitle iletişim araçlarının, toplumun tümünü kapsayan bir şekilde farklı kültür, görüş ve toplumsal koşulları temsil etmesi ya da yansıtması gerekmektedir. Modern toplumlarda görünürde herkes tarafından paylaşılan ortak kültür, kendi içinde aslında farklılık göstermektedir ve bu farklılığın kitle iletişim araçlarında yapısal ve içerik olarak ifadesini bulması beklenir. Kitle iletişim araçlarının yapısında çeşitlilik var ise, bu toplumdaki çeşitlilik yapısına karşılık geldiği için "temsili bir çeşitlilikten" söz edilir. Yapısal olarak bulunan bu çeşitliliğin, içerikte de desteklenmesi için kitle iletişim araçlarında sunulan toplumsal gerçekliğin de çeşitliliği yansıtabilmesi gerekmektedir.

*Geçiş İzni Vermede Çeşitlilik*

Toplumu oluşturan farklı sesler, gruplar ve çıkarlar, kendi kültürel kimliklerini toplumun daha geniş kesimlerine ifade ederek varlıklarını sürdürmek için kitle iletişim araçlarının kanallarından, olanaklarından yararlanmak zorundadırlar. Toplumun değişebilme ve seçim yapabilme olanağını kullanabilmesi için zıtlıkların, eleştirilerin de sesini duyurabilmesi gerekmektedir. İnsanların kitle iletişim araçlarında yer alabilmesi için geçiş izni verilmesi, farklı yerlerde yaşayan ama aynı alt kültüre üye olan insanlar arasındaki iletişimin sağlanması için de yararlı olacaktır. Kitle iletişim araçları, bu insanlara kendi içlerinde iletişimde bulunmak için özerk kanallar sunmasa da çeşitlilik içinde yer almak kendi kimliklerini korumak anlamında farklı alt kültürlere olanak verecektir. Etkili geçiş izni için gerekli koşullar; konuşma özgürlüğüne, etkili konuşma fırsatına (yeterli sayıda bağımsız ve

farklı kanalların bulunması gereklidir), özerklik ve kitle iletişimde yer alma olanakları konusunda yeterli denetim yetkilerine sahip olmaktır.

İzleyiciye daha çok kanal ve seçim olanağı verme anlaminda çeşitlilik: Tüketim açısından düşünüldüğünde, seçeneklerin bolluğu, iletişim hizmetlerinin kalitesini arttıracaktır. Tüketiciler için kendilerine sunulan ürün ve servis çeşitliliği, özellikle yukarıda anılan biçim ve içerik çeşitliliği büyük bir özgürlük demektir. Alıcılar için seçim yapabilme, bir yandan da toplumsal ve kültürel yaşamda var olan değişimlere ve beğenilere katılabilmek açısından görüşlerini, bilgilerini ve yaşam biçimlerini geliştirebilmelerine yardımcı olacaktır.

Bu üç ilke: "toplumda farklılığın yansıtılması", "farklı görüşlere yer verme" ve "seçenek bolluğu", birbirleriyle hem bağlantılı hem de birbirlerinden bağımsız olabilmektedir. Kitle iletişim araçları fazla çeşitliliğe geçiş izni vermeden, içerik olarak toplumu yansıtıyor olabilir. Öte yandan farklı kesimlere geçiş izni verilmekle birlikte toplumdaki tüm çeşitliliklere yer verilmiyor da olabilir. Pek çok kanala giriş izni olmadan, farklı toplumsal gerçeklere yaklaşmadan da tüketici seçimi pekâla var olabilir. Tüketicilerin ortalama kültürel beğenisi tatmin ediliyor olabilir. Bu olasılıklar düşünülerek, çeşitlilik çok yönlü olarak ele alınmalıdır.

Çeşitliliği daha yakından incelemek için yansıtma, geçiş izni ve seçim yapma üçlüsünün altında yatan kavramsal farklılıklara bakmak gerekir. Hem yapı, hem de uygulama açısından bu kavramların hangi düzeylerde yer aldığını görebilmeliyiz.

*Dışsal Çeşitlilik*

Çoğulcu kitle iletişim araçlarının yapısındaki "dışsallık" ilkesi, geçiş izni düşüncesine bağlı olarak toplumda var olan tüm siyasal, toplumsal ve kültürel farklılıkların dengeli bir dağılımla

ayrı ve özerk kitle iletişim kanallarında karşılığını bulması demektir. Bu kanalların her biri öncelikle kendi gruplarının çıkarlarına seslenebilmelidirler. Birbirinden önemli bir farklılık gösteren kanalların kendi içlerinde içerik ve izleyici kitle açısından tutarlı bir homojenliğe sahip olması gerekmektedir. Kuramsal olarak farklılaşmış bir toplumda her bir "sesin" kendi kanalı olabilmeli ve kendi izleyicileri tarafından izlenebilmelidir.

Uygulamada bu eşitlikçi ayrılıklara dayanan bir kitle iletişim sistemine rastlamak pek olası değil. Ancak keskin farklılıklara konu olan siyasal görüşlerin bir arada yaşadığı bazı demokratik ülkeler bu uygulamanın örneğini sergileyebiliyorlar. Örneğin Hollanda'da yayıncılık başlangıçta bu çeşitlilik ilkesine göre kurulmuştur ve bugün hâlâ büyük ölçüde "dışsal çeşitliliği" korumaktadır. Televizyon ve radyo yayın saatleri belli kuruluşlar arasında paylaşılmıştır ve her biri öncelikle kendi üyelerine yönelik yayın yapmaktadır. İsveç basını da geleneksel olarak dışsal çeşitlilik çizgisine göre yapılandırılmıştır ve bölgelere göre yarışma içinde olan sağ ve sol görüşler vardır.

Bu tür dışsal çeşitlilik içindeki kitle iletişim sistemleri genellikle toplumsal çatışma veya ayrılıkların olduğu koşullardan kaynaklanır ama bu koşullar değişse bile, kitle iletişim sistemi tümüyle ortadan kalkmaz. Yeni teknolojik olanakların sonucu olarak televizyon kanallarının sayısında artış oldukça, azınlıktaki izleyici ilgilerine yönelik belirli özel ilgi kanalları biçiminde dışsal çeşitlilikle karşılaşabiliriz. Ancak yayınlarda siyasal çeşitliliğin var olabilmesi için kuşkusuz belirli toplumsal ve siyasal koşulların varlığı gereklidir. Teknolojik olanaklardan yararlanarak gerçekleştirilen tecimsel amaçlı yayılmacı yayıncılığın siyasal çeşitliliği sağlaması pek beklenmeyen bir durumdur.

Basında dışsal çeşitlilik azalmakla birlikte bazı kitle iletişim sektörleri siyasal olmayan bazı boyutlara yönelerek dışsal çeşit-

liliklerini arttırmaktadır. Örneğin dergicilikte farklı okuyucu gruplarının tüketimine sunulan, içerik ve imaj olarak uzmanlaşmış yayıncılık anlayışı egemen olmuştur. Coğrafi farklılığa dayalı yayıncılık da, toplumsal homojenleşmeye direnen bir dışsal çeşitliliktir. Farklı kitle iletişim araçları, coğrafik ve toplumsal alan değişikliklerine göre (komşuluk, kent, bölge ve ulus olarak) izleyici ve reklamcıya seslenmeye çalışır. Böylece dışsal çeşitlilik, bireysel bir kanalın değil, bir kitle iletişim sisteminin koşulu durumundadır.

*İçsel Çeşitlilik*

İçsel çeşitlilik bir sistemin, bir sektörün ya da tek bir kanalın, geniş, heterojen bir izleyici kitlesine aynı kanal/kanallarda farklı içerikleri ve görüş açılarını sunması anlamında kullanılan bir kavramdır. Bu, yukarıda değinilen "yansıtma" ilkesine yakın olmakla birlikte tam olarak aynı şey değildir. Az sayıda gazete ve televizyon kanalının ülkenin tümüne yönelik yayın yapması durumunda, çoğulcu toplumlarda bu tür uygulamalara rastlanır. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi kent bölgelerine bir-iki gazete ve birkaç yayın istasyonunun hizmet verdiği sistemlerde de heterojenlik ilkesi geçerlidir.

Kitle iletişim araçlarının içsel çeşitliliği genellikle profesyonel gazetecilik anlayışıyla, dengeli ve objektif haber biçemine bağlılık gösterir. İster özel, ister kamu yayıncılığında olsun, yatay veya dikey tekelleşmeye yatkın olan bu durum, izleyici-tüketiciden çok reklam verene bağımlı durumdadır.

Düzenlenmiş yayın sistemleri genellikle belli bir içsel çeşitlilik sağlamaya yöneliktir. Kanalların sınırlı sayıda olması, çeşitliliğin ve dengenin sağlanması için lisans verme yoluyla kamunun yararının gözetilmesini gerektirmektedir.

"Orantılı yansıtma ve geçiş iznine" karşı "eşitliğe dayalı yansıtma ve geçiş izni": Burada tartışma konusu olan çeşitlilik, bir yandan kitle iletişim araçlarındaki kaynak, kanal, mesaj ve izleyici çeşitliliği, bir yandan da toplumda geçerli olan siyasal, coğrafik, sosyo-kültürel farklılıklardır. Kitle iletişim araçlarının yapısındaki (kanallardaki) ve içerikteki (uygulamada ortaya çıkan sonuç olarak) çeşitlilik iki standart içinde ele alınabilir: bir, her bir farklılığın temsil edilmesinde ve geçiş izni verilmesinde eşitlik; iki, dağılımın orantı gözetilerek gerçekleştirilmesi.

*Geçiş Eşitliği*

Eşitlik ilkesine göre ideal çeşitlilik biçimi geçerli tüm aday grupların ve çıkarların, kitle iletişim kanallarında eşit bir yere sahip olması, kitle iletişim araçlarından aynı ilgiyi görebilmesidir. Zaman ve yer açısından mutlak eşitlik ilkesi biraz fazla aşırı bir istek, gerçekleşmesi olanaksız bir durum olmakla birlikte, sınırlı sayıda "aday sesleri"nin bulunduğu durumlarda kitle iletişim araçları karşısında yasal olarak eşitlikten söz edilebilmektedir. İki lisan konuşulan Belçika ve Kanada'da farklı lisan topluluklarının kendi basın ve yayın sistemleri vardır. Siyasal ve tecimsel güçler de bu durumu desteklemektedirler.

Eşitlik ilkesi çoğu zaman kamu yönetimi gerekçeleriyle seçim zamanlarında farklı siyasal partilere yayın kanallarında eşit yer ve zaman verilmesi biçiminde görülmektedir. Bazen kadınların kitle iletişim araçlarında yer almalarında da bu eşitlik ilkesi söz konusu edilmektedir. Aslında tüm vatandaşların kitle iletişim araçları karşısında eşit kabul görmeleri ideal eşitlik durumudur. Hizmette evrensellik ilkesi de yine eşitlik düşüncesinden kaynaklanmaktadır.

Eşitlik çoğu zaman (örneğin cinsel farklılıklarda olduğu gibi) orantı olarak ele alınır. Bazen de orantılı olma halinin gerçekleş-

mesindeki eşitlikten söz edilir. Bazı durumlarda katı sayısal orantı koşulu, toplumda bulunan küçük azınlıkların yeterli sayıya ulaşamadıkları için göz ardı edilmelerine neden olur.

## *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.[49] 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 Marksist 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 karşılaşılmıştır. Frankfurt Okulu üyeleri kitle kültürünün totaliteryen devlet anlayışının egemenliği altında olduğu görüşündedirler. A-

49. Janet Woollacott, "Messages and Meanings", *Culture, Society and the Media*, Der. M. Gurevitch, vd., Routledge, Londra, 1990, ss. 91-111

dorno 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.

1980'lerden başlayarak, kitle iletişim araçlarının mesajlarının biçimsel göstergebilimsel 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 Grubu'nun yaptığı gibi haber değerlerinin belirlenebilmesinde de başarılı bir biçimde kullanılmaktadır.

Göstergebilimsel-yapısalcı çalışmaların bu sayısal içerik çözümlemesi tekniğine karşı çıktığı söylenebilir. Aralarındaki en ö-

nemli fark, yapısalcılığın ve göstergebilimsel çalışmaların yalnızca bir yöntemden ibaret olmayıp bir felsefe, bir kuram olma iddiasında bulunmasıdır. İçerik analizi sayısal verilerle ve bu verilerdeki sıklık özelliklerine önem verirken, göstergebilimsel çözümlemeler sıklık özelliği yerine ayrıksı/aykırı durarı 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 göstergebilimsel çözümleme filmdeki şiddet ile ilgileniyorsa bunu bir söylem olarak görür ve şiddeti bir iletişim biçimi olarak ele alır, şiddetin kendisine değil kullanım biçimine bakılır. (Öte yandan, örn. Hannah Arendt şiddet üzerine yazarken, tarihsel gelişim süreci içinde şiddetin toplumsal ve siyasal güç gösterme biçimleri ile felsefi boyutta ilgilenir) Öyleyse yapısalcılıkta önemli olan nedensellik değil, belirleyiciler değil, ilişkilerdir.

Barthes, kültürel ürünler üzerindeki göstergebilimsel çalışmaların asıl amacının içsel ilişkilerdeki örtük olanı ortaya çıkarmak olduğunu söyler. Barthes'a göre dilbilimin alt dalı olan göstergebilim, 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 öğenin 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 gerekir. Kodlama ve kod çözme farklılığı bu iki kutupluluğun vurgulanmasını gerektirir.

Metnin içsel ilişkileri vurgulanırken, 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, göstergebilimsel çözümlemede gerçek dünya (metnin dışındaki dünya) göz ardı edilirken, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki arandığı için ister istemez gerçeklikle de uğraşılmış olunuyor. 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 Marksist çalışma ol-

duğunu 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 nötrleştirmektedir.

Kevin Robins ise görsellikle ilişkilerimizi incelediği İmaj kitabında; fotoğrafın dünyayla bir ilişki kurma yolu sağladığını ve bu ilişkinin yalnızca bilişsel değil, estetik, ahlâki ve politik boyutları olduğunu söylemektedir[50]. İdrak etme kapasitelerimize bağlı olarak yaşadığımız bu duygulanmalar, imajları yaratıcı, ahlâki ve politik hedeflere dönüştürebilir. Robins'e göre dijital teknolojilerin kullanıldığı fotoğraf-sonrası kültürün yeni gündeminde böylesi duygulanmaların ve ilgilenmelerin pek yeri yoktur. Fotoğrafın bu şekilde kullanılması, fotoğrafın görsel dünyayı oluşturmasındaki çıkmazları ortaya çıkarmaya çalışanlar için artık pek de anlam taşımamaktadır.

Dünyanın görünümlerini sunan fotoğrafik belgeler, bu görüntülerin bilişsel olarak idrak edilmesiyle ilgiliydi. Pozitivistlere göre dünyayla, dünyanın doğası ve içeriğiyle ilgili "doğruları" anlamada fotoğraf ayrıcalıklı bir araç demekti. Dünyayla ilgili görsel bilgiler hiç kuşkusuz, uygulamada dünyayı kullanma ve

50. Kevin Robins, *İmaj, Görmenin Kültür ve Politikası*, Çev. Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999.

dünyadan yararlanma projesiyle de yakından bağlantılıydı. Bu açıdan fotoğraf makinesi iktidar ve denetim aracıydı.

Fotoğrafın kültürel, tesadüfi ve değersiz şeylerle kendiliğinden ve hoşa giden bir yakınlığı olduğunu aklımızdan çıkarmadan, fotoğrafik doğruluk arayışını bu rasyonalist program bağlamında ele alabiliriz.

Büyüyen Fotoğraf, Küçülen Sosyoloji adlı çalışmasında Serkan Dora, fotoğraf makinesinin icat edilişi ile sosyolojinin (pozitivist felsefenin) ortaya çıkışının tarihsel olarak aynı döneme gelişine dikkat çekerek, denetlenebilir bilginin kaydedilmesi arayışlarının serüvenini inceler[51]. Bu çalışmanın da gösterdiği gibi; makro bir bilim olma iddiasıyla ortaya çıkan sosyolojinin mikro alanlara bölünmesine karşın, fotoğraf, bireysel kartvizit fotoğrafçılığından devasa tüketim görüntülerine hizmet eden bir araca dönüşmüştür.

"Bütün fotoğraflar *memento mori*'dir" (ölüm anı) der Susan Sontag. "Fotoğraf çekmek, başka insanların (veya şeylerin) ölümlülüğüne, çaresizliğine, değişebilirliğine katılmaktır."

Fotoğraf, film ve televizyonun gerçekliğin aynası olma sorunsalını yapısalcı bir yaklaşımla inceleyen İngiliz sinema dergisi Screen; Gerçekçilik anlayışını çözümlerken 19. yüzyıl gerçekçi romanın özelliklerinden yola çıkmış, bu dönem romancılığındaki gerçeklik ile klasik Hollywood filmlerindeki ortak özelliklerini şöyle özetlemiştir; 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 du-

51. Serkan Dora, *Büyüyen Fotoğraf, Küçülen Sosyoloji*, Babil Yay., İstanbul, 2003.

rum 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 Marksist 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 kuramının geçersizlik tartışmalarına konu olmasına yol açmıştır.

## *KODLAMA VE KOD AÇIMLAMA*

Stuart Hall aşağıda tanıtmaya çalışacağımız makalesinde göstergebilimsel yaklaşımın ideolojiden bağımsız işleyemeyeceğini ileri sürer[52]. Geleneksel kitle iletişim araştırmaları mesajın değiş-tokuşunda yoğunlaşarak, verici-mesaj-alıcı arasındaki ilişkiyi doğrusal süreç olarak görür. Oysa kitle iletişiminin belirli bir e-

52. Stuart Hall, "Encoding/Decoding", *Culture, Media, Language, S.Hall*, vd. Der., Centre For Contemporary Cultural Studies, Londra, 1990, ss. 128-138.

gemenliğe 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 görünümün farklı biçimlerde olduğunu vurgulayan Hall, Marx'm meta üretimi şemasını kitle iletişimine uyarlamaktadır.

Geçişli üretim biçimi ile anlamlar ve mesajlar sintagmatic (farklı paradigmalara/dizilere ait birimlerin bir araya getirilerek oluşturduğu dizin) 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 genişlemesi 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 oluşumunda; bilgi çerçevesi, üretim ilişkileri ve teknik altyapı, kodlama sırasında 1. anlam yapısı tarafından belirlenirken, kodaçımlama sırasında yine bilgi çerçevesi, üretim ilişkileri ve teknik altyapıdan oluşan 2. anlam yapısı tarafından karşılanır.

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.

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 sunulması ve algılanması, 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 açıkta görünen anlam (denotation) ve örtük anlam (connotation) 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. Çoğul anlamlılık (polysemy) ile çoğulculuk (pluralism) aynı şey değildir. Belirli bir güç yapısı / hiyerarşi ile düzenlenmiş tercihli anlamlar vardır. Bu hiyerarşi kültürel doğallık ile bezenmiş sağduyu görünümünde karşımıza çıkar. Sosyal Gerçeklik Haritası diyebileceğimiz bir tercihli okuma kalıbının varlığından söz etmeliyiz. Bu harita bilişsel donanımlarımızın rehberliğinde gezindiğimiz dışsal gerçekliğimiz ile olan ilişkimizi belirleyecektir. 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 göstergebilim, 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.

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, "önemli olan, kültürün gereksinimlerdir; metnin içsel yapısı ya da iletişimcinin gerekleri değil. TV program yapısını kültürel gereksinimler belirler" der. Görüldüğü gibi bu anlayış Marksist "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 proletaryanın 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 olduğunu" anlatır. İşte ideoloji ve gerçeklik ilişkileri, gerçekçilik sorunsalının yapısalcı bir modelle ele alınmasını kolaylaştırmıştır.

İzleyici araştırmalarında "anlama-yanlış anlama" sorunu, mesaj verici yönünden mesajın istenen biçimde algılanılmasını gerçekleştirmek üzere incelenir. Örneğin, 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.

*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.

## *POPÜLER KÜLTÜR VE KİTLE KÜLTÜRÜ*

Popüler kültürün tecimselleşme ile başladığını söyleyebiliriz. Kölelerin gladyatör olarak dövüştükleri arenaya bilet alarak giren Romalı özgür vatandaşlar da eğlenceyi para karşılığı satın alıyorlardı. 18. yüzyılda Avrupalı şairler, entelektüeller popüler kültürü ulusal bir kültür oluşturmak üzere gerekli gördükleri bir kavram olarak kullanıyorlardı. Sonradan popüler kültür yüksek ve rafine kültüre karşıt olan her şeyi adlandırmak üzere kullanılmaya başlandı.

Kitle kültürü, folk kültür ve popüler kültür terimlerini birbirlerinden ayırabilmek için "bu ürünü kim, kimin için üretiyor?" sorusunu sormamız yardımcı olur.

Kitle kültürü; iş bölümü altında, bant üretim sistemi içinde, endüstriyel olarak üretilen ürünler için kullanılır. Folk kültürü; halkın kendi kullanımı için kendisi tarafından üretilen ürünleri içerir. Popüler kültür; herkes tarafından sevilen ve kullanılan ürünleri anlatır.

İlerleyen bölümlerde kitle kültürü tartışmalarına daha geniş yer vereceğiz.

İkinci Bölüm

# *KİTLE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARININ TARİHSEL GELİŞİMİ*

# *Kitle İletişim Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi*

## *FARKLI DİSİPLİNLER, FARKLI PARADİGMALAR*

Kitle iletişim araştırmalarını sınıflandırma çalışmalarında, kitle iletişim alanının nasıl tanımlandığı belirleyici olmaktadır. Beybin Kejanlıoğlu'nun da belirttiği gibi, kitle iletişim alanının disiplinler arası bir alan oluşu, bu alanın çeşitli amaç ve gerekçelerle (sorunsuz bir bilim dalı oluşturma çabaları; ideolojik tercihlerle yönlendirmeler; iletişim eğitimi veren okullar ile medya sektörü arasındaki çekişmeler; akademik çalışmanın gündelik pratikte yarar sağlayıcı bir hizmete dönüştürülme çabaları; iletişimle ilgili çalışma yapan akademisyenlerin ait oldukları ya da diploma aldıkları psikoloji, antropoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, tarih, edebiyat, iktisat gibi disiplinlerin çokluğu ve çeşitliliği, vb.) sınırlandırma çabalarına ters düşmektedir[1].

İlk dönem araştırmalarındaki "güçlü etkiler" anlayışını izle-

1. D. Beybin Kejanlıoğlu, "Kitle İletişim Tarihyazımları Üzerine: Bir Alanın Tanımlanması", *Medya Ve Kültür*, 3-5 Mayıs 2000, Birinci Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, Ankara.

yen II. Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında yapılan, kitle iletişiminin sanıldığı kadar etkili olmadığını ileri süren araştırmalar da davranışçı, işlevselci, liberal-çoğulcu olarak değerlendirilmekte ve 'başat ya da hakim/dominant paradigma' olarak anılmaktadır[2].

Kısa vadeli ve uzun vadeli etkiler de McQuail tarafından, aynı paradigmaya dahil edilip "başat/dominant paradigma" olarak adlandırılır ve etki araştırmalarına karşı Frankfurt Okulu'nun "eleştirel kuramı", Hall'un kodlama ve kodaçımlamaya eklemlediği ideoloji perspektifi, Kültürel Çalışmalar, teknolojik determinizme karşı ekonomi-politik eleştirileri, "alternatif paradigma" arayışı içinde değerlendirilir.

Liberal dünya görüşünün belirlediği *dominant paradigmaya* göre; liberal/çoğulcu toplum ideali esastır. Çoğulcu/liberal toplum değerlerini korumak üzere medya işlevsel olarak kullanılır. Toplumsal değerlerin denetimi söz konusu olduğu için doğrusal/çizgisel mesaj akışı onaylanır. Medyanın etkileriyle ilgili olarak grup ilişkileri öne çıkartılır ve kantitatif araştırma yöntemleriyle bu etkiler ölçülür.

*Alternatif paradigma* ise öncelikle toplumsal değerleri sorgulayarak işe başlar ve liberal/çoğulcu toplum idealini mutlak hedef olarak kabul etmez. Doğrusal mesaj aktarımına karşı çıkar. Teknolojinin ve mesajların belirlenimci (deterministik) kullanımına karşıdır. Kültürel farklılıkların önemsenmesi ve bu farklılıkların ortaya çıkartılması için disiplinlerarası bir metodoloji arayışındadır. Eleştirel kültür teorileriyle, toplumsal eşitsizlikler incelenir.

Bu bölümde kitle iletişimiyle ilgili yapılan araştırmaları tarihsel bir sırayla gözden geçirirken; araştırmalar ve kuramların ya-

2. Kejanlıoğlu, a.g.e. ve Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, An Introduction, Sage Publications, Londra, 1994, ss. 41-48.

şanan dönemle ilişkili özelliklerini sergilemeye çalışacağız. Böylece; *Güçlü etkiler* (şırınga etkisi; hypodermic needle) kuramının 1920'lerde Amerikan Reklamcılar Birliği'nin "insan kendi kendisini nasıl göründüğüne bakarak değerlendirir" sonuçlu araştırmalarına; Göçmenlerin topluma uyum sağlamaları için İngilizce dil kurslarına çağrıların; 1930 Özel Payne Vakfı, D. W. Griffith'in ırkçı "Bir Ulusun Doğuşu" filmi (1915) ve Ku Klux Klan'lar, zencilerin linç edilmesinin ardından Amerikan Davranışçı ekolü kendisine çok iyi bir malzeme bulmuş olmasına; Medya > Mesaj > Kitle >Davranış çizelgesinin; çocukların, gençlerin eğitiminde medyadan yararlanılabilir olduğu düşüncesine; "Kitle İletişim Araçlarına kamuoyu oluşturma işlevi üstlenmelidir" anlayışının; W. Lippmann'm Kamuoyu "dışımızdaki dünya ile kafalarımızın içindeki görünümlerin sonucudur" görüşüne dayanmasına; "Kim, kime, neyi, nerede, nasıl söylüyor?" sorularının gazetecilik kuralları olarak gelişmesine değineceğiz.

*Sınırlı Etkiler* döneminin, 1940'larda, II. Dünya Savaşı ortamında, ABD Ordu Enformasyon Dairesinin faaliyetlerine, Tek Yanlı Sunum-İki Yanlı Sunum, Seçici Algılama, Pekiştirici Etkiler, İki Aşamalı Akış, Kanaat Önderleri, Kaçış, Boomerang Etkileri, Bilişsel Çelişki, Stanley Milgram'ın "Otoriteye Uyma"yı araştırdığı elektro-şok deneyi gibi deneysel çalışmalara dayanmasının rastlantı olmadığını vurgulayacağız*.

Yine, *Medya Sistemleri ve Gündem Düzenleme* kuramlarının 1960'ların sonunda "medya insanların ne düşüneceğini değil, ne hakkında düşüneceğini belirler" saptamasının liberal yaklaşımın sistem kuramlarıyla beraberliğine, eşik bekçileri, enformasyon bombardımanı gibi medyanın kuşatıcılığım kabul eden bir dönemin ürünü olduğunu göreceğiz.

Günümüzde globalleşme savunucularının referans gösterdiği

* Bu konuda ayrıntılı bilgi için Bkn. İşen ve Batmaz, 2002.

*Teknolojik Belirleyicilik* savlarının sözcüsü olan McLuhan'ın yalnız olmadığını; "belirleyici olan araçtır, araç mesajdır", savlarının, modernizasyon sürecinde KİA'dan yararlanmayı öngören UNESCO'lu bilimadamları tarafından desteklenmesini; küresel köy, deve üstünde transistörlü radyosuyla mutlu olan bedevi, Vak Vak Amca'yı sinema perdesini taşlayan Kongo'lu askerler gibi çarpıcı örneklerle çelişkili durumların ilginç bir anını yakalayan teknolojik deterministlerin, sistemi tüm olarak anlamada neden yanılgıya düştüklerini sorgulayacağız.

*Kullanım ve Doyum*

"Kitle iletişimine katılanlar gereksinimleriyle yönlendirilir" savındaki liberal yaklaşımın; "beğenenler izler, beğenmeyenler düğmeyi kapatır" yani "onlar istiyorlar, biz veriyoruz" rahatlığının günümüzde neden geçerli bir sav olmadığını anlamaya çalışacağız.

Kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkilerinin incelenmesinin zorluğu, insanın kendisinin bilincine varamadığı yabancılaştırıcı öğeleri incelemek için kendisine başvurulmasından kaynaklanan yanıltıcı sonuçlar doğurmaya hazırdır. Bu alanda geliştirilen araştırma yöntemlerinin, her toplum için özel nitelikler taşıdığını akılda tutarak, araştırmacının incelenen topluluğun belirli ipuçlarını yakalamak için geliştirdiği model ile güdümlü bir araştırma zorunlu hale gelmektedir. Örneğin, televizyonun toplumsal değişim içindeki yeri konusunda Türkiye'de ve Dünya'da yapılan çalışmalar, televizyonun insanları mucize denecek ölçüde etkilediği ya da hiç etkilemediği savlarıyla geniş bir yelpaze içinde ele alınmaktadır. Televizyonla hemen her gün yüz yüze olan insanların bu araçtan etkilenmemeleri olanaksız. Ancak etkilenmenin nasıl ve ne yönde olduğunu kanıtlamak için kolay çözümlerden kaçınmak gerekiyor.

Televizyon yayınlarının sunduğu mesajların uyarı ve etki alanı her bir programın kendi içinde ya da bir başka program aracılığıyla organize bir algılama çerçevesinde kalmaktadır. Kişi izlediği programı değerlendirirken ister istemez kendi yaşam koşullarının farklılığını da göz önüne alır. Televizyonda sunulan mesajların tek tek özendirici öğeler barındırsalar da izleyicide birdenbire düşünce ve eylem değişikliğine yol açabileceğini ileri sürmek, Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan onca laboratuar çalışmasına karşın olanaksız görünüyor. Uzun izleme döneminde; TV yayınlarının kendi dinamiği gereği gelip geçici, hareketli görüntülerden oluşması, değişiklikleri "izlemeyi" bir alışkanlık, bir rutin süreç haline getirebilir. Bu alışkanlığın yeniliklere karşı kayıtsız kalma, hoşgörülü tavır alma, uygun ortam sağlandığında yeniliklere aktif olarak katılma ya da uygun ortamı bizzat yaratmaya çalışma aşamalarından hangisine zemin hazırlayacağı sorunu, kitle iletişim araçlarının tek başına bağımsız değişken olarak ele alınamayacağı bir toplumsal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Burada öncelikle kitle iletişim araştırmalarını tarihsel gelişimi içinde verdik. Modernizasyon sürecinde kitle iletişim araçlarının teknolojik olanaklarından yararlanma sorunlarını, azgelişmiş ülkelerde yapılan incelemeler ve Batı kültürlerinde televizyonun kullanımı çerçevesinde ele aldık. Bu bölümde Alman, Amerikan, İngiliz ve Finli kuramcı ve araştırmacıların görüş ve çalışmalarından yararlandık.

## *İLK TANIMLAMA ÇABALARI*

İnsanlar arası iletişimin doğasını anlamaya çalışan ilk çalışmalar psikolojik incelemelerden yararlanmıştır. Elimizde bulunan ilk inceleme 1909 yılına ait. Charles H. Cooley bireysel iletişimin o-

luşumunu incelerken, iletişimin toplumsal önemini de kavrayarak iletişimin insan ilişkilerinin var olup gelişme mekanizması olarak içerdiği öğelere dikkat çekmiştir. İletişimin yüz ifadesi, davranış ve mimikler, sözcükler, basın, demiryolları, telgraf, telefon ve uzay ve zamanın fethedilmesindeki son ürüne kadar her şeyi içine aldığını söyleyen Cooley;

> İlişki kurduğumuz yüzler ve görüşmelerimiz; kitaplar, mektuplar, yolculuk, sanat ve benzerleri, düşünce ve duyguyu uyandırıp belli kanallara yönlendirerek gelişmemiz için gerekli uyarıcıyı ve çatıyı oluşturur... Aynı şekilde geniş bir bakış açısıyla sosyal grup yaşantısını göz önüne alırsak iletişimin, edebiyat, sanat ve kurumlardaki düzenleme ile birlikte gerçekte düşüncenin dışı ya da görülebilir yapısı olduğu kadar, insan yaşamının iç ya da kendine özgülüğünün de yansıması olduğunu görürüz. Hepsi bir gelişmedir. Beyinin tasarladığı ve alınan tepkilere göre çıkış anında ve sonrasında kontrol edilen simgeler, gelenekler ve kurumlar; uyarmak, gelişmek ve uyandırıcı iletilerin gelmediği yerlere, diğerleri yerine belli düşünceleri kurgulamak.[3]

diyerek, iletişim sisteminin toplumsal gelişmede bir araç durumunda olduğunu vurgulamıştır. Ona göre iletişim sistemi, gelişmesi insanoğlunu etkileyen, her bireyin ve kurumun yaşamını değiştiren ve gün geçtikçe ilerleyen bir yeniliktir. Modern Çağ'da iletişimdeki yeniliklerin yarattığı yeni olanakları kavrayamazsak, hiç bir şeyi doğru kavrayamayacağımıza inanan Cooley, kendi çalışmalarında iletişimin bireysel psikoloji alanıyla sınırlı kalmıştır.

---

3. Charles Cooley, "The Significance of Communication", Bernard Berelson, Morris Janowitz (der.), Reader in Public Opinion and Communication, The Free Press, New York, 1966, ss. 148-149. İlk basımı C. Cooley, Social Organization, 1909.

1920 ve 1930'larda gazete ve dergilerin tarihsel analizleri, kitle iletişim araçlarının mesajlarının tanınmasıyla ilgili çalışmalar yapılırken, toplumbilimcilerin toplumu ve toplumsal değişimi tanımlama çabalarında iletişim süreci konusunda kuramsal çalışmalara giriştikleri görülmektedir. Bu toplumbilimcilerden biri olan Edward Sapir, 1931 yılında hazırladığı makalesinde toplumun statik bir yapısı olmadığını, bireyler arası, gruplar arası ve toplumlararası iletişimin toplumu biçimlendirmede önemli bir rol üstlendiğini vurgulamaktadır[4]. Oldukça iyimser bir yaklaşımla Sapir, iletişimdeki gelişmeler yoluyla tüm dünya insanları arasında bir ortaklık, eşitlik sağlanabileceğini de öne sürmektedir[5].

İletişimin yalnızca birey psikolojisi terimleri olan uyarı ve tepkinin bir yönü olarak değil, kişiler arası ve toplumlararası bir olay olarak ele alınması gerektiğini savunan Robert Park ise, 1939 yılındaki yazısında iletişimin kültürel işlemleri üzerinde durmaktadır. Park'a göre iletişim, toplumu oluşturan bireyler arasında "bütünüyle toplumsal olmayan ama kültürel birim karakteri veren bir toplumsal uzlaşma ve anlaşmayı yaratır" ya da olanaklı kılar, toplum içinde çeşitli yollarla bir uyum oluşturur[6]. Her toplumsal biçimin kuşaktan kuşağa iletişim yoluyla aktarılan yaşam öyküsü ve geleneğinin toplumsal kurumlaşmaları oluşturduğunu söyleyen Park, iletişimle işlevsel açıdan ilgilenmiştir.

4. Edward Sapir, "Communication", Berelson, Janowitz (der.) a.g.e., ss. 162-166. İlk basımı: E. Sapir, Encyclopedia of the Social Sciences, 1931, Vol.IV, ss. 78-80.
5. y.a.g.e., s. 166.
6. Robert E. Park, "Reflections on Communication and Culture", Berelson, Janowitz(der.) a.g.e., ss. 167-177. İlk basımı The American Journal of Sociology, yol. XLIV, 1939, ss. 191-205.

## *GÜÇLÜ ETKİLER*

1930'ların sonuna kadar süren araştırmalarda, iletişim araçları görüş ve inançları biçimlendiren, yaşam alışkanlıklarını değiştirebilen, davranışların yönlendirilmesinde etkin olan, hatta siyasal sistemleri belirleyen önemli bir güç olarak değerlendirilmekteydi. Bu görüşler bilimsel araştırmalardan çok, basın, sinema ve radyonun toplumun geniş kesimlerinde izleyicilerin ilgisini çekmesinin ampirik gözlemlenişine dayanmaktaydı[7]. İletişim araçlarının bu denli güçlü olduğu varsayımı; reklamcılar, I. Dünya Savaşı'nda hükümet propaganda görevlileri, gazete sahipleri arasında destek bulmuştu. Kamuoyunun istenen biçimde oluşturulabileceğine olan inanç, Walter Lippmann'ın 1922'de yayınlanan Public Opinion kitabından da etkilenmişti. Lippmann bu kitapta dışımızdaki dünya ve kafamızın içindeki görünümlerin ilişkisini anlatmaktadır[8]. Politik bir sorun olarak uğraştığımız dünya "ulaşılmaz, görünmez ve akıldışıdır". Her birey ulaşamadığı dünyanın "güvenilir bir görünümünü" kafasının içinde oluşturur. Vatandaşların kafalarındaki bu görünümler birleşerek kamuoyunu yaratır. "Parçalanmış, bozulmaya uğramış, ön kavramlara ve önyargılara konu olmuş görünümler" kişilerin dış dünya ile ilişkilerine yol gösterir[9].

Kitle iletişiminin doğrusal bir süreç olarak işlediğini ileri sürenler arasında klasik olarak kabul edilen "kim, kime, neyi, nerede, nasıl söylüyor" (who, says what, in which channel, to whom, with what effect) sorularını ortaya atan Harold D. Lasswell ise iletişimin işlevlerini üç bölümde inceliyordu:

---

7. Denis McQuail, "Kitle İletişim Araçlarının Etkileri", Korkmaz Alemdar, Raşit Kaya (der.), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Savaş Yay., Ankara, 1983, s. 48.
8. Walter Lippmann, Public Opinion, Macmillan Co., 1922, s. 90.
9. Lippmann, a.g.e., s. 96.

1. Çevrenin canlılığını sürdürmek; haber ve bilgileri toplayıp dağıtmak,
2. Toplumun çevreye katılan kısımları arasında bağlantı sağlamak; bilgilerin yorumlanıp tepki yaratması,
3. Toplumsal mirasın bir kuşaktan diğerine aktarılmasını sağlamak.[10]

Lasswell propagandanın geçerlik sağlaması için de, belirli simgelerin işlenmesiyle kollektif tavırların oluşturulması gerektiğini öneriyordu[11].

Sinema filmlerinin üstü örtük bir dünya görüşü içerdiğinin ayrımına varılmasıyla (özellikle Griffith'in 1915'te gösterilen "Bir Ulusun Doğuşu" filmindeki zenci ve kuzeyli karşıtı kalıplar), bu aracın yalnızca boş vakit geçirici bir eğlence aracı olmadığı gerçeği ABD'de endişe yarattı. Lippmann' in (1922) Public Opinion kitabında "basmakalıp yargılar" bölümünde incelediği film analizlerinden çok sonra, 1933 yılında özel Payne Vakfı "Motion Picture Research Center" 16 toplumbilimci ve psikoloğa bir dizi araştırma yapılması için fon ayırdı[12]. Bu çalışmalardan biri olan "Motion Pictures and Youth", W. W. Charters'in ergenlik çağındaki çocukların eğitiminde sinemadan büyük ölçüde yararlanılabileceği uyarısını veriyordu[13]. Çocukların ve gençlerin

10. Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society", Berelson, Janowitz (der.) a.g.e., s. 179.
11. Lasswell, "The Theory of Political Propaganda", The American Political Science Review, Vol. 21., 1927, s.627'den aktaran George Gerbner, "Mass Media and Human Communication Theory", Denis McQuail (der.), Sociology of Mass Communications, Suffolk, 1979, s. 42.
12. Franklin Fearing, "Influence of the Movies on Attitudes and Behaviour", McQuail (der.) a.g.e., s. 123. İlk basımı:Annals of the American Academy of Political and Social Science, no.254, 1947, ss. 70-79.
13. W. W. Charters, "Motion Pictures and Youth", Berelson, Janowitz (der.) a.g.e., ss. 381-390. İlk basımı Charters, Motion Pictures and Youth, Macmillan Co., 1933.

sinemadan nasıl etkilendiklerini bulmaya yönelik olan bu çalışmalar, çeşitli davranış ölçme yöntemlerini de ilk kez kullanmaktaydı; belirli bir olaydan önce ve sonra davranış değişikliğini gözleme, öğrenme süreci gibi psikolojik ölçeklerdi bunlar.

## *DENEYSEL ÇALIŞMALAR VE SINIRLI ETKİLER*

Kitle iletişiminin güçlü etkiler modeli için deneysel kanıtlama çalışmaları 1940'ların sonunda Hovland ve arkadaşları, 1950'lerin başında ABD Ordu Enformasyon ve Eğitim Bölümü, daha sonra da Yale Üniversitesi'nin Tavır Değişikliği Merkezi (Attitude Change Center) tarafından yapıldı. Bu çalışmalar aslında Amerikan ordusunun II. Dünya Savaşı'nda karşılaştığı sorunlara çözüm getirmek amacındaydı. İkna edici filmlerin askerler üzerindeki etkisini değerlendirmek, ev kadınlarının ailelerindeki yemek alışkanlıklarını değiştirmek, bomba atmakla görevli bölüklerin tavırlarını ölçmek ve yeni askeri bölüklere moral sağlamak gibi amaçlardı bunlar. Hovland ve arkadaşları tavır değişikliğine yol açacak iletici, iletiler ve izleyicilerin özellikleri ile ilgili deneyler yaptılar. 1949'da tamamlanan bir inceleme olan "Tartışmalı Bir Konuda Kanaat Değiştiriminde Tek Yanlı Sunuma Karşı İki Yanlı Sunumun Etkisi", 1945'te ordudaki personelin ve erlerin savaşın sona ereceği yolundaki iyimserliğe kapılması ve dövüşme güç ve isteğini yitirmeye başlaması sorunu üzerinde durulmaktadır[14]. Bu incelemede askerlere Nazizmin tam olarak

14. Carl I. Hovland, Arthur A. Lumsdaine, Fred D. Sheffield, "Tartışmalı Bir Konuda Kanaat Değiştiriminde Tek Yanlı Sunuma Karşı İki Yanlı Sunumun Etkisi", Ünsal Oskay (der.) Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, Sevinç Mat., İkinci Baskı, Ankara, 1973, ss. 211-234. İlk basımı C. I. Hovland ve diğerleri, Experiments on Mass Communication, Princeton University Press, 1949.

yenik düşürülmesi için daha yapılacak çok işler olduğunu en etkin biçimde anlatılanın yolları olarak "tek yanlı" ve "iki yanlı" sunum yolları denenmiştir. Birinci yol sorunun yalnızca iyimser ve kolay yanlarını ele alırken, ikinci yol sorunun iyi ve kolay yanlarının yanı sıra karamsar ve zor yanlarını da dile getirmiştir.

İncelemede elde edilen bulgulara göre, iletişimde bulunan "bildirimci" nin savunduğu görüşe baştan karşı olanlar "iki yanlı sunum"a dayanan bir eğitim ve propagandadan daha rahat ve büyük ölçüde etkilenmektedirler.

## *"SEÇİCİ ALGILAMA", "PEKİŞTİRİCİ ETKİLER" VE "İKİ AŞAMALI AKIŞ"*

1940 ve 1948 Başkanlık seçimlerini konu alan, Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet'nin incelemeleri kitle iletişim araçlarının sınırlı veya pekiştirici etkileri modelinin temeli olmuştur. Lazarsfeld ve arkadaşları seçim kampanyaları sırasında kitle iletişim araçlarının seçmenler üzerinde doğrudan etkisinin çok az olduğunu bulmuşlardı. Etkilenme daha çok var olan kanıların pekiştirilmesi ve çok az olan değişme ise kitle iletişim araçlarından değil, kişisel iletişim kaynaklarından (kanaat önderlerinden) etkilenme biçiminde olmuştur[15]. Sınırlı etkiler modeline göre kitle iletişim araçları var olan tavır ve davranışları pekiştiriyordu; çünkü izleyiciler seçici dikkat, seçici algılama ve seçici anımsama gibi çeşitli savunma stratejileri kullanarak kendilerini çatışmacı mesajlardan koruyorlardı. Lazarsfeld'in "iki aşamalı akış" kavramı bir toplumda kitle iletişim araçlarının hedef aldığı bireyleri doğrudan değil, bu bireylerin üyesi bulundukları gruplardaki "kanaat önderleri" yoluyla etkilediğini anlatmaktadır.

15. Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, "Time of Final Decision", Berelson, Janowitz (der.), ss. 110-117. İlk basımı *The People's Choice*, 1944.

Kamuoyunun oluşumu sırasında kitle iletişim araçlarının yerini araştıran Herbert Blumer da, Lazarsfeld'in bulgularını desteklemiş, kitle iletişim araçlarının toplumsal tartışma ortamı yaratmak yerine, var olan ortak kanıları pekiştirdiğini ileri sürmüştür.[16]

Hovland ve arkadaşları ise kitle iletişimi etkilerinin zaman içindeki boyutu ve kitle içindeki bireylerin kişisel algılama özellikleri ile ilgilenmişler; ortaya çıkabilecek etkilenmelerin zamanla kaybolma eğiliminde olduğunu bulmuşlardır.[17]

Sonradan kitle kültürü üzerinde çalışmalarını yoğunlaştıran Shils ve Janowitz, yine II. Dünya Savaşı sırasında propagandanın etkinliği konusunda, Alman askerlerin yabancı propaganda yayınlarına gösterdikleri tepkiyi incelemişlerdir. Nazi ideolojisinin yanlışlığı yolundaki mesajların, birincil grup dayanışmasının katı engelleri ile karşılaştığı sonucuna varmışlardır.[18]

Buchanan ve Cantril'in "ulusların birbirlerini nasıl gördükleri" sorununu ele aldıkları incelemeleri, kitle iletişim araçları ile ya da diğer kurumlaşmamış iletişim kanalları ile yapılan iletişimin bağımsız değişken olmaktan çok, uluslararası siyasa değişkeni karşısında, bağımlı bir değişken olduklarını göstermektedir[19]. Böylece siyasal propagandanın tek başına tümüyle değiştirici bir etki yapamayacağı yolundaki görüşleri desteklemektedirler.

16. Herbert Blumer, "The Mass, the Public and Public Opinion", Berelson Janowitz (der.) a.g.e., ss. 43-50. İlk basımı A.M.Lee (der.) *New Outline of the Principles of Sociology*, 1946, ss. 185-193.
17. Hovland, Lumsdaine, Sheffield, "Short-Time and Long-Time Effects of an Orientation Film", Berelson, Janowitz (der.) a.g.e., ss. 391-401. ilk Basımı *Experiments on Mass Communications*, 1949.
18. Edward A. Shils, Morris Janowitz, "Cohesion and Disintegration in the World War II",Berelson, Janowitz (der.) a.g.e., ss. 402-417. İlk Basımı *The Public Opinion Quarterly Vol. XII,* 1948, ss. 300-306.
19. William Buchanan, Hadley Cantril, "Ulusların Stereotip Yakıştırmaları", Oskay (der.) a.g.e., ss. 305-327. İlk Basımı: *How Nations See Each Other*, University of Illinois, 1953.

## *"KAÇIŞ" VE "BOOMERANG" ETKİLERİ*

Toplumbilimci Klapper yapılan deneysel çalışmaların "laboratuar" ortamının yanıltıcılığı üzerinde durmuş ve 1949 yılında iletişim araçlarının toplumsal ilgisizliğe yol açan "kaçış" araçları olduğunu ileri sürmüştür.[20] Klapper bu tezine kanıt olarak, kaçışçı araçların kimi zaman kişisel ve toplumsal zarara yol açan geri tepen bir "boomerang" etkisi yaratan bir rahatlık ve doyum sağladığını göstermiştir. Ancak kitle iletişim araçlarının etkisinin yalnızca bu zayıf kanıtla belirlenemeyeceğini de kabul etmiştir*.

Klapper'in ortaya attığı "kaçış" kavramı daha sonra Elihu Katz ve D. Foulkes tarafından özellikle televizyonla ilgili olarak geliştirilmiş ve bugüne dek kitle iletişim araçları çalışmalarında en önemli yeri almış görünen tek kavram niteliği kazanmıştır. Kitle kültürü ile ilgilenen araştırmacıların üzerinde en çok durdukları soru olan; insanlar kitle iletişim araçlarını ne için kullanıyorlar sorusuna, Katz "kaçmak için" yanıtını vermektedir[21]. Plerton da kitlelerin belli konularda ikna edilmesinde, onlara yaşamın gerçek olmayan görünümlerinden söz edilmesinin "uyuşturucu" bir işlev yüklenen kitle iletişim araçları yoluyla olanaklı kılındığını ileri sürüyordu.[22] Ancak Katz ve Foulkes; araçlar yo-

20. Joseph T. Klapper, *The Effects of Mass Media*, Columbia University Bureau of Applied Social Research, 1949, s. 12'den aktaran, Dallas W.Smythe, "Some Observations on Communications Theory", McQuail (der.) a.g.e., s. 21.

* Söz edilen "boomerang" etkisi, iletişim sürecindeki "feedback" kavramından farklı olarak iletici tarafından öngörülmeyen biçimde, iletinin tümden geri çevrilmesi anlamındadır.

21. Elihu Katz, D. Foulkes, "On the Uses of the Mass Media as Escape", Public Opinion Quarterly, Vol. 26, 1962, ss. 372-388'den aktaran McQuail, Blumler, Brown (der.McQuail) The Television Audience", a.g.e., s. 135.

22. Robert K. Merton, Mass Persuasion, Harper and Bros, 1946, s. 61 ve sonrasından aktaran, Klapper, "The Effects of Mass Communication", Berelson, Janowitz (der.) a.g.e., ss. 474-475.

luyla kaçış ve kaçmayı sağlayan araçları kullanma arasında bir ayrım yapılması gerektiğine dikkat çekiyorlar. Onlara göre kaçma eğilimli araçların kullanımı, bireyin diğer toplumsal rollerinin getirdiği ve gereksinim duyduğu saygınlık ve rahatlamayı sağlayan pozitif bir feed-back taşımaktadır. Bu nedenle aynı içerik hakkında değişik zamanlarda değişik kişilerden çok çeşitli feed-back'lerin doğmasına izin verildiği takdirde, kaçış olumlu bir işlev yüklenebilir.[23]

Kitle iletişim araçlarının gündüz-düşlerinin oluşmasına yol açıp, görüntüler ile özel bir fantazya yaşantısı kurulması ve günlük yaşamdan kaçarak, kişiyi günlük sorunlarını çözmede güçsüz bırakması ile ilgili tartışmaları, kitle kültürü sorunsalı içinde değerlendirmek üzere, şimdilik bu kavramların yalnızca ilk ortaya atıldıkları başlangıçları vermekle yetinmek yerinde olacaktır.

## *BİLİŞSEL ÇELİŞKİ KURAMI AÇISINDAN KİTLE İLETİŞİMİ*

1950'lerde geliştirilen uygunluk/uyumluluk kuramlarına göre insanlar inanç ve değerlerinin uyum içinde olmasını isterler, kendilerine iletilen mesajları da bu doğrultuda alırlar, algılarlar. Leon Festinger'in "bilişsel çelişki" kuramı bu alandaki çalışmaların en ünlüsüdür. Bu kurama göre yeni bir tutum ya da davranış karşısında insanlar, daha önceden edinmiş bulundukları "tanınabilme" alanlarına ters düşmeyecek biçimde tavır alırlar. Belli bir enformasyon ile belli bir eylem arasında uyumsuzluk bulunduğu zaman kişi ya giriştiği eylemi ya da kanaatini değiştirmek zorundadır.[24] Uyumsuzluğu azaltmak için insanlar giriştikleri bir eylem

23. Katz, Foulkes, y.a.g.e.
24. Leon Festinger, "Bilme-Tanıma Uyumsuzluğu Teorisi", Oskay (der.) a.g.e., ss. 57-70. İlk Basımı A Theory of Cognitive Dissonance, 1957.

hakkında diğer insanlara açıklamada bulunmakta, böylece girişti-kleri eylemi haklılaştırmaya çalışmaktadırlar.

Robert Abelson'un "inanç ikilemi" çalışmaları da, yeni bir mesajla karşılaşan bireylerin bu mesajdaki yeni inanç önerisi karşısında nasıl bir durum içine girdiklerini, inanç ikilemi olduğu zaman bunun çözüm biçimlerinin neler olabileceğini bulmaya yöneliktir.[25] Heider, Festinger, Osgood ve Tannenbaum'un "tutarlılık" kuramlarından çıkan sonuçlara göre dengesizlik, çelişki/tutarsızlık durumlarıyla karşı karşıya bulunan birey bu durumun azaltılması, hafifletilmesi yönünde bir güdülenme ile bilişsel ya da eylemsel düzeyde harekete geçer.[26] Abelson kendisinden önce yapılan bu çalışmaları göz önüne alarak inanç ikileminin çözüm biçimlerinin; inkâr, abartma, ayrımlaştırma ve aşımlama yolları ile ortaya konabileceğini göstermektedir.[27]

## *MEDYA SİSTEMLERİ VE GÜNDEM DÜZENLEME*

1960'lı yılların sonunda kitle iletişim araçlarının etki gücüyle yeniden ilgilenilmeye başlandı. Yalnız artık ilgi, tavır ve davranış değişiklikleriyle sınırlı değildi. Araştırmacılar izleyicilerin çeşitli etkilenme biçimleriyle ilgileniyordu; toplumsal ve politik konulardaki bilgilenmeleri, izleyicilerin toplumsal gerçekliklerinin oluşturulması, kendileri ve başkalarıyla ilgili rol beklentileri, politik tavır ve davranışların kazanılması, toplumsal konuların öneminin algılanması, kitle iletişim araçlarının belirlediği ilgi alanları gibi sorunlardı bunlar.

25. Robert Abelson, "İnanç İkilemi ve Çözüm Yolları", Oskay (der.) a.g.e., ss. 71-91. İlk Basımı 1966.
26. Çiğdem Kağıtçıbaşı, *İnsan ve İnsanlar*, Duran Ofset Mat., İstanbul, 1977, ss. 132-161 ve David Krech, Richard Crutchfield, *Sosyal Psikoloji*, Çev. Erol Güngör, Ötüken Yay., 1980, ss.121-131.
27. Abelson, a.g.e., s. 77.

Melvin L. De Fleur ve Sandra Ball-Rokeach'a göre kitle iletişim araçlarının etkisi üç yönlü ilişkiye dayanır: Geniş toplumsal sistem, bu sistem içinde kitle iletişim araçlarının rolü ve izleyicinin kitle iletişim araçları ile olan ilişkisi.[28]

Kitle iletişim araçlarının, insanların ne düşüneceklerini öğütlemede başarılı olamamasının pek önemli olmadığını söyleyen Bernard Cohen, "ne hakkında" düşüneceklerine K.İ.A' nın karar verdiğini ve asıl üzerinde durulması gereken konunun da bu olduğuna dikkat çekmektedir.[29] Böylece Cohen, "gündem düzenleme" kavramını ortaya atıyordu.

Bir başka önemli kavram "gate-keepers", yani eşik bekçileri, yine toplumun siyasal mekanizmasına bağlı olarak geliştirilen bir kavramdı. Stuart Hood, iletişim akışını elinde tutanların diğer insanlar üzerinde güç denemesi yapma olanağına sahip olduklarını söyleyerek, siyasal sistemin incelenmeden kitle iletişim sistemlerinin anlaşılamayacağını vurgulamaktadır.[30]

## *McLUHAN'IN GÖRÜŞLERİ*

Toplumsal sistemlerin ve insan ilişkilerinin temel belirleyicisi olarak teknolojiyi ve özellikle kitle iletişim araçlarını ele alan Marshall McLuhan, kendi görüşlerindeki tutarsızlıklarına karşın, 1960'lı yıllarda büyük ilgi görmüş bir yazardır. Çalışmalarında, kendisinden önce araç ve egemenlik ilişkilerini inceleyen Harold Innis'in 1950 yılında yazdığı Empire and Communication ve The Bias of Communication kitaplarından etkilenmekle birlikte ünü, "teknolojik iyimserlik" konusundaki neredeyse sloganlaşmış

28. Akt. Warren K. Agee, P. H. Ault, E. Emery, *Introduction to Mass Communication*, Seventh Ed. New York, 1982, s.17.
29. Bernard C. Cohen, "The Press, the Public and Foregn Policy", Berelson, Janowitz (der.) a.g.e., ss. 133-143.
30. Stuart Hood, "The Politics of Television", McQuail (der.) a.g.e., s. 417.

"evrensel köy" ve "araç mesajdır" savlarıyla bu yazarı olduğu kadar çağdaşı olan yazarların bir çoğunu da aşmıştır.[31] McLuhan'a göre her yeni geliştirilen araç insanın psişik donanımının yerini tutar tekerlek ayağın, kamera gözün uzantısı olarak kullanılır. Yazar, 1951'de yayınlanan The Mechanical Bride adlı kitabında teknolojinin insan üzerindeki egemenliğinin doğuracağı tehlikelere dikkat çekerken, sonraki kitaplarında -The Gutenberg Galaxy (1962), Understanding Media (1964) ve The Medium Is the Massage (1967), bu tehlikelerin karşısında insanın potansiyel egemenlik gücü ve siyasal sistemlerin yapısı üzerinde durmamıştır.[32] Ona göre "üzerine sözlerin yazıldığı şeyler, sözlerden daha önemli" olmaktadır. Sosyal psikoloji çalışmalarından esinlenerek algılamanın yapısal faktörlerini incelemèyi-amaçlayan McLuhan, yazılı kültüre geçişle birlikte sözlü kültürün kabile toplumunun da ortadan kalktığını, toplumsal değerleri algılamamızı etkileyen iletişim araçlarının ortak kullanımıyla dünyanın evrensel bir köy haline dönüştüğünü ileri sürer.[33]

McLuhan'ın sınanması olası olmayan ama kitle iletişiminde çalışanları uzun süre meşgul eden bir başka savı da, kitle iletişim araçlarını sıcak-soğuk araçlar olarak ikiye ayırmasıdır. Burada yazarın temel aldığı ölçüt, bilgi bakımından zenginlik ve aracın sağladığı katılımdır. Buna göre sıcak araç, dış gerçeklik hakkındaki enformasyonu hazır, tamamlanmış olarak verir. Soğuk araç ise izleyiciden mesajı tamamlamasını isteyen, katılım gerektiren araçtır.[34] McLuhan bu ölçütlerden yola çıkarak şöyle bir ayırım yapmaktadır:

31. George Gerbner, "Mass Media and Human Communication Theory", McQuail (der.) a.g.e., s. 49.
32. Ünsal Oskay, *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, A.Ü. SBF. Yay. 495, Ankara, 1982, ss. 220-226.
33. Marshall McLuhan, "İleti, iletişim Aracının Kendisidir", Alemdar, Kaya (der.), a.g.e., ss. 85-101.
34. Oskay, Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, ss. 223-224.

Sıcak araçlar; Alfabe üzerine kurulu her tür yazı, basılı yapıtlar, radyo, sinema (çizgi film dışında) ve fotoğraf. Soğuk araçlar; Söz, ideografik yazı (çivi yazısı gibi) çizgi film, telefon, televizyon.

İzleyicinin katılımını ve aracın içerdiği mesajları yalnızca bireysel duyular düzeyinde algılama sorunu olarak ele alan McLuhan iletişimi bir bütün olarak değerlendiremediği için eleştirilmiştir.

## *KULLANIM VE DOYUM*

Kitle iletişim araçlarının izleyicileri nasıl etkilediğini kendilerininkinden başka bir alan olarak gören bir grup araştırmacı ise, Klapper'in "kaçış" kuramlarından yola çıkarak izleyicilerin kitle iletişim araçlarını "ne için" kullandığı sorunsalı ile ilgilenmişlerdir.[35] Onlara göre izleyici/tüketici, hangi aracın kendi gereksinimlerine karşılık verebileceğini düşünerek kullanacağı aracı seçer. Çünkü kitle iletişim araçlarıyla verilen iletilerin içerikleri ile bireyin içgüdüsel ilgisinden doğan doyum arasında nesnel ilişkiler bulunmaktadır. Kullanım ve doyum yaklaşımıyla çok sayıda izleyici üzerinde ampirik araştırmalar da yapan bu yazarlar, izleyicinin katılımı konusunda iyimser bir yaklaşımla, kitle iletişim araçlarının içeriğini izleyicinin gereksinimlerinin belirlediğini savunmaktadırlar.[36] Bu sava karşı çıkan Olivier Burgelin ise haklı olarak, bugünkü toplumsal sistemlerde izleyicilerin kitle iletişimine doğrudan katılmalarının olanaksızlığı üzerinde durmuştur. Ona göre, kitle iletişimi ürünleri izleyicilerin genel ortak

35. Denis McQuail, Jay G. Blumler, J. R. Brown, "The Television Audience A Revised Perspective", McQuail (der.), a.g.e., ss. 135-165.
36. y.a.g.e., s. 143.

beğenilen ile ilgili varsayım düzeyinde kalan kararlarla ve piyasa koşullarıyla kitle iletişim sistemi içindeki çeşitli karar alma süreçleri sonucunda oluşturulmaktadır.[37]

68 gençlik hareketlerinin sözcülerinden Hans Magnus Enzensberger de, izleyici katılımının olanaklarını sorgulayarak, kitle iletişim araçları ile gerçek anlamda bir toplumsal katılımı sağlamak kitlelerin elinde gibi görünmekle birlikte, uygulamada televizyon ve film gibi araçlar paylaşımcı bir iletişime hizmet etmekten çok bunu engellediğine ilk dikkat çekenlerdendir. Sistemin teknik yapısı, iletici ile alıcı arasında bir besleyici yankının oluşmasına izin vermemektedir. Yönetici ve yönetilenler arasındaki politik nedenlere bağlı olarak iletişim yalnızca ileticinin yönlendirdiği bir aktarma düzeyinde kalmaktadır.[38] Otoritenin görüşleri ve ilkeleri doğrultusunda televizyon yayınları evrensel bir organizasyona dayalı teknik koşulları ile besleyici yankıya çok az ve kontrollü olarak yer verir.[39] Bu eleştirel görüşlere göre, besleyici yankı olanağı dışlanarak yapılan televizyon yayınları, hangi toplumda olursa olsun, "olumlu ve kullanıma uygun" bir rol oynayamaz.

## *MODERNİZASYON SÜRECİNDE KİA'NIN TEKNOLOJİK OLANAKLARINDAN YARARLANMA*

Modernizasyon, toplumsal ve kültürel değişme ile birlikte ele alınan bir kavram olarak, üzerinde yapılan tartışmaların yoğunluğuna karşın, toplumun/toplumların statik bir yapı içinde olma-

37. Olivier Burgelin, "Structural Analysis and Mass Communication", McQuail (der.) a.g.e., s. 323.
38. Hans Magnus Enzensberger, "Constituents of a Theory of the Media", McQuail (der.) a.g.e., s. 101.
39. Stuart Hood, "The Politics of Television", McQuail (der.) a.g.e., s. 431.

dıkları gerçeğini vurgulamaktadır. Azgelişmiş ya da gelişmekte olarak kabul edilen ülkeler açısından bakıldığında, "modernizasyon" yaşanan günün gelişkin olanaklarını elde etmekte yetersiz kalan tarihsel gelişme süreçlerini hızlandırma ve gelişkin toplumların düzeyine yaklaşabilme sorunsalı içinde değerlendirilmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise çağın getirdiği yeniliklerin kullanımının, kendi toplumları ve uluslararası düzeyde ortaya çıkardığı siyasal, ekonomik ve kültürel sorunlarla ilgilenmeyi gerektiren bir kavramdır.

Modernizasyon ya da çağdaşlaşma, insanın çevresini denetlemesine olanak sağlayan bir süreç olarak kabul edilirse; "tarih boyunca gelişmiş kurumların insanın bilgisindeki görülmemiş artışı yansıtan" ve "hızla değişen işlevlere uyarlanma" süreci olarak tanımlanabilir.[40]

## *AZGELİŞMİŞ ÜLKELERDE YAPILAN İNCELEMELER*

Modernizasyon sürecinde ulaşılması düşünülen yer, "modern" sözcüğünün incelenmesini gerektirmektedir. Modern; içinde bulunulan zamana uygun olan anlamındadır. Sözcüğün kökeni, eski Latince'deki modernus sözcüğünden alınmıştır. Modernus, modo' dan türetilmiş bir sözcüktür. Modo, eski Latince'de "hemen şimdi" demektir.[41] Böylece modern toplum, günümüzdeki toplum anlamına gelmektedir. Ancak günümüzde çok çeşitli toplum tiplerinin bulunması, konuyla ilgilenen bilim adamlarının bir takım ölçütler geliştirmelerine neden olmuştur. Geliştirilen öl-

40. Cyril E. Black, *Çağdaşlaşmanın İtici Güçleri*, Türkiye İş Bankası Kültür Yay., Ankara, 1986, s. 6.
41. Emre Kongar, *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, Remzi Kitabevi Yay., İstanbul, 1981, s. 218.

çütler, arada bir geçiş aşaması bırakarak, geleneksel toplum ile modern toplum ayırımını yakalayabilme amacını taşımaktadır. İnsanlığın gelişiminin nesnel ölçütü olarak teknolojiyi ve teknolojinin toplumdaki belirtisini ise endüstrileşme düzeyi olarak kabul edenlere göre, günümüzde en ileri düzeyde endüstrileşmiş olan toplumlar modern toplumlardır. Buradan yola çıkarak, günümüzde var olan azgelişmiş ülkeler, modern toplum olma aşamasının ilk basamaklarında ilerledikleri varsayılarak, günümüzün endüstrileşmiş toplumlarıyla karşılaştırılarak incelenmiş ve incelenmektedir.

Modern toplum tipinin karşısına geleneksel toplum tipini koyan D. Lerner, modernleşmenin temelinde "akılcı ve pozitivist bir ruhun benimsenmesinin" yattığım söylemektedir[42]. Lerner'a göre çağdaşlaşma süreci "yeni kitle iletişimiyle, halkı yeni davranış biçimlerine özendiren yeni düşüncelerin, yeni haberlerin yayılışıyla" başlamaktadır.[43] Yeni kitle iletişim araçları doğrudan doğruya kişisel çıkarların yeniden biçimlenmesine yol açacak ve böylece yeni toplumsallaşma sağlanacaktır. Kitle iletişim araçları halka "yeni özlemler aşılamaktadır" ve "empatik bireysel imgelem hızla toplumsal başarıların ötesine geçmekte", bu da "düş kırıklığı dediğimiz doyumsuzluğa yol açmaktadır. Lerner, çağdaşlaşmayı "doyumun" en çoğa çıkartılması olarak ele almaktadır. Doyumun en çoğa çıkartılması olarak düşünülen çağdaşlaşma ancak aydınlatıcı bir iletişim kuramı ve uygulaması yürürlüğe konulabilirse başarıya ulaşabilecektir.[44]

Modern toplumların insan tipinin "katılan" insan tipi olduğunu ileri süren Lerner, tüm toplumsal etkinliklere katılmanın ar-

42. y.a.g.e., s. 217.
43. Daniel Lerner, "Çağdaşlaşma Sürecinde İletişimin İşlevi", *Kurgu*, Eskişehir, İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Ekim 1980, Sayı: 3, Çev. Nabi Avcı, s. 132.
44. Lerner, a.g.e., s. 118.

dında ise insanın kendisini başkasının yerine koyabilme yeteneği olan "empati"nin yer aldığını söyler.[45]

Lerner'a göre empati; kişinin kendisini kentin büyük mağazalarından birinin sahibi gibi görebilmesini, iyi giyinmesini, iyi bir evde oturmasını, "dünyada olup bitenlere" ilgi duymasını, "kendi deliğinde büzülüp kalmamasını" sağlayan imgelem gücüdür. Empati konusunda becerisi yüksek olanlar kitle iletişim araçlarının sunduğu çeşitliliği daha iyi öğrenirler.

Toplumsal değişmeyi kişisel modernlik yaklaşımları ile açıklamaya çalışan, bunun için de az gelişmiş olarak kabul edilen ülkelerdeki insanların sosyo-psişik faaliyetlerini inceleyen araştırmacılardan biri olan Lerner, empatiyi psikolojik mobilite (hareketlilik) olarak düşünmekte ve toplumsal değişmede kişiliği bağımsız değişken olarak ele almaktadır.

Kişisel modernlik yaklaşımlarıyla modern insanın özellikleri üzerine L. W. Doob, Afrika'da modernleşme düzeyini ölçmek için şöyle bir ölçek geliştirmiştir:

1. Zaman kavramı, zamana önem vermek, geçmişe değil, geleceğe dönük olmak,
2. Devlet faaliyetlerine karşı olumlu tutum içinde olmak,
3. İyimserlik ve kişinin kaderini kendisinin kontrol ettiğine inanç,
4. Yurtseverlik,
5. Bilim ve determinizme inanç,
6. İnsanlara güven duygusu,
7. Ulusal liderlere karşı olumlu bir tutum,
8. Geleneksel inançları önemsememek. Bu özellikler toplumsal değişime kişisel olarak açık olmanın göstergeleridir.[46]

45. Kongar, *Toplumsal Değişme Kurumları ve Türkiye Gerçeği*, ss. 218-219.
46. Kağıtçıbaşı, a.g.e., s. 277.

Alex Inkeles de kişisel modernleşme için az gelişmiş ülkelerde yaptığı araştırmalar sonucu Lerner'a benzer olarak şu ölçütleri bulmuştur:

1. Yeni deneyimlere açıklık,
2. Ana-baba otoritesinden bağımsızlık,
3. Yurttaşlık faaliyetlerine ilgi ve katılım,
4. Zamanla ilgili olma, planlama yapabilme.[47]

Önerilen bu modernlik ölçütlerinin endüstrileşme ile kısa bir zaman içinde kazanılamayacağı görüşünde olan bu yazarlar, az gelişmiş ülkelerin geleceği konusunda iyimser bir beklenti içinde değiller. Nitekim Inkeles, "azgelişmiş ülkeler, endüstrileşmenin kendi insanlarına psikolojik modernleşme getireceğini beklerlerse, daha çok uzun bir zaman beklemek zorunda kalacaklardır" demektedir.[48] Doob ise, modernleşmeyi hızlandıracağı düşünülen kitle iletişim araçlarının aslında eğlence araçları olmaktan öteye gidemediğini vurgulamaktadır. Ona göre geleneksel insanlar kitle iletişim araçlarıyla ilk karşılaştıkları zaman yalnızca eğlence beklentisi içindedirler, haberler ve bilgi verici programlar izlenmemekte ya da anlaşılamamaktadır. Ancak çok uzun kullanma sürecinde, geliştirme amaçlı programlar izlenebilir hale gelebilecektir.[49]

Unesco'nun, Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun 1962 yılında aldığı kararlar doğrultusunda dünya kitle iletişim sistemlerini incelemek üzere desteklediği çalışmalar, özellikle az gelişmiş ülkelerdeki toplumsal değişme ve iletişim sistemlerini konu alıyordu. Bu konuda çalışan bilim adamlarından biri olan Wilbur

47. y.a.g.e., s. 277.
48. Everett M. Rogers, *Modernization Among Peasants The Impact of Communication*, Halt, Rinehart and Winston, mc., New York.
49. Rogers, y.a.g.e., s. 126.

Schramm'ın Mass Media and National Development adlı kitabında topladığı araştırmaları finanse eden Unesco, kitabın önsözünde; bu araştırmaların, dünya nüfusunun % 70'inin yeterli enformasyon olanaklarına sahip olmadığını ve bu durumun enformasyon alma hakkım engellediğini gösterdiğini belirtmektedir.[50] Basın, radyo, televizyon, sinema ve kişisel haberleşme alanları olarak mektup, telefon ve ulaşım sistemlerinin incelendiği bu çalışmalarda çözüm yolu olarak halkın eğitilmesi gösterilmektedir. Schramm, kitle iletişiminin işlevlerinin, ulusal gelişme doğrultusundaki toplumsal değişimi üç aşamada sağlayabileceğini ileri sürmektedir. Ona göre:

1. Halkın ulusal gelişme konusunda bilgilendirilmesi gerekir: Değişme gereksinimi üzerinde dikkatlerin yoğunlaştırılması, değişme yöntemlerinin verilmesi ve yapılabilirse kendileri ve ülkeleri ile ilgili beklentilerinin yükseltilmesi sağlanmalı,
2. Halkm karar alma sürecine katılma olanağı tanınmalı, liderler halkın sesine kulak vermeli,
3. Gereken beceriler öğretilmeli: Modern tarım yöntemleri, halk sağlığının korunması gibi bilgiler verilmelidir.

Kitle iletişim araçları yukarıda sayılan amaçlarla kullanılırsa, Schramm'a göre başarıya ulaşmak için hiç bir engel kalmamaktadır. Dahası, Schramm gelişmiş ya da gelişmemiş tüm ülkelerde kitle iletişiminin kullanımında bir fark olmaması gerektiğini, ancak az gelişmiş ülkelerde hızlandırılmış bir sürecin söz konusu olduğunu ileri sürmektedir.[51]

50. Wilbur Schramm, *Mass Media and National Development*, Unesco, Stanford, 1964, vii.
51. Schramm, a.g.e., ss. 125-126.

Yine az gelişmiş ülkelerde araştırmalar yapan Lucien Pye, "gelişme, modernleşmiş, kentleştirilmiş kitle iletişim sistemlerine yapılan yatırımların arttırılmasından çok, sivil, kırsal sistemlerin birbirlerine ve kitle iletişim sistemlerine göre düzenlenmesine bağlıdır" diyerek halkın "yaşama tarzının" değiştirilmesi için yeni kurumların oluşturulmasını değil ama, var olan kurumların yeniden düzenlenmesi gereğine dikkat çekmiştir[52]. İdeal olarak kabul ettikleri Batılı toplumların kültür değerlerinin ve yaşam pratiklerinin, kitle iletişim sistemleriyle geri kalmış toplumları "ilerletebileceğine" olan inançlarıyla gerek Schramm, gerek Pye ve Lerner, kırsal kesimlerdeki yerel enformasyon kaynaklarının, yerel kanaat önderlerinin, Batılılaşmanın benimsetilmesinde yararlanılması gereken unsurlar olduğunu ve yapısal değişimlerden kaçınılması gereğini vurgulamışlardır.

Hindistan'da 153 köyü kapsayan bir araştırma yapan S. C. Dube, yine değişimin oluşturulmasına çalışan devlet görevlileri ile kendilerine yeni düşünce ve değerler götürülmek istenen köylüler arasında haberleşmenin önemi üzerinde durmuştur. Araştırmaların sonucuna göre, haberleşme toplumda varolan istek ve duyarlılıklarla (örneğin, ekonomik yönden daha iyi duruma gelmek), ya da geleneksel değerlerle bağlantı kurularak gerçekleştirildiğinde daha etkin olabilmektedir. Değişimin başarısı yerel kanaat önderlerinin bulunup kullanılmalarına ve bu önderlerin, değişikliklerin "iyi" şeyler olduğuna inandırılabilmelerine bağlı bulunmaktadır.[53]

Toplumsal değişimin, yeniliklerin yayılması olarak tanımladığı iletişimden farklı, iletişimi de içine alan daha geniş bir kavram olduğuna dikkat çeken Rogers ise, çağdaşlarının araştırma-

52. Rogers, a.g.e., s. 124.
53. T. B. Bottomore, *Toplumbilim*, Çev. Ünsal Oskay, Beta Yay., İstanbul, 1984, s. 324.

larından yararlanmakla birlikte, onların modernleşme kavramına bakışlarını eleştirmektedir. Rogers'a göre modernleşme, Avrupalılaşma ya da Batılılaşma demek değildir; az gelişmiş ülkelerin tümü için "iyi" bir kavram olması gerekmediği gibi, tek yönlü bağımsız bir değişken olarak kurulması her zaman olumlu sonuçlar vermeyebilir.[54]

### *Yeniliklerin Benimsenmesi*

Teknolojik yeniliklerle toplumsal gelişme arasındaki ilişkiyi inceleyen Rogers, yeniliklerin toplumlar tarafından hangi koşullarda nasıl benimsendiğini açıklamaktadır.[55] Teknolojik gelişme kendi başına toplumsal gelişme anlamına gelmez.[56] Ele aldığımız Batılı modernizasyon kuramlarında, teknolojik gelişmelerin kullanımının yaygınlaşması için gerekli toplumsal koşullara baktığımızda, kitle iletişim araçlarının da bu yeniliklerin duyurulup benimsenmesini tek başına sağlamadığını, sistemli bir yaygınlaşma çabasının işlediğini görürüz. Rogers'ın şemasına göre yeniliklerin benimsenme oranını belirleyen değişkenler şöyle sıralanabilir:

1. Yeniliklerin fark edilen özellikleri: Göreceli avantaj, Tutarlılık oranı, Karmaşıklık derecesi, Denenmeye açıklık, Gözlenebilirlik.
2. Yenilik kararının tipi; İsteğe bağlı karar, Kolektif karar, Otorite yoluyla zorlama.
3. İletişim kanalları; kitle iletişimi veya kişisel yolla kurulan iletişim, vb.

54. Rogers, a.g.e., s. 18.
55. Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, Dördüncü Basım, The Free Press, New York, Londra, 1995.
56. Ünsal Oskay, *Toplumsal Gelişmede Radyo Ve Televizyon*, Ankara Üniversitesi SBF, Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara, 1978.

4. Yeniliğin yayıldığı toplumsal sistemin doğası; normlar, dolaşım ağındaki bağlantılar, vb.
5. Değişimi sağlamak için çalışan birimlerin gösterdikleri çaba.

Bu değişkenlere kendi gündelik yaşamımızdan vereceğimiz örneklerle biraz daha yakından baktığımız zaman alışkanlıklarımızın adını koymamız kolaylaşacaktır:

*Göreceli Avantaj*

Bir yeniliğin yerine geçtiği bir önceki kullanım biçimine göre daha iyi bir fikir olarak kabul edilmesidir. Göreceli avantaj ekonomik düzeyde ölçülebileceği gibi toplumsal prestij, uygunluk ve yeniliğin kullanılmasının yarattığı tatmin de çok önemli faktörlerdir. Mobil telefon ya da cep telefonunun verdiği göreceli avantajları düşündüğümüzde; ekonomik avantajı vardır, kullanıcının aylık telefon faturalarını kabartmasını bir tarafa bırakırsak, uzun vadeli taksitlerle aylıklı çalışan insanların da alabilecekleri bir fiyattan satılır. Çalışma koşulları bir kapalı mekâna bağlı olmamayı gerektirerek, hızlı hareket halinde ve her an aranabilir, her an ihtiyaç duyulabilir ve her an her şeyi kontrol altında tutabilir önemli şahsiyetlerin işlerinin yürümesini sağladığı için gerçekten de diğer haberleşme kanallarına göre daha avantajlıdır. Bu yeni araç hem gerçekten yukarıda çizdiğimiz tablo içinde yaşayanlar hem de hiç olmazsa öyle yaşıyormuş gibi görünmek isteyenler için bir toplumsal prestij aracıdır. Küçük ve kolay taşınabilir olması; meslek, cinsiyet, eğitim gibi toplumsal farklılıklar açısından kullanımının sınırlı tutulmaması ve asıl önemli olan iletişimin bu telefonlarla gerçekleşebilmesi aracın kullanılmasını çekici kılan özelliklerdir.

*Tutarlılık Oranı*

Bir yeniliğin toplumsal sistemde var olan değerlerle, geçmiş deneyimlerle ve potansiyel kullanıcıların gereksinimleriyle uyumlu bir tutarlılık içinde bulunması gereklidir. Örneğin doğum kontrol yöntemleriyle ilgili yeniliklerin aile planlamasına karşı dinsel inançların bulunduğu ülkelerde tutunması olanaksızdır. Cep telefonlarının kullanımına baktığımızda böylesi bir yeniliğin reddedilmesine neden olacak bir alışkanlığımızın olmadığını görüyoruz. İçten içe bu davranış bir gösteriş gibi algılansa da kullanılmasını caydıracak denli bir sıkılma, çekinme vermiyor kullananlara.

*Karmaşıklılık Derecesi*

Yeniliğin anlaşılmasında ve kullanılmasında büyük bir zorluk bulunmamalıdır. Yeni ürünün gelişmiş teknolojinin ürünü olduğunu kanıtlayacak bir üstünlüğü bulunmalı ancak yeni beceriler gerektirecek denli karmaşık olmamalıdır. Cep telefonları bu açıdan da dozunda bir yeniliktir. Sonuçta yapılan iş tuşlara basıp sesli konuşmaktan ibarettir, çocuklar bile yapabilir!

*Denenmeye Açıklık*

Sürekli kullanıma geçmeden önce tüketicilere deneme olanağı veren yeniliklerin benimsenmesi daha kolay olmaktadır. Semt pazarında "tadına bakmadan alma, kan çıkmazsa para yok" diye bağıran satıcılarımızın bu uluslararası satış kuralına gayet iyi uyduklarını görüyoruz. Cep telefonları "acaba içinden ne çıkacak" gibi endişelere meydan vermeyecek kadar kullanımı kolay ve sonucu neredeyse kesin başarı olan araçlardır.

*Gözlenebilirlik*

Bir yeniliğin kullanımının diğer insanlar için görülebilir olma derecesidir. Kişiler bir ürünün kullanım sonuçlarını görürlerse bu ürünü benimsemeleri kolaylaşacaktır. Örneğin uydu antenleri ya da güneş enerjisiyle su ısıtma cihazlarının evlerin çatılarında çoğalması, komşusunda görenin bu yeniliğe yatkın olmasına neden olacaktır. Böylesi kamusal alanlarda gözlenebilir ürünlerle karşılaştırıldığında ev içi kullanımıyla sınırlı olan ürünlerin dağılımı daha yavaş olacaktır. Cep telefonlarının gerçekten de cepte taşınabilmesi ve "sesli" olduğu için dikkat çekmesi, özellikle kalabalık yerlerde (Taksim meydanında, vapur, dolmuş gibi toplu taşıma araçlarında, kafe, restoran gibi dinlenme yerlerinde, hatta reklamlarında olduğu gibi plajda) kullanıldığı taktirde kesin bir başarıdır; görülür, duyulur ve kullanan kişiyi her açıdan "çekici" kılar.

*Yenilik Kararının Tipi*

Yeniliğin uygulanması kararı isteğe bağlı, kolektif ya da otorite tarafından alınmış olabilir. Araştırmalar gösteriyor ki, kişisel isteğe bağlı kararları gerektiren yeniliklerin toplumda benimsenmesi daha hızlı olmaktadır. Bir yeniliğin uygulanmasına karar verecek olan kişilerin sayısı arttıkça benimsenme oranı azalmaktadır. Cep telefonları bu değişkende de şansını korumaktadır. Bazı iş kollarında, organizasyonun aksamadan sürmesi için kolektif bir kararla cep telefonunun kullanılmasına karar verilmiş olabilir, organizasyon hiyerarşisi içinde bu karar "otoriter" bulunabilir ancak yine de öncelik bireysel kullanım ve isteğe bağlı karar vermededir.

*İletişim Kanalları*

Bir yeniliğin tanıtılması ve yayılması için (haberdar etmek ve bilgi vermek yoluyla) kullanılan iletişim kanalları yeniliğin benimsenme oranını da etkileyebilir. Kişisel, yüzyüze iletişim yerine kitle iletişim kanalları benimseme ya da benimsememe oranını hızlandırdığını görmekteyiz. Televizyon veya gazetede "herkes bunu kullanıyor" ya da "sakın ha siz de aldanmayın" haberleri ile karşılaşacak insan sayısının çokluğu düşünülürse bu şaşırtıcı bir sonuç değildir. Reklam mecrası olmasının yanısıra kitle iletişim araçları yeniliğe "haber değeri" vererek de benimsenmesini hızlandırabilirler. Burada ele aldığımız yenilik örneğimizin kendisinin de bir iletişim aracı olmasını burada iletişim kanallarının etkinliğini arttırıcı bir faktör olarak görüyoruz.

*Toplumsal Sistemin Doğası*

Toplumsal sistemden söz ederken, belli bir ortak amaca ulaşabilmek için problemleri çözmek üzere birbiriyle bağlantılı bir birimler bütününü düşünelim. Kişiler, resmi ya da sivil gruplar ve organizasyonlar toplumsal yapılanma içinde yer aldıkları biçimlerde (hangi etkinlik gücü, karar verme inisiyatifi, pratik olanakları, vb.) yeniliklerin yayılmasını ve benimsenmesini de belirleyeceklerdir. Yukarıda tutarlılık konusunda verdiğimiz örneğe dönersek toplumsal normların yeniliklerin benimsenmesini bir ölçüde belirlediğini görürüz. Toplumsal sistemin yapısının izin verdiği esneklik içinde yeni ürün kullanılacaktır. İngiltere gibi, insanların fısıltıyla konuşmaya koşullandırıldıkları, kalabalık içinde yüksek sesle konuşmanın genel toplum normlarına aykırı sayıldığı bir toplumda, cep telefonlarını uluorta kullanmak bizde olduğu kadar kabul görmeyecektir. Yine benzer bir farklılıkla gösterişçi tüketimin daha kolay yaygınlaştığı ülkelerden biri olduğumuzu da unutmayalım.

*Değişimi Sağlamak İçin Çalışan Birimlerin Gösterdikleri Çaba*

Burada halkın güvendiği, sevdiği, saygı duyduğu, özendiği kamuoyu önderlerini (siyasi liderler, pop şarkıcıları, film yıldızları, gazete köşe yazarları, vb.) ve değişim aracılarını (pazarlama ve reklam stratejistlerini) düşünebiliriz.

Burada da görüldüğü gibi, değişim, modernleşme teorileri için vazgeçilmez bir kavram olarak ele alınmaktadır.

Batılı toplumbilimciler 1960'larda az gelişmiş ülkelerdeki toplumsal yapıyı incelerken, kendi gelişmiş ülkeleriyle karşılaştırma yapmak zorunda kaldıkları zaman, gördükleri kültür farklılıklarıyla adeta şaşkınlığa uğrayarak, bilimsel değerlendirmelerinde günlük çarpıcı örneklerle sınırlı kalmışlardır. Örneğin Park; teknolojinin gelişimiyle birlikte ekonomik güçleri elinde tutan ülkelerin, az gelişmiş ülkelere yine ekonomik çıkarlarla yaklaşarak iletişim kurmaya çalıştıklarını açıkça söylemektedir.[57] Kitle iletişim araçları ile tanışan bu az gelişmiş ülke insanlarının "melez" insanlar haline dönüştürüldüğünden, hiç bir zaman ikisini de özümseyemedikleri iki ayrı dünyada yaşadıklarından yakınmaktadır. Güney Afrika'ya ilk kez saban getirildiği zaman yaşlı bir kabile şefinin "beyaz adamların bize getirdiği müthiş bir şey, on karıdan daha değerli" demesi, Park'ı dehşete düşürmektedir. Ona göre, kültürden ayrı olarak ele alınması gereken uygarlaşmayı sağlamak için kullanılan ve dışarıdan getirilen teknik araçlar, toplumsal kurumlarla desteklenmedikçe asıl işlevlerini yerine getiremeyeceklerdir. Ortak bir algılama için gereken birikim çerçevesinin sınırlarının ise kimler tarafından çizileceği üzerinde durmamaktadırlar.

II. Dünya Savaşı sırasında Kongo'lu askerler, çizgi film kahramanı Donald Duck ile ilk karşılaşmalarında "hayvanlar konuşmaz", "üniformalı ördek olur mu" diye sinema perdesini taşa tu-

57. Park, a.g.e., s. 172.

tarken, henüz Batı abecesiyle görüntü dilini öğrenmemişlerdi.[58] Günümüzde ise üretilen özel tipteki kitle iletişim ürünleriyle, sonradan getirilecek programları izlemeye hazır izleyici tipi oluşturulmaktadır.

Batının geri kalmış ülkelere önerdiği gelişme modelinde, geleneksel kültürdeki merkezi değerlere temelden ilişilmemesi, ileri kültürden alınacak değer ve pratiklerin geleneksel toplum yapısında ani ve büyük değişikliklere yol açmadan ve varolan kültürel kalıplara uyumlanarak yerleştirilmesi savunulmaktadır.[59]

Görüldüğü gibi ABD'li araştırmacıların dünyanın az gelişmiş bölgelerindeki modernizasyon gelişimi ile ilgilenmeleri, gelişmiş ülkelerin teknolojik araçlarının getirebileceği farklılıkları ortaya çıkarma amacındadır. Kitle iletişimini doğrusal bir süreç olarak gören bu araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının yeni norm ve değerlerin yaratılmasında ne derece etkin olabileceğini bulmaya çalışırken, gelişmiş ülkelerde "insan" ve "insanın güdümlenmesi" sorunlarını göz ardı ederek, neredeyse tek belirleyici saydıkları teknolojik ilerlemelerin ortaya çıkardığı karmaşık etkenler yumağını aşamadıklarından, karmaşadan uzak olduğunu varsaydıkları az gelişmiş ülkelere yönelmişlerdir.

1970'li yıllardan günümüze dek Unesco'nun düzenlediği toplantılarda ise, var olan iletişim sisteminin değiştirilip yeni bir evrensel iletişim düzeninin kurulması gerekliliği üzerine tartışmalar yapılmaktadır. 1978 yılında yayınlanan "Yeni Evrensel Habercilik Düzeni" adlı araştırmada, özgür ve dengeli bir haber dolaşımının sağlanması için demokratik ilkelerle Üçüncü Dünya ülkelerinin iletişim alanında tüketici olmaktan kurtularak üretici durumuna geçmelerinin gerekliliği üzerinde durulmuştur[60].

58. Eduardo Contreras, James Larson, vd., *Cross-cultural Broadcasting*, UNESCO, Paris, 1975, s. 28.
59. Ünsal Oskay, "Gelişme Açısından Kültür Değişimi", Basılmamış Doktora Tezi, A. U. SBF, Ankara, 1971, s. 140.
60. Hıfzı Topuz, *Uluslararası İletişim*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yay., Eskişehir, 1984, s. 53.

1984 yılında Unesco'nun yeni iletişim düzeniyle ilgili çalışmalarının özeti olarak yayınlanan "Many Voices, One World" adlı raporda, kitle iletişiminin işlevleri şöyle sıralanıyor:

1. *Bilgi Verme (enformasyon):* Bireysel, toplumsal ve uluslararası durumları anlamaya gereken ölçüde haber, bilgi ve görüşleri toplayıp, uygun tartışma ortamına sunmak,
2. *Toplumsallaştırma (sosyalizasyon):* Bireylerin toplum yaşamına etkin olarak katılmalarını sağlamak üzere ortak bilgi ve düşüncelerin oluşumuna yardımcı olmak,
3. *Güdüleme (motivasyon):* Bireysel isteklerle birlikte toplumun kısa ve uzun dönemli hedeflerini ilerletmek, toplumsal hedefler için bireyleri ortak eylemler için harekete geçirmek, uyarmak,
4. *Tartışma:* Halkı ilgilendiren bölgesel, ulusal ve uluslararası sorunları aydınlatmak üzere gerekli bilgiyi sunarak tartışma ortamı sağlamak,
5. *Eğitim:* Günlük yaşamda kullanılabilecek becerileri ve entelektüel gelişimi sağlayacak bilgileri aktarmak,
6. *Kültürel Gelişme:* Yaratma gücünü ve estetik gereksinimleri uyanık tutarak kültürel ve sanatsal çalışmaları desteklemek,
7. *Eğlence:* Kişisel ve kolektif yaratıcılığa yönelik drama, dans, edebiyat ve spor olaylarını yaymak,
8. *Katılma:* Bireylere, gruplara ve ülkelere birbirlerinin görüş açılarını ve isteklerini tanımalarına yardımcı olacak çeşitli mesajları iletmek.[61]

Kültürler arası etkilenmelerde, ülkelerin kendi kültürlerini korumaları gerekliliğini de vurgulayan rapor, teknolojik gelişmelerden tüm ülkelerin eşit biçimde yararlanmaları gerektiğini savun-

61. Unesco, *Many Voices, One World,* (The MacBnide Report, Abridged Ed.) ss. 33-34, Londra, 1984.

maktadır[62]. Yeni evrensel iletişim düzeninin amaç ve ilkeleri ise şöyle özetlenmektedir[63]:

Devletler hukukunun temel ilkelerinin korunması, egemenlik ve eşitliğin sağlanması, başka ülkelerin işlerine karışmamak ve kendi geleceğini seçebilme hakkı tanımak; Ulusal habercilik sistemlerinin kurulmasında dış baskıları engellemek, insan haklarına saygı ve iletişim hakkının da insan haklarının bir bölümü olduğunu kabul etmek; Özgür ve dengeli haber dolaşımının, barış, uluslararası anlayış ve toplumsal ilerleme yolunda gelişmesi; Devletler hukukunu zedeleyen propagandanın yasaklanması; Habercilikte egemenliğin sağlanması; Habercilikte egemenlik hakkına saygı; Habercilikte eşit ve karşılıklı yarara dayanan işbirliği; Gelişme yolundaki ülkelere habercilik alanında yardım ve destek; İletişim alanındaki yeni teknolojilerin devletler hukukuna uygun olarak gelişmesi ve uygulanması; İletişim alanında çalışanların toplumsal ve evrensel sorumlulukları.

Unesco'nun iletişim alanındaki çalışmaları, son yıllarda daha çok gelişmekte olan ülkelerin iletişim haklarını savunma yönünde olmuş, bu çalışmalarda endüstrileşmiş ülkelerin bilim adamları da kendi sistemlerini eleştirel bir tavır takınmışlardır.

Fransız iletişim bilimcisi Armand Mattelart, iletişimin küreselleşmesi (globalleşmesi) deyiminin, insanlığın tarihsel birikimlerini, kazanımlarını dışlayan coğrafi bir terime indirgenmesine karşı çıkarak, globe/küre sözcüğü yerine, dünya sözcüğünün vurgulanması gerektiğini ileri sürerken, aslında Unesco'nun yukarıda andığımız 1980'lerdeki eleştirel tavrına geri dönüşün gerekliğini savunmaktadır.[64]

Bugün, Birleşmiş Milletler ve Unesco'nun dahil olduğu "kültürel mirasın paylaşılması" üst başlıklı çalışmalarda, siyasal yurt-

62. y.a.g.e., s. 53.
63. Topuz, a.g.e., ss. 53-54.
64. Armand Mattelart, *İletişimin Dünyasallaşması*, Çev. Halime Yücel, İletişim Yay., İstanbul, 2001.

taşlık ile kültürel yurttaşlık kavramlarının ulusal ve uluslar arası arenalarda, ancak "paylaşılan demokratik alanlar" kurulmasıyla işlerlik kazanabileceğine vurgu yapılmaktadır. 2000 yılı "Somut Olmayan (intangible) Kültürel Mirasın Korunması" başlıklı Unesco Dünya Kültür Raporunda; "kültürel çoğulculuk bağlamında farklılığın tanınmasıyla" ilgili olarak şöyle bir bitiş cümlesi kullanılıyor.[65] "kültürel mirasımızla ilgili, farklı geleneklerden gelen insanlarla ilişkilerimizdeki, dünyanın üç boyutlu kültürel haritalarının çizilmesindeki seçimlerimiz, 21. yüzyıl toplumlarını belirleyecektir." 1970'li yıllarda, Unesco'nun yapısında radikal bir dönüşüme neden olan ve özellikle uluslar arası eşitsiz haber akışına bir tepki geliştiren "yeni evrensel iletişim düzeni" araştırmalarında, üçüncü dünya ülkelerinin iletişim hakları savunulurken,[66] 1980'lerde başlayan küreselleşme politikaları, büyük medya, ya da genel-geçer medyayı evrensel sorumluluk çağrılarından iyice uzaklaştırdı. Bugün ise, örneğin uluslar arası haber akışmdaki eşitsizliklere dikkat çekmek üzere ilk tepkileri ortaya koyan iletişim bilimcilerinden Fransız Armand Mattelart, kendi toplumu ve diğer toplumlar için de, yurttaşların sınırsız kâr hırsıyla dolu büyük medyaya karşı ancak kültürlerini koruyarak direnebileceklerini vurgulamaktadır[67]. Halkın sesi olarak "Dördüncü Kuvvet" olma işlevini yitirmekte olduğu tartışılan medyanın karşısında artık yurttaşın bir "Beşinci Kuvvet" olarak örgütlenmesi gerektiğini dillendiren Ignacio Ramonet de, iletişim ve bilginin tüm yurttaşlara ait olabilmesinin yollarını aramaktadır[68].

65. *http://www.unesco.org/bpi/eng/unescopress/2000/00-120e.shtml*
66. Hıfzı Topuz, *Uluslararası İletişim*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yay., Eskişehir, 1984, ss. 52-54.
67. Armand Mattelart, "İletişim Kültüre Karşı (mı?), *Kültürel Açıdan Avrupa Birliği'ne Yaklaşım Sempozyumu (22-24 Kasım 2001, İstanbul)*, Kültür Girişimi ve İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı Yay., 2003, ss. 39-47.
68. Ignacio Ramonet, "*Beşinci Kuvvet*", Çev. Yasemin İnceoğlu, Utku Uraz Aydın, *Varlık dergisi*, Nisan 2004, ss. 3-7.

Üçüncü Bölüm

# *ELEŞTİREL OKUL, KİTLE TOPLUMU VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR*

# *Eleştirel Okul, Kitle Toplumu ve Kültürel Çalışmalar*

## *KİTLE TOPLUMUNDA KÜLTÜRÜN STANDARTLAŞMASI*

Eleştirel sosyal teorinin bir kazanımı olarak toplumbilim kitaplarına 1960'lı yılların sonlarında giren "kitle toplumu" kavramı, yazılı olmayan, birincil gruplara ve geleneğe dayalı ilişkiler yerine, sözleşmeci, ikincil gruplara ve çıkarlara dayalı ilişkilerle varlığını sürdüren toplum yapılarını inceler. Kitle toplumunda toplumsal örgütlenme, gelenek ve görenek yapısı, geliştirilmiş kural ve ritüeller, örgütlenmiş düşünce grupları, belirli bir statü ve rol yapısı, oluşturulmuş bir önderlik anlayışının bulunmadığı ileri sürülmektedir.[1] Günümüz toplumlarında yukarıdaki tanım, düşünsel bir model gibi görünmekle birlikte; örgütlenmeler, gelenekler, kurallar, statü ve önderlik gözle görülür halde var olsa bile, bunları oluşturan bireylerin bilinçliliği sorunu, algılama ve davranış standartları, yaşanan kitleselleşme tartışmalarına zemin sağlamaktadır.

1. Paul B. Horton, Chester L. Hunt, *Sociology*, 5. Baskı, McGraw Hill Kogakusha, Ltd., Tokyo, 1980, s. 383.

İletişim Araştırmalarında eleştirel sosyal teorinin, alternatif paradigmanın temel referanslarından biri olan C. Wright Mills, kitle toplumunu kamu toplumundan ayıran en belirgin özelliğin, toplumdaki başat haberleşme biçimi olduğunu söylemektedir. Tarafların görüş, düşünce ve kanaatlerinin eşit koşullarda ifade edebildikleri bir tartışma ortamının bulunduğu kamu toplumunda, kitle iletişim araçları, birincil kamuları birbirine bağlayarak toplumdaki tartışma ortamını canlı tutmak işlevini üstlenmiştir. Kitle toplumunda ise, kamuyu yalnızca kendisine verilenlerin alıcısı sayan bir kitle iletişim tüketicisi olarak kabul eden bir kitle iletişim biçimi vardır.[2]

Mills, bir kitle toplumunda, kitle iletişim araçlarının alıcı bireyleri yalnızca kitle iletişim tüketicisi olarak gören uygulamalarının toplumda bir çeşit psikolojik bilgisizliğe yol açtığını söylemektedir. Bu bilgisizliğin görünümlerini aşağıdaki sıralamayla ele almaktadır:

1. Kitle iletişim araçları bugün yalnızca bilgi ve haber vermekle kalmayıp, dolaysız bilgi edinilebilecek yaşam dönemlerine de yön vermektedir. Dış gerçekliği algılamakta yararlanılan standartlar bile kişisel yaşam deneyimlerinin ürünleri olmaktan çıkmış, kitle iletişim araçları tarafından oluşturulmaya başlanmıştır. Kitle iletişim araçlarınca basma-kalıp yakıştırmalar halinde biçimlendirilmiş olgular, kişilerin kendi dışlarındaki dünyaya ilişkin gerçek yaşam deneyimlerinin yerini almaktadır. Genel stereotipleştirilmelerin etkisiyle, bireylerin belirli kanaatleri benimseyip benimsememeleri, ilgili kanaatlerinin kendi aralarında mantıksal bir tutarlılık göstermesine değil, bunların bireyde duygusal bir yakınlık yaratıp, bireyleri endişe ve kuşkulardan uzak tutmasına bağlı olmaktadır.

2. C. Wright Mills, *İktidar Seçkinleri*, Çev. Ünsal Oskay, Bilgi Yay., Ankara, 1974, s. 426.

2. Kitle iletişim araçları arasında gerçek bir rekabet olsa bireylerin haber ve bilgileri karşılaştırarak doğru değerlendirmeler yapabilmeleri beklenir. Oysa insanlar taşıdıkları değer ve kanaatlere uygun olan kitle iletişim araçlarını kullanmakta, kendi düşündüğünden farklı içeriğe sahip araçlara yönelmemektedirler. Diğer yandan kitle iletişim araçları görünürde bir rekabet içindeymiş gibi olmalarına karşın, içinde bulunduğu toplumsal sisteme bağlı olarak, standartlaşmış konuların ilgi çekici sunumlarını yapmada birbirleriyle rekabet etmektedirler.

3. Kitle iletişim araçları dış dünyanın algılanmasında bir yön çizmekle kalmayıp, bireylere yeni kişilikler de benimsetebilmektedirler. Bireylerin referans gruplarının oluşturulmasında, zorlayıcı olmasa da, sunduğu rahatlık ve kaçış olanaklarıyla etkili olmaktadır.

4. Kitle iletişim araçlarının özellikle televizyonun yoğun izleyicisi olmak, insanların boş zamanlarında yapabilecekleri kendilerine özgü uğraşların giderek azalmasına yol açmaktadır. Küçük gruplar halinde fikir alışverişinde bulunmak olanağını bile ortadan kaldırarak, kişinin "özel yaşam" alanına giren kitle iletişim araçları, üstlenir göründüğü eğitim işlevini de geçerli bir biçimde yapmamakta, oyalayıcı bir araç olmaktadır. Gerçi dış dünyada olup bitenler hakkında bireyin tek başına elde edemeyeceği kadar çok bilgi ve haber vermektedir, ancak bu haberdar edilenlerle bireyin gerçek yaşamı arasında bağlantı sağlayamamaktadır.

Mills, modern toplumda bireylerin daha kolaylıkla yönetilebilecekleri kitleleşmeye doğru güdümlenmesinde, kitle iletişim araç-

larının ne denli etkin olduğunu açıklamaya çalışmaktadır. Burada, kitle iletişim araçlarının bu güdümlemeyi, Mills'in "iktidar seçkinleri" diye adlandırdığı; politikadan, ekonomik çevrelerden ve askeri üst çevrelerden gelen kimselerden oluşan kesim adına gerçekleştirdiğini eklemeliyiz. Mills, bu güdümleme yapısı içinde gerçek ve çift yönlü bir toplum iletişiminin oluşamayacağını söylemektedir.

Kültürel Çalışmalar yaklaşımının temel referanslarından olan İngiliz kültür sosyologu Raymond Williams da, kitle iletişim araçlarındaki çoğaltım tekniklerinin, vasat düzeydeki kültür ürünlerinin tüketilmesine dayanan popüler/kitle kültürüne yol açtığından yakınmaktadır. Ancak Mills'den ayrıldığı nokta, kitle iletişim araçlarının kullanımının herhangi bir başka toplumsal aktivitenin yerini almadığı yolundaki inancıdır. Williams'a göre kitle iletişim araçları, belirli aktivitelere ayrılan zaman içinde çeşitli seçenekler üzerinde yoğunlaşmalara olanak tanımışlardır.[3] Bu seçenekler hakkındaki koşullandırmalar, kitle iletişim teknikleri tarafından değil, günlük yaşamın kendisi tarafından yapılmaktadır.

Modern kitle iletişim araçlarının yapısının gerçek bir iletişim sağlamaktan uzak olarak tek yönlü göndermeye dayandığını söyleyen Williams, bu durumun, demokrasinin büyümesi ve teknik gelişmelerin yayılması sonucu oluştuğunu ama var olan durumun demokrasi için bir tehlike sayılması gerektiğini vurgulamaktadır. Kitle iletişim araçlarında güdümleme (manipulation) amaçlanıyorsa, yani geniş sayıda insanı belli yönde davranma, hissetme, düşünme ve bilmeye ikna etme amacından yola çıkılıyorsa, uygun formül, kitlelere yönelme olacaktır. Böylece kurulan çoğaltmaya dayalı kitlesel iletişim, demokrasi için yarardan

3. Raymond Williams, *Culture and Society*, Chatto and Windus, Londra, 1958, s. 301.

çok zarar getirecektir. Herkese seslenebilecek genel-geçer değerlere yönelinirse insanların yaşam deneyimlerinin basite, en aza indirgenmesi sorunuyla karşı karşıya kalınacaktır. Oysa, yazarın dediği gibi, demokrasi "yarım-dünya" görüntüsünün herkes tarafından paylaşılması değildir.[4]

Modern toplumda bilgi, haber alma ve yayma sisteminden "iletişim" diye söz edilmesine karşı çıkanlara göre, yapılan iş, "tek bir kaynaktan kimliği belirsiz çoğunluğa mesaj göndermek" olmaktadır. Televizyon programlarının üretiminde çalışanlar ise "kalabalık avcıları" ve "gözbebeği toplayıcıları"dır.[5]

İstenen yönde güdümlendiği söylenen insanın yanılsamalı algılamaları, onun tümüyle edilgen olduğunu kanıtlayan bir durum değildir. Çağdaş yaşamda insan kültürlenmesini ömür boyu sürdürmeye zorunludur. İçinde yaşadığı, değişmeyen bir dünyayı anlatan tümlüklü bir gelenek değildir çünkü. Tersine her gün değişen, değiştiği için de uzun boylu öğrenilmeye değmeyen değerler ve ilkelerdir. Bu durumda, yaşamını kolaylaştıracak bir rehber olarak kitle iletişim araçlarına yönelmesi neredeyse kaçınılmaz görünmekte ve bu görünüm nedeniyle, izleyici birey kendi edilgenliğini fark etmemekte, kabul etmemektedir.

Toplumsal denetimde bireyin yönlendirilmesiyle ilgili olarak David Riesman'ın görüşlerine başvurmak, konumuz olan kitle toplumunda kültür standartlaşmasında aydınlatıcı olacaktır. Riesman, toplum içinde yaşamakta olan üç ayrı karakterde insan tipi çizmektedir.[6]

---

4. y.a.g.e., ss. 304-305.
5. Robert L. Shayon, *The Crowd Catchers*, New York, Saturday Review Press, 1973, ss. 12-15.
6. Ünsal Oskay, *"David Riesman'ın Görüşleri"*, A.Ü. Basın Yayın Y.O. Yıllığı, VII, 1982, Ankara, ss. 49-69.

1. Geleneklerce yöneltilen insan,
2. İlk yetiştiriminden edindiği içsel değerleriyle, yaşamını kendisi yaşayan "içselliğince yöneltilen insan",
3. Hep başkalarının ne diyeceğine göre yaşayan "başkalarınca yöneltilen insan".

Kendi içselliğiyle yönlendirilen insan, toplumsallaşmaya yatkın biridir. Ancak davranışlarının kamuya açıklanan biçimsel yanlarıyla topluma uyum sağlamakta, bu biçimsel davranışlarının dışında kendi kişiliğindeki bazı temel ilkeleri yitirmeden, kendi tutarlı kimliğini koruyarak toplumsallaşmaktadır.

Geleneklerce yöneltilen insan ise, ilk eğitimcileri olan ebeveynleri aracılığıyla toplumsallaşmaktadır. Bu kişiler, toplumsal yaşama uyumlanırken kendi bireyliklerine özgü farklılıklar göstermezler. Ancak görünürdeki biçimsel davranışlarında benzeşmelerine karşın, fırsat buldukça, kimsenin görmeyeceği alanlarda farklılıkları ortaya çıkabilmektedir.

Başkalarınca yöneltimli insan kendini "kişi" olarak tasarlamakta güçlük çeker. Başkalarının onayını alıp almayacağını düşünerek davranışlarını ayarlar. Eric Fromm'un "pazarlayıcı adam", Mills'in "bilinmedik yere ayak basmayan adam", Arnold Green' in "orta sınıfın gelişememiş oğlan çocuğu" dediği bu insan tipi kültürlenmesini ana-babasının yanı sıra arkadaşları, çalışma yaşamındaki üstleri ve kitle iletişim araçları ile sürdürmeye zorunludur.

Riesman, endüstrileşme ile birlikte, 19. ve 20. yüzyıl toplumlarında kişilerin toplumsallaşmasının ve dünyayı öğrenmesinin yeni bir iletişim biçimi olan kitle iletişimi aracılığıyla olduğunu, bu dönemde iletişimdeki "anlatan" ve "dinleyen"in dünyalarının ayrıldığını söylemektedir. Kültürel ürünlerin yaygınlaştırılmış

tüketim metaları haline dönüştürülmesiyle birlikte, içselliğince yöneltimli insan tipine yaşam olanağı bırakılmamakta, başkalarınca yöneltimli kişilik, gerçek alternatif işlevlerini yerine getiremeyen alt kültür topluluklarının üyesi olarak sözde-bireyselliğini sürdürmektedir. Çalışma yaşamındaki başarılar bile, yapılan iş ve olgularla değil, "ilgili başka insanlarla" kurulan iyi ilişkilere bağlı olduğu için, her tür davranışında başkalarının onayını göz önüne almak zorundadır.

İnsanın olumlanamayacak bu edilgenliğini endüstri toplumuna bağlayan Riesman'ın, modernizmin sorunlarının çözümlenebileceğine inanmayarak, geçmişe dönük (nostaljik) bir kötümserlik taşıması eleştirilmektedir.[7]

Herbert Marcuse de, basitleştirilmiş bir anlatımla, çağdaş teknolojinin ve bunun sonuçlarının bireyi kendine özgü gelişme potansiyellerinden alıkoyarak, tek boyutlu hale getirdiğini görüyoruz. Ona göre, düşünce ve anlatım özgürlükleri, var olan işleyiş biçimleriyle, bireylerin gereksinimlerini her gün biraz daha karşılar gibi görünen bir toplumda, temel eleştirici işlevlerinden uzaklaşmaktadır.[8] Bireye tanınan özgürlük alanı, yalnızca kendisine verilen seçenekler arasında bir seçim yapma özgürlüğüne indirgenmektedir.

Marcuse, gerçek gereksinimler ile, bireyin baskı altında tutulmasını sağlamak için belirli çıkar çevrelerinin öne sürdüğü yapay gereksinimler arasında bir ayrım yapmaktadır. Kitle iletişim araçlarından özendirilen gereksinimler de işte bu yapay gereksinimlerdir.

Kurt Lang ise, kitle iletişim araçlarının sunduğu düşük düzeyli kültürel ürünlerin gerçekte kitle beğenisini yansıtmadığını ileri sürmektedir. Mills ya da Williams gibi toplumsal eleştiri boyu-

7. y.a.g.e., s. 65.
8. Herbert Marcuse, *Tek Boyutlu İnsan*, Çev. Afşar Timuçin, Teoman Tunçdoğan, May Yay., İstanbul, 1975, s. 17.

tuna girememekle birlikte Lang, popüler beğeni ile kitle kültürünün ayrımını görmeye çalışmıştır. Ampirik izleyici araştırmalarından yola çıkarak, kitlesel çekiciliğe sahip ürünlerin; çok yönlü beğenilerin geniş ölçüde doyurulmasından, karşılanmasından çok, ayrı bir "çoğunluk" zevki geliştirdiğini söylemiştir.[9] Kitle iletişiminde çalışanlara göre, izleyiciler, birtakım genel varsayımlara uyularak "ısmarlanmış" insanlardır. Böylece kitlesel çekiciliği olan ürünler, belirli bir eğilimi olmayan genel kamunun "ortalama" beğenisinin basit bir yansıması değildir. Lang'in yaptığı ayırım ne var ki, kitle iletişimcilerine yönelik bir uyarı durumundadır. Çünkü kendisi izleyicinin istediği zaman kendisine verilenleri geri çevirebileceğine ve bu iletişim akışının yönünü değiştirebileceğine inanmaktadır. Ona göre etkin olan, "great audience" (büyük izleyici)tır.

Doğru bir ayırım yapmak gerekiyorsa; kitle kültürünün, popüler kültürden ayrı olarak, endüstrileşmenin, tüm eğlence ve sanat türlerine getirdiği değişimi, her türlü kültürün kitlesel halde üretimle yaygınlaşmasını ve bayağılaştırılmasını vurguladığını benimsemek gerekir[10]. Popüler kültür ise, kentleşmenin var olduğu her türlü üretim biçiminde gözlenen "halklaştırılmış" kültürü göstermektedir. Bu ikisinin kesiştiği nokta, belirli yaratım süreçlerine gereksinim duyan özgün kültür parçacıklarını, bu yaratım süreçlerinden bağımsızlaştırarak yaygınlaştırmasıdır.

Nelerin kitle kültürü ürünü olarak kabul edileceğine ilişkin çeşitli sınıflandırmalar yapılmaktadır. Bu tanımlar arasında her toplum için geçerli olabilecek tanım, Leo Bogart'ın ölçütlerine dayandırılabilir kanısındayız. Bogart'a göre kitle kültürü ürünü ölçütleri şöyledir:

---

9. Kurt Lang, "Mass Appeal and Minority Tastes", *Mass Culture*, a.g.e., s. 379.
10. Veysel Batmaz, "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", *İletişim*, A.I.T.A. Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Y.O. Yıllığı, 1981/1, s. 176.

1. İzleyici kitlenin geniş ve heterojen olması,
2. Sanatçı ve özleyici arasında doğrudan eleştirel bir ilişkinin yokluğu,
3. Başarı ölçüsü olarak tecimsel ölçütün benimsenmesi,
4. İzleyicinin baştan "özdeşleşebileceği" basit, tutucu temalar ve sembolik, stilize insan unsurlarının kullanılması,
5. İzleyiciden düşük düzeyde bir dikkat ve çabanın talep edilmemesidir[11].

Buradan, geniş ve heterojen bir kitleye seslenen, doğrudan bir karşılıklı iletişime ve eleştiriye olanak vermeyen, tecimsel başarıya dayanan, izleyicinin özdeşleşmesinin esas alındığı genellemelerin yapıldığı ve yoğun bir ilgi gerektirmeden izlenebilen ürünler, kitle kültürü ürünleridir, diyebiliriz.

Kitle kültürü ürünleri, Ünsal Oskay'ın dediği gibi, kişinin reel toplumsal yaşamını "haklılaştırıcı" ve kaçışçı fantazyayı yaşamın zorunlu öğesine dönüştürücü bir işlev üstlenmektedir. Batı toplumlarındaki yönetim felsefesi geleneğindeki "aydınlanmış yurttaş"a erişme amacı da değişerek, kısa sürede davranışları belirli bir yönde değiştirilmek istenen ve "müşteri" durumuna indirgenmiş kitle toplumu insanına seslenme biçimine dönüştürülmektedir[12].

Siyasal iktidarın yenilenmesine yol açıcı nitelikteki genel seçim kampanyalarından, geniş kitleler için üretilen her türlü sanat ürününe dek her şey kitle kültürü ürünü halinde sunulabilir. Kitle kültürü ürününe dönüştürülen sanat ürününün orjinali kendi özgüllüğünden bir şey yitirmese de, seslendiği bireylerin algıla-

11. Leo Bogart, "Comic Strips and Their Adult Readers", *Mass Culture*, a.g.e., s. 190.
12. Ünsal Oskay, *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, a.g.e. s. 341.

malarında kolaylaştırmanın getirdiği bir yüzeyselliğin ön planda olacağı açıktır. Oysa sanat, tıpkı gerçek sevgi gibi, ancak kişisel, sürekliliği olan, bütünlüklü bir ilişki olarak "anlamlı bir yaşam deneyimi" haline gelebilir[13]. Bu gerçekleşemeyince sanat yalnızca kasvetli bir eğlence olacaktır.

Kitle marketi için üretilen ürünleriyle, kitle kültürünün standartlaşmaya konu olduğu aşikârdır[14]. Kanımca kültürel ürünlerdeki bu standartlaşmanın insanlık için bir "asgari müşterek" yani temel ortaklık zemini haline gelmesi, bu haliyle kutsanacak, yüceltilecek bir durum değildir, çünkü toplumsal karşılaşmalardaki niyetin ve hedefin göz ardı edilmesine yol açmaktadır. En iyimser bakışla, niyetin açığa çıkartıldığı karşılaşmalarda, ortak referans biçiminde kullanılabilen klişelerdir kitle kültürü ürünleri.

## *GERÇEKLİĞİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARIYLA ALGILANIŞI*

Modern yaşamın teknik olanakları karşısında insanın kendi çevresi içindeki etkinliğini ve gerçekliği algılayışı sorunsalını Avrupalı yazar ve düşünürlerin çalışmalarında yoğun olarak görmekteyiz. 20. yüzyılın başlarında doğmuş ve Amerika'nın 1920'lerdeki "refah" döneminde gelişkin okur-yazar olmuş ABD'li yazar ve düşünürler, teknolojik rahatlıkların büyüsüne kapılma eğiliminden kolay kurtulamamışlardır. Toplumbilim alanında tüm sorunların, gerekirse özel olarak geliştirilen laboratuar ortamlarında gözle görülür hale getirilip çözümlenebileceği inancı yay-

13. Ernest Van Den Haag, "Of Happiness and of Despair We Have No Measure", *Mass Culture*, a.g.e., s. 516.
14. Harold L. Wilensky, "Mass Society and Mass Culture", *Reader in Public Opinion and Communication*, a.g.e., s. 295.

gmdı bu araştırmacılar arasında 1950-60'larda çeşitli sosyal araştırma enstitülerinin başlarında bulunup, günümüzde varlığını hala sürdüren ampirik araştırmaları yönlendiren ABD'li toplumbilimcilerin entelektüel oluşumları, refah döneminin izlerini taşımaktadır. Oysa aynı yıllarda Avrupa, modern teknolojinin kullanımıyla değişmeye başlayan 19. yüzyıl geleneğini edebiyat incelemeleriyle tanımaya çalışan, değişimi içinde yaşadığı büyük kentin caddelerinde yakından "hisseden" entelektüellerin, kendi toplumlarım sorguladıkları bir kıtadır.

ABD'de 1960'lardan başlanarak ilgi çeken "kitle kültürü", "kitle toplumu" kavramları, II. Dünya Savaşı Almanyası'ndaki rasyonel sosyalizmin insan kıyımını, kitlelerin yanlış bilinçlendirilmeye sürüklenmesinin acı sonuçlarını (üstelik Yahudi kökenli iseler) bizzat yaşayan Avrupalı aydınlar tarafından 1930-1940'larda Eleştirel Okul/Frankfurt Okulu çerçevesinde tartışılarak, kendi döneminin düşünsel olgunluğu içinde geliştirilmeye çalışılıyordu.

Alman oyun yazarı, şair, tiyatro yönetmeni ve kuramcısı Bertolt Brecht (1898-1956), Alman edebiyat eleştirmeni ve düşünürü Walter Benjamin (1892-1940) ve Alman felsefeci, toplumbilimci Theodor Adorno (1903-1969) kitle iletişim araçlarının kullanımı, sanat ve gerçeklik üzerine yaptıkları çalışmalarla birbirlerini olduğu kadar, ABD'li araştırmacıları da etkilemişlerdir. Özellikle şiir, tiyatro ve sinema ile ilgilenen Brecht ve Benjamin'den daha genç olan ve ABD'de çalışmalarını sürdürme olanağı bulan Adorno, televizyon ve kitle kültürü ile yakından ilgilenebilmiştir.

Anders'in, kitle iletişimiyle ilgilenen toplumbilimciler için günümüzde de ilginçliğini sürdüren makalesinde kullandığı kimi kavramlar, yukarıda sözünü ettiğimiz yazarların ilk kez üstünde durdukları ve kendi aralarındaki yazışmalarında ele aldıkları

kavramlardı. Örneğin, "klişeleşmiş kitlesel ürünler"i, Benjamin'in gazete basımındaki tefrika sayfaları incelemesi sırasında, Adorno'nun dikkat çektiği *Schablonstil* (klişe üslup) deyiminde görüyoruz[15].

Kitle insanının kendi evinde inzivaya çekilmiş haldeyken kitlesel ürünü kullanmasıyla ilgili olarak, Benjamin'in gelişkin düşünsel birikimiyle; Baudelaire'in kalabalıklar ortasındaki yalnız insanını, üstü kapalı pasajlarıyla insanların sığınabilecekleri Paris'in gezinti mekânlarını çözümlerken kullandığı "iç mekân"ın insanın kalıcılığını sağlamadaki öneminden söz edişine bakılmalıdır[16].

Yine Benjamin'in, günlük yaşamın rutini içinde koştururken yitip gitmekte olan zamanı ancak düşünür-gezer (flaneur) olanların kavrayabileceklerine dikkat çektiğine değinelim[17].

Anders, çağdaş insanın gerçek deneyimlerden uzaklaşarak, izleyicinin "düş dünyasında gezinen bir röntgenci tipine" dönüştürüldüğünü söylerken, sanırız düşünür-gezer karşıtı sıradan insandan söz ediyordu.

Kitle iletişim ürünlerindeki tiplemelerin yarattığı yanılsamalı yakınlık duygusuna değinecek olursak, modern sanat ürünlerinde izleyicide oluşturulmaya çalışılan Aristocu anlayıştaki "katharsis" in yani yaşanan günün doğurduğu duygulanımların benzerlerini sahne ya da ekranda görerek duygu boşalımının sağlanmasının yol açtığı edilgenliğe karşıt olarak Brecht'in geliştirdiği "epik tiyatro" kuramından söz etmek gerekecektir. Buna geçmeden önce, kitle kültürü içinde televizyonun yerini belirlemeye ça-

15. Theodor Adorno, "Walter Benjamin'e Mektuplar", *Estetik ve Politika*, Çev. Unsal Oskay, Eleştiri Yay., İstanbul, 1985, s. 166.
16. Walter Benjamin, *Estetize Edilmiş Yaşam*, Çev. Ünsal Oskay, Dost Yay., Ankara, 1982, ss. 22-23, ve T. Adorno, y.a.g.e., s. 170.
17. Benjamin, y.a.g.e., ss. 16-17,23.

lışan ve bir toplumbilim ansiklopedisinde yer alan bir makaleye bakalım[18].

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına oranla, kitle kültürünü oluşturmada daha etkin olduğu yolundaki bu görüşe göre; televizyon izleyicileri diğer kitle iletişim araçlarından daha "amorf" (belirsiz) ve daha az "seçilmiş"tir. Bu nedenle Hoggart'a göre televizyon, (globalleşme iyimserlerinin 2000'li yıllarda hâlâ benimsedikleri gibi) her kesime seslenen, sınıfsız bir kitle iletişim aracıdır. İzlendiği yerde, çoğunlukla evlerde izleyiciyi "avlayarak" tutmak zorundadır. Tüm kitle iletişim araçlarında olduğu gibi bir sürekliliği sağlamak zorundadır. Televizyon bir kurum olarak çalıştırıldığı zaman, programcı ve yapımcı (yani tümüyle iletici) uzmanlarla izleyici halkın arasında yakınlık kurulması hep sorun yaratacaktır; çalışanlar uzmanlaştıkça izleyiciden uzaklaşırlar. Beğenilerin oluşturulması konusunda ise televizyon, beğenileni tümüyle değiştirmek yerine, yan olanları pekiştirici etki yapar. Bu etki ekrandaki kahramanla kimlik benzerliği hissedildiği zaman artar. Televizyon; yaşamın en "sıradan" sıradanlığını yükselterek, dramatik bir önem veriyormuş gibi sunar. Sunduğu bu gerçeklik duygusu ve Brechtgil uzaklık kırışından (uzağı yakınlaştırmasından) dolayı hepimiz televizyon izlerken, yaşamın dramasının kaldırım izleyicileri oluruz[19].

Yazarın televizyona yüklediği Brechtgil gerçekliğin yerinde bir benzetme olmadığı kanısındayız. Brecht epik sergileme anlayışında gerçeğin, izleyiciler tarafından entelektüel bir süzgeçten geçirilerek kavranılmasından yanaydı. Ona göre, görünürdeki gerçeklerin derinliğinde yatan "asıl" olanı kavrayabilmek ve bunu sanat ürünlerinde yansıtabilmek için duygusal coşkunluğa ka-

18. Richard Hoggart, "Television and its Place in Mass Culture, *"International Encyclopedia of the Social Sciences"*, Cilt III, Free Press, 1968, ss. 64-68.
19. y.a.g.e., ss. 67-68.

pılmadan, ne yaşandığının farkına varılarak, yaşamın bütünlüğü içinde kapsamlı bir bakış gerekliydi. Sanatın kurgusal işlevi, gerçekten "bir şey kurmak", "yapay", "belli bir konuma oturtulmuş" bir şey kurmak için gereklidir[20].

Brecht, Aristocu "katharsis"i yani izlenen kahramanın yaşamını yöneten kaderle özdeşleşerek izleyicilerin duygularından arınmalarını reddetmiştir. İzleyici epik tiyatro ürününü rahatlamış bir ilgiyle izler, çünkü izleyicinin özdeşleşme kapasitesine hiç seslenilmemektedir. Epik tiyatronun sanatını oluşturan, özdeşleşmeden çok şaşkınlık yaratmaktır. İzleyici, kahramanın içinde bulunduğu koşullara şaşırmayı öğrenmeye yönelir[21].

Gerçek yaşamın akışına "set çekilmesi", akış durduğu anda kendini bir geri tepme olarak hissettirir; şaşırmadır bu geri tepme. İnsanın belirli bir biçimde tanınabileceğine ilişkin basit gerçeği görmek bir zafer duygusu yaratır. İnsan toplumsal koşulların ağırlığı altında mekanik, "deliğine tıkılmış", dirençten yoksun bir şeymiş gibi ele alınmadığı takdirde, insanın çevresi tarafından, çevresinin de insan tarafından değiştirilebilmesi mutluluk kaynağıdır[22].

Brecht'in aradığı "üretici" bir gerçekçiliktir[23]. Ürünlerindeki sunum biçimi de verfremdung terimiyle anılan "yabancılaştırmadan yabancılaştırma"dır. Yaşanan günün koşullarının insanı kendi özüne, kendi gerçekliğine yabancılaştırdığına inanan yazarlardan biri olarak Brecht, bu yaşanan durumdan uzaklaştırma yöntemi uygulanırsa insanın ne yaşadığının farkına varabileceğini

20. Bertolt Brecht, *Sinema Yazıları*, Çev. Bertan Onaran, Yurdanur Salman, Görsel Yay., İstanbul, 1977, s. 49.
21. Walter Benjamin, *Brecht'i Anlamak*, Çev. Haluk Barışcan, Aydın İşisağ, Metis Yay., İstanbul, 1984, s. 42.
22. y.a.g.e., s. 37.
23. Brecht, *Sinema Yazıları*, a.g.e., s. 227.

söyler. Bu farkına vardırma, mantıksal bir zorunluluktur, çünkü alışkanlıklar ve yakınlık, olguların kavranmasını engeller[24].

Brecht'e göre insanoğlu nicedir gerçekliği bütünüyle yaşayamaz olmuştur. Gerçekliğin ancak yaşanabilen yanlarını veren sanat ürünleri de bu gerçekliği yeniden yaratmamaktadır. Bu durumda yapılacak şey, gerçekliği kışkırtmak, göze görünür hale gelmesi için gerçekliğin evrim sürecine biçim vermek, hızlandırmak ve yoğunlaştırmaktır.

Bölük pörçük yaşanan gerçekliğin eleştirilebilecek kadar açık bir biçimde sunulmasıyla gerçekliğe doğru anlamıyla yaklaşabilmeden söz etmektedir Brecht. Kendisinin tiyatro, sinema, fotoğraf, basın ve radyoyla yakından ilgilendiğini biliyoruz. Zihinsel değerlerin kitle iletişim araçları yoluyla yayılarak meta haline gelmesinin geleceğine umutla bakmaktadır. Radyo için de; "yalnızca yaymayı değil, dinlemeyi de öğrense", dinleyiciyi konuşmaya yöncltebilsc, onu "yalnızlığa iteceğinc" başkalarıyla ilişki kurmaya yöneltse, mükemmel bir kitle iletişim aracı olarak, büyük bir yönlendirme dizgesi haline gelebileceğini söylemiştir[25].

Brecht'in televizyon izleme ve inceleme olanağı bulup bulmadığını, televizyon konusunda bir yazısına rastlamadığımız için bilemiyoruz*. Ancak; Hoggart'ın televizyon izlerken, dramatize edilmiş ve evlerimize getirildiği için uzaklığı kalmamış yaşam görünümlerinden söz ederken Brecht'e gönderme yapması üzerine bir karşılaştırma yapmak gereğini duyduk. Kanımızca Brecht kendi geliştirdiği "epik söylem" yönteminin belki televiz-

24. y.a.g.e., s. 230.

25. y.a.g.e., s. 132.

* Bertolt Brecht 1898-1956 yılları arasında yaşadı. İlk düzenli televizyon yayınları ise İngiltere'de 1936, ABD' de 1939 yılında başladı. Brecht 1935-41 yıllarında ABD'de film çalışmaları yaptı. Bu yıllarda ya da 1945 sonrası Almanya'da televizyon izlemiş olabilir. Ancak basılmış yazılarında düşüncelerine rastlanmıyor.

yona da uygulanabileceğini düşünebilirdi. Halk ve yayıncılar arasında karşılıklı bir iletişim aracı haline gelme potansiyeli göz önüne alınarak böyle bir beklentiden söz edilebilir. Oysa gerek Hoggart'ın makalesinin yazıldığı 1968'de, gerek aradan geçen yıllardan sonra günümüzde, televizyon programlarında çeşitli sunum teknikleri deneniyor olsa da, Brecht'in benimsemediği "özdeşleşme" yöntemi, çok izlenirliliği sağlayıcı bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Özdeşleşme varlığını sürdürdükçe, yaşanan güne eleştirel bir bakışın ne denli gerçekleştirilebileceği kuşkulu karşılanmalıdır. Dahası, Hoggart'ın "var olan beğenilerin pekiştirici" etkisinden söz ettiği televizyon programlarının aynı zamanda Brechtgil gerçekliği yakalaması, bir arada kullanıldığı süreç içinde olanaklı değildir.

Sanat ürünü yaratıcısının gerçekliğe yakınlığı sorunsalını, Brecht'in de yakın arkadaşı olan Walter Benjamin ilginç bir benzetmeyle ele alıyor. Benjamin'e göre; büyücü ile cerrah arasındaki ilişki, ressam ile kameraman arasındaki ilişkiye benzemektedir[26]. Ressam gerçeklikle kendisi arasına doğal bir uzaklık koyarak sanat yapıtını oluşturur. Oysa kameraman gerçekliğin dokusunun derinliğine iner. Ressamın yarattığı başlı başına bir bütün, kameramanınki ise bölük pörçüktür: Bu parçalar kurgulanarak yeni bir gerçeklik oluşturulur.

Benjamin, teknik çoğaltım çağında sanat yapıtının konumunu incelediği makalesinde, sanat yapıtının var olduğu zaman ve mekândaki "biriciklik" niteliğinin, teknik olanaklarla yeniden çoğaltılması sırasında yok olduğuna dikkat çekmektedir. Bu biriciklik olgusu, konumuz açısından, gerçekliğin yeniden üretilmesiyle ilgilendikçe önemini sürdürecektir. Kültürel ürünlerin kitle-

26. Benjamin, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", *Mass Communication and Society*, Der. James Curran, et.al.The Open University, Londra, 1977, s. 400.

sel tüketimiyle ilgili olarak Benjamin 1936 yılındaki ilk yazılış tarihi için önemli olan şu saptamayı yapmaktadır:

Kitlelerin, nesneleri uzamsal ve insansal açıdan "yakınlaştırmak" yolundaki tutku derecesine varan isteği ile, her olgunun biriciklik niteliğini çoğaltım yoluyla aşma eğilimi, günümüz yaşamında kitlelerin artan önemini göstermektedir.

Teknik olanakların artışının Benjamin için, popülerlikle birlikte kitlelerin sanat ürünlerine yaklaşabilmesi umudunu getirdiğini söylemekle yetinelim. Bu iyimserliğinin Brecht'ten kaynaklandığını ve pek uzun sürmediğini, yakın arkadaşı Adorno'nun yazılarından öğreniyoruz.

Adorno, Benjamin'in "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı" makalesini okuduktan sonra yazdığı eleştirisinde Benjamin'i romantizmle suçlamış, kitlelerin sanat ve kültür etkinliklerinden "gelişkin bir zevk" duyacaklarına ve bu etkinliklerde yer alacaklarına inanmadığını söylemektedir[27]. Adorno'ya göre kitleler yeterince teorik bilgiyle donatılmış olmadıkları için, eleştirel olmayan, anlık algılama içinde oldukları sürece, sanatın özgürleşimci işlevleri geçerli olamayacaktır. Sanat ürünlerinin teknik olanaklarla çoğaltılmasında, yeni sanat formlarının üretimini belirleyen toplumsal koşullar üzerinde durmak gerektiğine dikkat çekmektedir Adorno[28].

Benjamin de daha sonraki yazılarında teknolojiye aşırı iyimser bakışını yitirmiş, teknolojinin insan yaşamını tekdüzeliğe ittiğini ve insanın algılamalarını dolaysız algılamalara indirgediğini söylemiştir. Öyle ki, modern toplumda kitle iletişimine geçişle birlikte insan, dünyayı kendi yaşam deneyimleriyle tanıma alışkanlığını, olanağını yitirmektedir. Tümlüğü içinde algılayıp anlamlandıramadığı toplumsal yaşamın totalitesi karşısında tek

27. Adorno, "Walter Benjamin'e Mektuplar", a.g.e., ss. 180-181.
28. y.a.g.e., s. 178.

başına kaldığı ve yaşama bir anlam veremediği duygusuna sürüklenen insan "fantazyalarına" sığınmaktadır[29].

Adorno, günümüzdeki popüler kültürün kökenlerini 17. yüzyılın sonlarında İngiltere'de orta sınıfın gelişmesinde görmektedir. O zamanın yalnız roman ve dans müziklerinde kendisini gösteren popüler kültür bugün her türlü sanatsal ifade aracına yayılmış durumdadır[30].

Değişen toplumsal kalıplar standartlaştırılıp yaygınlaştırılmaktadır. Katı bir kurumsallaştırma halindeki bu durum modern kitle kültürünü beklenmedik biçimde, psikolojik kontrol aracına dönüştürmektedir. Modern kitle kültürünün yinelemeciliği, özdeayrılığı ve her yerde bulunabilirliği, bireysel direnme gücünü zayıflatıp "otomatize" tepkiler yaratma eğilimindedir[31].

Adorno'nun geliştirdiği "kültür endüstrisinin duyarsızlaştırdığı kitleselleştirilmiş insan" saptaması, Frankfurt Okulu'nun liberal toplum realitesiyle uzlaşmayı reddeden tavırlarının bir sonucuydu[32]. 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.

Adorno'ya göre, eski popüler kültür romanlarında okuyucu tüm dikkatini okuduğuna vererek olayların gelişimindeki çeşitliliği izlemek durumundaydı. Oysa günümüzde bu çeşitlilik sayıları çok azalan bir kaç seçenekle sınırlıdır. Artık her televizyon

29. Ünsal Oskay, "Walter Benjamin'de Tarih, Kültür ve Fantazya", *Estetize Edilmiş Yaşam*, a.g.e., ss. 157-162-164.
30. Adorno, "Television and the Patterns of Mass Culture", *Mass Culture*, a.g.e., s. 475.
31. y.a.g.e., s. 476.
32. Martin Jay, *Diyalektik İmgelem*, Çev. Ünsal Oskay, Ara Yay., İstanbul, 1989, ss. 398-404

izleyicisi programın nasıl sona ereceğini az çok bilir. Gerilim belirli bir düzeyde vardır, ama ciddi bir şaşırtıcı etki bulunmaz. Tam tersine, izleyici kendini her an güvenlikte hisseder. Bu güvenlik alanı bir çeşit korunma isteğini yansıtır. Her şey önceden belirlenmiş gibidir.

Modern kitle kültürünün güçlenmesine, izleyici kitlenin toplumsal yapısındaki değişim neden olmaktadır. Adorno "otoriteryen kişilik" dediği yeni insan tipinin, işte bu kitle kültürü ürünlerinin tüketicileri olduğunu söylemektedir.

Otoriteryen kişilik; konformist, katı ve donmuş tutumlara ve bir toplum imgesine tutkun ve bunları sarsabilecek etkilere karşı dirençli kişiliktir[33]. Otoriteryen kişilikteki içsel çelişkiler ve psikolojik dengesizlik, tutarsızlık, popüler kültür ürünlerindeki sorun çıkarmayan, klişeleşmiş kişiliklerin sunumunu izleyerek rahatlığa kavuşmaktadır[34].

1954'te yazdığı bu kısa ama çok önemli makalesinde Adorno, o günün popüler kültürünü, 20. yüzyıl öncesinin popüler kültürüyle karşılaştırarak incelemektedir. Geçmişte kalan popüler kültür ürünlerinin açık nahifliğine karşın, modern kitle kültürünün yaşanan güne ilişkin olmak zorunda kaldığını söylemektedir. Yaşanan güne ilişkin olunca ise "gerçekçi" olmak ya da "gerçekçi gibi görünmek" ve bunun için de geniş kitlelerin beklentilerine uygun olmak zorundadır. Kitlelerin beklentilerini sınırlayan içsel engeller -yoğun düşünce, entelektüel çaba, bilgelik- sürekli olarak en aza indirgenmelidir.

Eski popüler kültürün toplumsal ideolojisi ile tüketicilerin yaşadığı günün toplumsal koşulları arasında belli bir denge vardı. Modern popüler sanatta bu "ideoloji" ile "yaşanan" dengesi fark-

33. Adorno, "Bağlanma", *Estetik ve Politika*, a.g.e., s. 274.
34. Adorno, "Television and the Patterns of Mass Culture", *Mass Culture*, a.g.e., s. 477.

lı bir biçimde, gizli ve açık "mesajın" örülmesiyle, işlenmesiyle verilmektedir. Gizli, saklı mesaj, bilinç denetimlerinden sıyrılabileceği için, açık olan mesajdan daha önemli ve etkili olmaktadır.

Adorno'ya göre televizyon programlarındaki temel eğilim, izleyicinin tepkisini yönlendirmek olduğundan yapılan iş, izleyicinin "entelektüel edilgenliğini" sağlamaktır. Bu nedenle programların yüzeydeki açık mesajı totaliteye karşı olsa da, totaliteryen inanca uygun olmaktadır[35].

## *TELEVİZYONUN YARATTIĞI DÜŞ DÜNYASI*

Georg Simmel, iki insan arasındaki konuşmanın pek çok değişkenli olduğunu ve derin konulara değinebileceğini; bir üçüncü insanın katılmasıyla konuşmanın değişip uzlaşmaya girmesi gerektiğini vurgulamaktadır[36]. Grup büyüdükçe uzlaşma çoğalır ve konuşma sınırlanır, konular gitgide genel ilgi alanlarında toplanır. Grup, izleyici kitle ölçüsüne ulaşınca, kesinlikle hiç bir şeyin genel ilgi olamayacağı ya da genel ilginin yüzeysel ilgilenmeye katılmayanlara uymayacağı beklenmelidir. Tek bir kaynaktan kimliği belirsiz çoğunluğa gönderilen mesajlarla en yüklü kitle iletişim aracı olarak kabul edilen televizyon, izleyici çoğunluğun haber alma, ilgilenme, seçme ve toplumsal yaşama katılma haklarını engellediği gerekçesiyle, 1950'li yılların ilk yarısından başlayarak eleştirilen, giderek suçlanan bir araç durumuna gelmiştir.

Televizyon üzerine yazılan ilk makalelerden biri olan "The

35. y.a.g.e.
36. Rolf B.Meyersohn, "Social Research in Television", *Mass* (der.), David M.White, Bernard Rosenberg, Free Press, New York, 1964, s. 352.

Phantom World of TV"nin yazarı Gunther Anders'in görüşleri, uyandırdığı kitle kültürü ve televizyon ilişkisi tartışmalarıyla üzerinde durmaya değer[37]. Anders'in düşüncelerini, başlıklarını kendisinin koyduğu altı bölüm içinde özetlemeye çalışıp, esinlendiği Alman düşünürlerinden ve ileri sürdüğü görüşlere karşı çıkanlardan söz edeceğiz.

*I.*

*Çağdaş kitle tüketimi, tek tek uygulamaların bir bütünüdür; her tüketici, kitle insanının üretiminde çalışan ücretsiz ev işçisidir.*

Radyo ve televizyon her evde standart gereç haline gelmeden önce halk, kendisi için üretilen klişeleşmiş kitlesel ürünleri sinema salonlarında topluca tüketiyordu. Kitleye yönelik üretim yapan üretici tek bir metanın yoğun bir kitle tarafından aynı anda ortaklaşa olarak tüketilmesini amaçlamaz. Kitlenin yoğunluğu, yani aynı anda aynı amaçla bir araya gelmiş insanların topluca tüketmeye hazır olması önemli değildir onun için önemli olan, olabildiğince geniş tüketici sayısıdır. Bu sayının genişlemesi için kitlenin parçalanmış olması (kitleyi oluşturan bireylerin farklı amaçlarla izleyici durumuna geçmeleri) yani atomize edilmiş olması üreticinin yararınadır. Sinema salonlarında gerçekleştiği varsayılan; kitlesel ürünün kitle tarafından tüketilmesi, radyo ve televizyonun ortaya çıkmasıyla yok olmuştur. Kişiliksiz, belirsiz bir nesne olarak kabul edilen kitle insanına yönelik kitlesel üretim radyo ve televizyonla hızlandırıldı. Böylece kitle insanı evlerinde inzivaya çekilmiş ama birbirleriyle bağdaşık milyonlarca birey olarak üretilmektedir[38].

37. Gunther Anders, "The Phantom World of TV", *Mass Culture*, a.g.e., ss. 358-367.
38. Anders, a.g.e., s. 358.

Anders'e göre, insan kendisine sunulan kitlesel ürünü boş zamanında tüketerek kendisinin kitle insanı olmasına yardımcı olduğu için bir ev işçisidir. Eskiden ev işçisi kendi tüketimi için boş zamanını en az düzeyde harcayarak kullanacağı meta ile uğraşırdı*. Çağdaş insan ise boş zaman ürünlerini en yüksek düzeyde tüketmektedir. Kitlesel insanın üretilmesi için günümüzde insanların kitle oluşturacak biçimde toplanması gerekmemektedir. İnsanın kişiliksizleştirilmesi, akılcılığının düzeysizleştirilmesi kendi evinde gerçekleşmektedir. Bunun için Le Bon'un kalabalık psikolojisi kuramları ya da Hitler'in gönüllü kitle örgütü üyesi oluşturma yöntemlerine gerek kalmamıştır.

İnsan "eğlence" görünümü altında oyalanıp kişiliksizleştirilmekte, insana özgü güçlerinden yoksun bırakılmaktadır. İnsanın istenen biçimde koşullandırılmasında kendi evi en uygun ortam olarak kullanılmaktadır.

*II.*

*Radyo alıcısı ve tele-ekran olumsuz aile masasına; aile minyatür bir izleyici kitlesine dönüşmüştür.*

Kitlesel ürünün evlerde tüketilmesi aileyi aynı fiziksel ortamda bir arada tutmakta ancak ailenin çözülmesine neden olmaktadır. Evde ilgiyi çeken odak noktası olan televizyon gerçek ya da kurgusal olarak hep dış dünyadan söz eder. Bireyin ilgi alanını uzaktaki olgular ve olaylar kaplayınca yakınındaki olgu ve olaylar, insanlar, bireyden uzaklaşmaktadır. Uzak olan yakınlaşınca, yakın olan da uzaklaşmaktadır. Düş gerçeğin yerini alınca, gerçek de düş haline gelmektedir.

---

* "Ev İşçisi" deyimi, toplumsal yapıdaki uzmanlaşmış iş bölümünden uzak kalınabildiği oranda, ev ekonomisinin aile içi tüketim için üretimde bulunduğu ortamlar için söz konusudur. Burada Anders, ironik bir benzetme yapmaktadır.

Eskiden ailenin toplanma yeri oturma odasının ortasındaki büyük masif masaydı. Masa ailenin birleşme merkeziydi, televizyon ise günümüzde masanın toplama işlevini üstlenmektedir, ancak tüm dikkati kendisi üzerinde toplar. Aile bireylerinin birbirleriyle ilgilenmeleri için televizyondaki hareketten gözlerini ayırmaları gerekir. Çünkü ekran karşısındaki oturma yerleri aile bireylerinin yüz yüze gelemeyeceği biçimde düzenlenmiştir. Televizyon ortak bir merkez değil, ortak bir kaçış alanı sağlar. Aile bireylerinin birlikte yaptıkları tek şey, gerçek dışı bir alanda, aslında hiç kimseyle paylaşmadıkları bir dünyada gezintiyè çıkmaktır. Televizyonla birlikte aile minyatür bir izleyici kitlesine, ev ise minyatür sinema salonuna dönüştürülmüştür.

*III.*

*Alıcı setleri bizim yerimize konuşur, bizi konuşmanın gücünden ayırarak edilgen dayanaklara yöneltir.*

Televizyon izleyicilerinin birbirleriyle sesli iletişim kurmamaları gibi, radyo dinleyicileri de konuşma istek ve yeteneklerini gün geçtikçe yitirirler. Romantik bir gezintiye çıkan sevgililer bile yanlarında bulunan radyodaki yayının sesini dinlerler. Kendilerine özgü yakın konuşmaları bir yana bırakıp radyodan dinledikleri sesin önerdiği ya da buyurduğu gibi bir yakınlık kurarlar. Bunu yaparken birbirleri tarafından değil, bir üçüncü kişi; radyo sesi tarafından eğlendirilmektedirler. Böylece uzun zaman konuşmadığı için söyleyecek bir şeyi olmayan, hep dinlediği için dinlemekten başka bir şey yapmayacak bir insan tipi ortaya çıkar. Oysa insanın iç yaşam zenginliği ve duyarlılığı, dilin zenginlik ve duyarlığı olmadan süremez; insan konuşarak kendini dışa vurur ama aynı zamanda dilinin bir ürünüdür.

*IV.*

*Dünyayı ancak evlerimizdeyken görüyoruz.*
*Olaylar bize geliyor, biz olaylara gitmiyoruz.*

Karmaşık gerçeklerle dolu dünyayı içinde dolaşarak anlayabilmemiz olanaksızdır. Dünyada neler olup bittiğini öğrenmek isteyen insan kendi evine koşup, kendisini bekleyen televizyonun düğmesini açmak zorunda kalmaktadır. Gerçeği toplayabilmek için ekrana bakmak yeterlidir. Ancak penceresiz monadlara dönüşürsek evren bize kendini yansıtabilir. Merak ettiğimiz, etmediğimiz her şey bizi evimizde ziyaret eder. İnsanın karşılaştığı bu değişim için şu sonuçları çıkartmaktadır Anders;

a. Biz gideceğimiz yerde dünya bize gelirse artık "dünyanın içinde" değil, dünyanın kayıtsız, edilgen tüketicileri oluruz.
b. Dünya bize yalnız bir imge olarak gelirse, yarı-var, yarı-yok, diğer bir deyişle düş-gibi'dir, biz de düşe benzeriz.
c. Biz onunla konuşmadan dünya bize seslenirse konuşmaktan yoksun bırakılmış, böylece tutsak kalmış oluruz.
d. Dünya kavranılabilir ama eyleme konu olmazsa, gizlice dinleyenlere, gözetleyenlere dönüşürüz.
e. Belirli bir yerde oluşan olay yayınlanırsa, bir başka yerde "yayın" olarak belirirse, yer değiştirebilir, hemen her yerde bulunabilir bir nesne durumuna gelir, kendi uzak bölgesini/özel alanını bırakır.
f. Olay belirli bir yere bağlı kalmazsa ve pek çok kez yeniden üretilirse basmakalıp bir ürün niteliği kazanır, evlerimize getirilmesi için ödemede bulunursak bir meta olur.
g. Gerçek olay yalnızca yeniden üretilmiş biçimiyle bir görünüm olarak toplumsal önem taşırsa, düş ve görünüş, gerçeklik ve gerçekliğin imgesi arasındaki ayırım ortadan kalkmış olur.

h. Yeniden üretilmiş biçimiyle olay, özgün olaydan daha çok toplumsal önem taşırsa özgünlük yeniden üretim açısından biçimlendirilir.

ı. Dünyanın geçerli olan deneyimi böylesi basmakalıp ürünlerde benimsenerek işlendiği zaman içinde yaşadığımız diye anılan "dünya" kavramı çok uzaklarda kalır. Gerçek dünya bir kenara bırakılır, idealistik yönlenmeye doğru gidilmesi kolaylaşır[39].

*V.*

*Dünya evlerimize getirildiği için aramak zorunda kalmayız; sonuç olarak deneyim edinemeyiz. Çağdaş insan ancak başka çare yoksa yolculuk eder.*

Eskiden yolculuk yaparak edindiğimiz deneyim birikimi yerine, bugün dünya gelecekte kullanılmak üzere bir kenara konmuş bir meta gibi bizim için "depolanmaktadır", olaylara gitmek zorunda değiliz. Çağdaş insan gezdiği bölgelerde deneyimli olmak için değil, her yerde olma ve hızlı değişme açlığını giderme isteğiyle yolculuk eder. Hareket hızı ve hareket halindeyken insanın bulunduğu rahat ortam da, kişiyi deneyim edinme olanağından yoksun bırakmaktadır. İnsan her yerde evindeki rahatlığı aramaktadır[40].

*Buradan Anders'in Çıkardığı Sonuç*

a. Gerçekte yabancılaşmış bir dünyada yaşasak da bu dünya bizimmiş, bize benziyormuş, bizim için var olmuş gibi bir yaklaşımla sunulmaktadır.

39. y.a.g.e., s. 363.
40. y.a.g.e., s. 364.

b. Sıradan radyo ve televizyon izleyicisi kendisine hizmet eden dünyaya kendisininmiş gibi yeniden üretilen sesler ve görüntüler biçiminde bakar. Düş dünyasında gezinen bir röntgenci tipine dönüşür izleyici.

*VI.*

*Radyo ve televizyonla evlerimize getirilen dünya bayağılaşmış, zevksizleşmiş bir dünyadır; sözde-yakınlık bir yabancılaşma görünümüdür.*

Yabancılaşma ayrıca ele alınması gereken geniş bir kavramdır. Ancak burada herkes gibi radyo dinleyicileri ve televizyon izleyicilerinin de yabancılaşmış bir dünyada yaşamalarına karşın, yanılsamalı bir yakınlık duygusu içinde olduğunu söyleyebiliriz. Yakın çevremizle, her gün karşılaştığımız insanlarla aramızda aşılması güç iletişim kopuklukları, uzaklıklar vardır. Oysa hiç karşılaşmadığımız ama pek çok kez ekranda gördüğümüz ya da sesini radyodan duyduğumuz sunucuları, film yıldızlarını yakın dostlarımız gibi düşünürüz. Bu yanılsamalı bir yakınlık duygusudur.

Bizim istemimiz dışında evimize konuk olan insanlar, nesneler, olaylar, mekânlar, durumlar sanki yalnızca bizim için var olmaktadır. Gezegenimizdeki ve evrendeki her şey yalnızca eğlence arkadaşıdır bizim için. Bu durum, daha kolay tüketebilmemiz için karmaşıklığın basite indirgenmesidir ve satışı artırıp kazanç elde etmek isteyenler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bugün bizden uzak mekânlarda olan şeyler için geçerli olan bu yanılsamalı yakınlık, zamansal uzaklıkta olanlar için de söz konusudur. Geçmiş de basitleştirilerek zevksizleştirilir. Geçmişteki büyük düşünürler, büyük buluşlar, kolayca anlayabileceğimiz biçime dönüştürülür. Böylece yanlış algılama ile yakınımıza gelen "şey-

ler kendi öz varlıklarından uzaklaştırılmakta, örtülmekte, yabancılaştırılmaktadır.

Gunther Anders'in yukarıda özetlenen makalesi, 1956 yılında Dissent Dergisi'nin, daha önce Alman Der Merkur Dergisi'nde yayınlanan Almancası'ndan İngilizce'ye çevrilerek yayınlanmış ve 1957'de ilk baskısı yapılan Mass Culture derleme kitabında da yeniden basılmıştır.

Dissent Dergisi'nin aynı sayısında Henry Rabassiere, televizyona karşı Anders'in suçlamalarını ağır biçimde eleştirmiştir. Rabassiere'e göre popüler kültür televizyon ortaya çıkmadan önce de vardı. Feodalite zamanında köylülerin eğlencelerinin anlatıldığı yağlı boya tablolarda bayağı, kaba ve ilkel görüntüler de o dönemin popüler kültürünün varlığını yansıtıyordu. Rabassiere'in de söylediği gibi, Anders televizyonu olumsuzladığı yazısında sürekli olarak geçmişi idealize etmektedir. Eskiden televizyon karşısında sıralanmak yerine, büyük masanın etrafında toplanıp birlik içinde konuşan mutlu aileyi yüceltmektedir. Oysa 19. yüzyıl literatürünün konusu bu aile tipinin çizdiği trajedilerle doluydu[41].

Yeni iletişim araçlarının insanlar üzerinde olumsuz etkileri olabilir ama mutlaka bilincimizi köreltmesi de gerekmez. Tarihin her döneminde insanların dünya görüşlerini biçimlendirme amacında olan iletişim kalıplarından yararlanılmıştır. Her dönemde insanlar kendi kayıtsızlıklarını sarsabilecek olan şeylerden çok, kendilerine güven verecek olan şeyleri yeğlemişlerdir[42].

İnsanların gönüllü tutsaklığından yakınan ilk yazar kuşkusuz Anders değildi. 1546-1548 yılları arasında yazıldığı sanılan "Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev" başlığında toplanan söylevlerinde

41. Henry Rabassiere, "In Defense of Television", *Mass Culture*, a.g.e., ss. 368-374.
42. y.a.g.e., s. 370.

Etienne De La Boetie, çoğunluğu oluşturan insanların, kendilerine egemen olanlara nasıl boyun eğdiklerini sorguluyor:

> Kendi kendini kulluklaştıran, kendi boğazını kesen halk, özgürlük ve kulluk seçeneği karşısında bağımsızlığını terk edip boyunduruğu kabul etmiş ve bu kötü duruma razı olmak şöyle dursun, onu arzulamıştır.[43]

Rabassiere de, bize sunulan popüler kültür ürünlerinin yanılsamalarından haberdar olduğumuz halde bunları kullandığımızı söylemektedir. Halk, kendisini kuşatanların "kendisi için" imal edildiğini bilir. Televizyon programlarının nasıl hazırlandığı konusunda çocukların bile az çok bilgileri vardır. Düşsel ürünlerin bilincinde olan halk, bir süre sonra televizyondan edindiği deneyimle, hiç bir şeye inanmama eğilimi gösterebilir[44].

Büyük düşünürlerin sıradan insanlar gibi gösterilmesine karşı çıkmaktadır Anders. Onların da sıradan insanlar gibi günlük zevkleri olduğunu göz ardı ediyor. Bu sıradan özellikleri o insanların büyüklüklerini azaltmaz Rabassiere'e göre. İnsanların ve olayların meta haline dönüştürülmesi savı da gerçek dışıdır. Çoğaltılan ve kitle iletişim ürünü haline gelen, insanın ya da olayın kendisi değil, bir benzeridir. Asıl eleştirilmesi gereken, bu benzerin çoğaltılması sırasında bayağılaştırılması olmalıdır. Özgün gibi görünen yeniden üretim, bize özgün olanı ancak anımsatabilir, onun yerine geçemez. Yaşanmış deneyimler çoğaltılıp paylaşılamaz, ancak kitle kültürünün bodur duyarlılığında yüzeysel olarak haberdar kılınabilir[45].

Çoğunluk tarafından coşkuyla karşılanan düş ürünlerini eleştirirken, seçkin klasikler arasına koyduğumuz eserlerde de düşle-

43. Etienne De La Boetie, *Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev*, Çev. M. Ali Ağaoğulları, BFS Yay., 1987, s. 22.
44. Rabassiere, a.g.e., s. 371.
45. y.a.g.e., s. 372.

rin var olduğunu göz ardı etmemeliyiz. Rabassiere, insanların tümüyle edilgen olduklarını kabul etmemektedir. Ona göre insanlar, ekonomik güçlerin entrikaları karşısında yardıma muhtaç, güçsüz ve umarsız değildir. İnsana özgü değerlerin tehlikeye düştüğü durumlarda, anlaşılmamaktan yakınan, yalnızca snoblardır. Kitle kültürü küçümsenirken sürekli yüceltilen eskiye özgü deneyimler, olgular, aslında kendi zamanlarında bayağı bulunmuşlardır. Eski olan ne varsa yüceltmek yerine popüler kültüre dikkatle baktığımızda olumlu yanlarını görebiliriz. Popüler kültür, geçmişin sınırlı kültürünün sulandırılmış, bayağılaştırılmış bir versiyonu olsa da, "yarın"ın dışavurum anlamlarının el yordamıyla çizilmiş bilinçsiz taslakları olabilir.

Kitle kültürüne yönelik eleştirileri tümüyle de haksız bulmayan Rabassiere, eğlence ürünlerinin uyuşturucu bir alışkanlık yarattığını doğrulamaktadır. İnsanlar kendi duygularıyla yüz yüze gelmekten korktukları için başkalarının kendileri adına yaptığı duygusal dışavurumları benimserler. İçinde bulundukları karmaşadan sıyrılacak kadar güçlü olmadıkları, güçsüzlüklerine isyan edemeyecek kadar tembel oldukları için uzaya ve zamana egemen olan Superman'i zevkle izlerler.

Tüm olumsuz yönlerine karşın, bizim adımıza yapılan ürünlerdeki konu ve kahramanlarla duygusal bağ kurmamız, aslında toplumumuzun değişik bir dünya özlemini, farklı bir insan arayışını yansıtır. Konformist (uyarcı) amaçla kullanılan materyaller, konformist olmayan (uymazcı) başkaldırılara dönüşebilir.

Görüldüğü gibi Rabassiere, televizyonun kullanımında karar alma durumunda olan otoritenin varlığına dikkat çekmiş, Anders'in çarpıcı örneklerle sergilemeye çalıştığı çağımızdaki "erdem" eksikliğinin, yoksunluğunun, televizyonun suçu olmadığını, teknik araçların olumlu ya da olumsuz kullanılmasının, bunları kullanan insanlara bağlı olduğunu vurgulamıştır. Yeni ileti-

şim araçları (tartışmaların olduğu 1950'li yıllarda televizyonun "yeni" bir iletişim aracı olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Günümüzde video-clip'ler, compact-discler ve uydu yayınları bile "yeni" olmaktan çıkmış, üzerinde tartışılır olmuştur.) insanın deneyim ve duygularını dışa vurma olanaklarını genişletecek teknik özelliklere sahiptir.

## *BİLGİLENME VE EYLEME AÇIKLIK*

Batı kültürlerinde televizyonun kullanımına ilişkin olarak Amerikalı iletişim bilimcilerinden farklı bir eleştiri getiren ve Alman felsefecilerin kültür endüstrisi ve birey psikolojisine ağırlık veren görüşlerine toplumsal bir boyut kazandıran değişik bir bakış açısı Finlandiyalı iletişim bilimcileri tarafından işlenmektedir.

Finlandiyalı iletişim bilimci Kaarle Nordenstreng, kitle iletişim araçlarında çalışanların ve toplumbilimcilerin yaygın olarak paylaştıkları görüşe karşı çıkıyor. Karşı çıktığı görüş; kitle iletişim araçlarının toplumsal değişim için değil, dünyadaki olayları yansıtan bir "ayna" olanak kullanılması gerektiği yolundaki görüştür. Nordenstreng bu durumun, toplumun geri kalan kısmına hizmet ederek onlara bağlı bir paraziţlik işlevi yüklemek olduğunu, olayları yansıtmanın dünya görüşünden, belli bir bakış açısından ayrı düşünülemeyeceğini söylüyor[46]. Ona göre, kitle iletişim araçları hiç bir zaman her şeyden bağımsız, tarafsız olamaz. Gerçekte, yansıtıcı, ayna işlevini üstlenen kitle iletişim araçları, statükoyu destekleme eğilimi taşımaktadır. Bu durumda, toplumda hüküm süren "güç dengesi"nin ilgi alanlarından yanadır.

46. Kaarle Nordenstreng, "Policy for News Transmission", *Sociology of Mass Communication*, a.g.e., s. 386.

Gramsci'nin devletin ideolojik kavramını benimseyen Nordenstreng, yansıtıcı kitle iletişim araçlarının, toplumdaki maddi ve manevi hegemonya yararına işleyeceğini savunmaktadır[47].

Kendi ülkesinde olduğu kadar, uluslararası kuruluşlarla işbirliği yaparak da özellikle televizyonun toplumsal etkileri konusunda önemli bilimsel çalışmalar gerçekleştirmiş olan Nordenstreng, kitle iletişim araçlarının verili toplumdaki güç dengesinin yararına hizmet etmesinin pozitivistik anlamda ampirik araştırmalarla kanıtlanmasının neredeyse olanaksız olduğunu vurgulamaktadır.

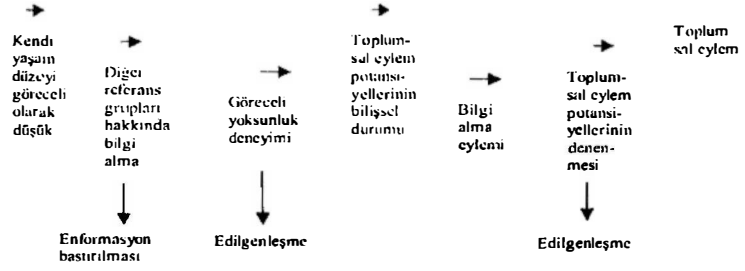
Finlandiya'daki televizyon programlarının etkisi konusunda yapılan bilimsel çalışmalardan birinde, K. Pietila'nın çalışmasında teorik çerçeve, alıcının dünya görüşü kavramında yoğunlaşmaktadır. Kişi bilgi edinme gereksinimiyle karşı karşıya kalınca dünya görüşü iki zıt ilkeli bir sistem olarak işler, bu anlayışa göre. Bu zıt ilkelerden birincisi "nesnel gerçeklerin baskısı"dır. Kişinin öznel dünya görüşü, kendini saran nesnel durumlarla uyum sağlama eğilimi gösterir. Bir de "dünya görüşünün kalıcılığı" eğilimi vardır. Kişi var olan, kurulu inanç sistemiyle uyum içinde kalma gereksinimi taşır. Kurulu inanç sistemi, toplumsallaşma kurumları tarafından yaratıldığı için, kalıcılık ilkesi, toplumsal yapının içinden çıkan birleştirici ve egemen etkilenmenin bir görünümü olarak kabul edilmektedir[48].

Dünya görüşünün değerlendirici ve kişisel düzeyleri oldukça durağandır ve ancak uzun dönemli bilgilenme birikimi ve günlük yaşamdaki kişisel yaşam deneyimleriyle değişebilir. Nesnel gerçeklerin baskısı dünya görüşünün ancak belirli alanlarında etkili

47. y.a.g.e., s. 387.
48. Kaarle Nordenstreng, "From Mass Media to Mass Consciousness", *Mass Media Policies in Changing Cultures*, (der.) George Gerbner, John Wiley and Sons inc., TJSA, 1977, s. 271.

olabilir ve kalıcılık ilkesi diğer alanları yönlendirmeyi sürdürür[49]. Nordenstreng'in de benimsediği bu anlayışa göre belirli bir enformasyon karşısında bireyin tepkisini yönlendiren eğilim, kişinin içinde bulunduğu toplumda geçerli olan değerlerle uyum sağlamaya doğrudur. Toplumsal değerler sistemi hangi doğrultudaysa kişinin enformasyonu alma ve kullanma biçimi o doğrultuda olacaktır. Bu toplumsal değerler ve inançlar sistemi, nesnel gerçeklerle her zaman uyum içinde olmayabilir. Nesnel gerçekler, var olan, kurulu inançlardan farklılık gösteriyorsa, eyleme geçirici etkinlik sırasında ikinci planda kalır.

Finlandiya yayın kurumunun televizyon izleyicilerini tanıma amacıyla ülke çapında yapılan bir araştırmanın sonucunda, bilgi düzeyi yüksek olanların bilgilenmeye, yeni bilgileri almaya daha açık oldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Maddi ve manevi açıdan zengin değerlerle donatılmış olan insanlar bilgilenmede aktif olurken, maddi ve manevi açıdan yoksul olanlar, yani hem ekonomik hem de eğitim düzeyi düşük olanlar, bilgilenmede pasif olmaktadırlar. Bu durumda toplumdaki yerleri açısından düşük düzeyde olan insanların bilgi alma ve öğrendiklerini, haberdar olduklarını gerçek yaşama geçirme süreçlerini Finlandiyalı iletişim kuramcıları aşağıdaki şemayla göstermektedirler[50].




Göreceli olarak haklarından yararlanamayan bir grubun eylem süreci.

49. y.a.g.e., s. 273.
50. y.a.g.e., s. 274.

Yukarıdaki şemaya göre, içinde bulunduğu yaşam standartları, toplumun diğer kesimlerine kıyaslandığında düşük düzeyde olanlar, içinde bulunmadığı ancak herhangi bir nedenle önem verdiği ve kendisi için referans grubu haline gelen gruplarla ilgili bilgi aldığında iki türlü tepki verebilir. Bunlardan birincisi, aldığı bilginin (enformasyon anlamında) bastırılması ve eyleme geçmeme ile sonuçlanabilir. İkinci yol olarak, içinde bulunduğu yoksunluğun daha önceki deneyimleriyle farkına varmakla birlikte, potansiyel olarak toplumsal eylemlerinin bilişsel hesaplaşmasını seçebilir. Bu durumda, bilgilenmeyi kabul eder ve aldığı bilgiler doğrultusunda, potansiyel olarak toplumsal eyleminin denemesine yani test etmeye geçer. Bu ön deneme sonucunda ya edilgenleşmeyi ya da toplumsal eyleme geçmeyi gerçekleştirecektir.

Alınan enformasyonun içinde haberlerin yerini özel olarak inceleyen araştırmacılar, ilk yayınlandığı 1970 yılı için oldukça ilginç ve değişik bulgulara vardıkları bir rapor hazırlamışlardır. Bu rapora göre; çoğu insan haberlerin içeriği kendilerine yabancı bile olsa, haberleri izlemek onlara dış dünya ile bağlantı kurma noktası sağladığı, böylece yaşantılarında sabit (ve sabit olduğu için de güven verici) bir nokta kazandıkları için haberleri izlerler. Haberin içeriğinin anlaşılıp anlaşılmaması onlar için pek önemli değildir[51]. Kitle iletişim araçlarını kullanmak, büyük bir çoğunluk için dünyada neler olup bittiği konusunda gerçekten bilgilenmek ve kendi dünya görüşlerini bu yeni enformasyonla düzenleyip denetlemek amacını taşımaz. İnsanlar sınırlı bir çevre ya da dünyanın bütünü içinde olmasına bakmaksızın, herhangi bir yere ait olma duygusunu yaşayabilmek amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanırlar. Bu bağlantı kurma isteği bir çeşit yabancılaşma içerir. Yabancılaşma, dünyanın gidişinin hiç bir biçimde denetle-

51. Kaarle Nordenstreng, "Policy for News Transmission", a.g.e., s. 391.

nemeyeceği düşüncesini de taşır. Bu yabancılaşmış ve en yoğun izleyiciler olan bireyler, yayın izlemeden yoksun kalınca en çok rahatsız, huzursuz olanlardır[52]. Kitle iletişim araçlarının verdiği mesajları anlayamama durumu, bu sürekli izleyiciler için önemli bir yoksunluk olarak kabul edilmemektedir.

Kitle iletişim araçlarını toplumsal sistemin tamamlayıcı bir parçası olarak gören ve etkilerin ancak uzun zaman süreçlerinde incelenebileceği görüşünü savunan bu yazarlar, kitle iletişim araçlarının bağımsız değil, bağımlı bir değişken olarak ele alınması gerektiğini vurgulamaktadırlar.

## *POSTMODERNİZM VE MEDYA*

Modernite düşünceleri ve modernizm tartışmalarında iletişimin ve kitle iletişiminin yerinin daha çok "işlevsel" olduğuna inanan araştırmacıların, düzçizgisel bir süreç olarak ele alınan modernite idealine ulaşmada kitle iletişim araçlarından yararlanmanın önemini vurguladıklarını gördük, Eleştirel Okul'un modernite tartışmalarına kısmen yer verdik, şimdi postmodernizm savlarına değinebiliriz.

Tanımlanan bir alışkanlık devrinin bittiğine işaret etmek üzere kullanılan "post" öneki, modernle ilintili olarak postmodernite (tarihsel bir dönem olarak modernin sonrası) ya da postmodernizm (sistemleştirilmiş bir düşünce, anlayış biçimi olarak modernizmin sonrası) terimlerinin kullanılması, kimi düşünürlerce (örn. "Enformasyon çağı" terimiyle yeni teknolojik olanakların eşit dağılımının mümkün olduğuna inanan Daniel Bell) iyimser, hatta özgürleştirici bulunmaktadır. Frederic Jameson gibi kimi

52. y.a.g.e., s. 392.

düşünürlere göre ise postmodernizm, geç kapitalizmin mantığıdır.

Modernizmin bittiğini düşünen Lyotard, estetik yapıçözümcü fikirleriyle, coşkuyla veya yergiyle değil ama bir durum olarak "postmodern durumun" bir durgunlaşma dönemi olduğunu, modernizmin düşü olan sosyo-kültürel birliğin sağlanamadığını, dil oyunlarının meşrulaştırıldığını, sanatsal deneyimin yeni-tutuculuk tarafından engellendiğini, kırılamayan, ayrıştırılamayan bir gerçeğe sahip olmadığımızı söylemektedir[53].

Modernizm ve postmodernizm arasındaki farklılıkları gösteren Ihab Hassan'ın çift uçlu şeması bir nevi karikatürleştirme olarak, aslında daha çok mimari ve edebiyattaki modern ötesi arayışların sonucunda ortaya çıkmış bir tablo olarak kabul edilmelidir[54]. 1960'ların sonlarından başlayarak Foucault, Derrida, Lyotard gibi Fransız düşünürlerin dile getirdikleri "belirsizlik" vurguları, bir anlamda modernizm eleştirisi olarak görülebilir. Ancak basit haliyle bir eleştiri yaklaşımından çıkıp bir "hiçlik oyunu" arayışı, giderek "modernitenin reddi" biçimini almış, tarihin sürekliliğinin, ideolojilerin hatta dilin reddine dönüşmüştür.

1980'lerde küresel kapitalizmin mantığı olarak adlandırılacak olan postmodernizm, 1960'larda modernizmin sıkıcılığına bir başkaldırı hareketi gibiydi. Berman'a göre "modernizmin salt yıkıcı radikal imajı yeni-tutucu bir dünya fantazisinin doğmasına yardımcı oldu". Daniel Bell, The Cultural Contradictions of Capitalizm (Kapitalizmin Kültürel Çelişkileri) kitabında modernizmin baştan çıkarıcılığından söz edilerek, "modern hareket kültür

53. Jean-François Lyotard, *Postmodern Durum*, Çev. Ahmet Çiğdem, Ara Yay., 1990, İstanbul, s. 86 vd.

54. Aktaran, David Harvey, *The Condition of Postmodernity*, Blackwell, 1992, Oxford, s. 43.

| *modernizm* | *postmodernizm* |
|---|---|
| romantizm/Sembolizm | parafizik/Dadaizm |
| biçim (bağlaç, kapalı) | biçimsizlik (bağlaçsız, açık) |
| amaç | oyun |
| tasarım | tesadüf |
| hiyerarşi | anarşi |
| ustalık/akıl | bıkkınlık/sessizlik |
| sanat nesnesi/bitmiş eser | süreç/performans/gösteri |
| mesafe | katılım |
| yaratım/bütünlük/sentez | yeniden yaratım/yeniden yapım/antitez |
| varlık | yokluk |
| merkezi | dağılma |
| tür/bağlam | metin/metin içi |
| semantik | retorik |
| paradigma | sintagma |
| tortulama | çözelti |
| metafor | metonim |
| eleme | birleşim |
| kök/derinlik | uyak/yüzey |
| yorumlama/okuma | yoruma karşı/ters okuma |
| gösterilen | gösteren |
| sözcelenebilir (okunabilir) | yazıma uygunluk (yazılabilir) |
| anlatı/grand histoire | anlatı karşıtlığı/petite histoire |
| temel kod | üslup |
| semptom | arzu |
| tip | dönüşmüş (mutant) |
| genital/fallik | çokbiçemli/androjen |
| paranoya | şizofreni |
| köken/neden | farkhlık-farklılık/iz sürme |
| Tanrı | Hayalet |
| metafizik | ironi |
| kararlılık | kararsızlık |
| aşkın | içrek |

Ihab Hassan'ın modernizm ile postmodernizm arasındaki farklılıklar şeması.

birliğini bozar", "zaman ve mekân arasında düzenli bir ilişki öngören burjuva dünya görüşünün altında yatan 'rasyonel evren'i yıkar" diye devam eder[55]. Zaman, mekân ve evren düzenlemesinde modernizmin çok ileri gittiğini ve kendi kendini yok etmekte olduğunu ileri süren bu yeni modernizm anlayışı 1960'larda aralarında John Cage, Lawrence Alloway, Marshall McLuhan, Leslie Fiedler, Susan Sontag'ın da bulunduğu bir grup farklı görüşte yazar tarafından geliştirildi. Ana temaları "yaşadığımız yaşamdan uyanmamız" (Cage), "sınırı geçip boşluğu kapamamız" (Fiedler) gerektiğiydi. Bu da ancak "sanatla" mümkündü; tecimsel eğlence, endüstriyel teknoloji, moda, tasarım ve politika gibi engelleri ortadan kaldırmak gerekiyordu. Yazarlar, ressamlar, dansçılar, besteciler ve sinemacılar kendi uzmanlıklarının sınırlarını kırmak ve daha zengin, daha çok yönlü sanatlar yaratabilecekleri karışık medya üretimlerine ve performanslarına yönelmek cesaretini buldular.

Kendilerini "post-modernist" diye adlandıran ancak Berman'a göre "bir tür modernist" olan bu sanatçılara göre salt biçimci veya salt devrimci modernizm, çok dar kalıplar içinde sıkışmış, çok kendini beğenmiş bir haldeydi, modern ruhu çok bunaltıcıydı. İdealleri, modern dünyanın hiç bıkmadan önlerine getireceği şeylerin, materyallerin ve düşüncelerin devasa bolluğuna ve zenginliğine açık olmaktı. 1950'lerde dayanılmaz derecede ciddi, katı ve kapalı bir hale gelmiş olan kültürel bir ortamda temiz havayı ve çocuksuluğu tattılar. Sanattaki pop- modernizm, geçmişin bazı büyük modernistlerinin -Baudelaire, Whitman, Apollinaire, Mayakovski- cömert bakışlarını, dünyaya açıklıklarını yeniden canlandırdı. Ancak bu modernizm, eskilerin imgesel sempatileriyle uyuşsa da eleştirel keskinliklerini yakalamayı başaramadı.

55. Aktaran, Marshall Berman, *All That is Solid Melts Into the Air*, Verso, 1991, New York, s. 20 vd.

1960'ların modernizmleri ve anti-modernizmleri kendi terimleriyle bile uyum içinde değildi, düşüncenin tutarlılığı gibi bir dertleri yok gibiydi. Yine de ifade yoğunluğu ve canlılığıyla, şeffaf dokusuyla ortak bir dil, ortak bir deneyim ve istek ufku geliştirmeyi başardı. Tüm bu modernite görüşleri ve revizyonları tarihe aktif olarak yöneliyorlardı. Fırtınalı şimdiki zamanı geçmiş ve gelecekle birleştirmeye, çağdaş dünyada insanların kendilerini evlerinde hissetmeleri için yardımcı olmaya çalışıyorlardı. Bu inisiyatiflerin tümü başarısızlığa uğradı ama geniş görüş ve düş gücünün ardında, günü yakalama arzusu yatıyordu. 1970'leri kasvetli bir dönem olarak anımsamamızın nedeni de işte bu cömert görüşler ve inisiyatiflerden yoksun olmasıdır.

Entelektüellerin çoğu kendilerini yapısalcılık dünyasına gömdüler. Bu dünya modernite sorununu -benlik ve tarihle ilgili tüm diğer sorularla birlikte- haritadan silip atan bir dünyaydı. Diğerleri post-modernizmin gizemine kapıldılar; modern tarih ve kültürü tamamen bir kenara atan ve sanki tüm insan duygularının, dışavurumculuğun, oyunculuğun, cinselliğin ve topluluğun sanki o güne dek bilinmediği ve -postmodernistler tarafından- henüz keşfedildiğini söylemeye başladılar. Öte yandan toplumbilimcilerin tekno-pastoral modelleriyle, modern yaşamın gerçeğine uygun düşebilecek bir model kurmaktan uzak oldukları için eleştirilere hedef oldular. Bunun yerine, moderniteyi ayrı parçalar halinde ele aldılar -endüstrileşme, devlet yapısı, şehirleşme, pazar gelişmesi, elit formasyonu- ve bunları bir bütün haline getirme çabasına direndiler. Bu onları taşkın genelleştirmelerden ve bulanık totalitelerden ama aynı zamanda da tarih içindeki kendi yerleri, kendi yaşamları ve çalışmalarını ilgilendirebilecek düşüncelerden de uzak tutmuştur. 1970'lerde modernite sorununun askıya alınması, kamusal alanın yaşamsal biçiminin yıkılması demekti. Özel maddi ve manevi ilgi gruplarının bir araya gelme-

sini olanaksızlaştıracak dünyamızın parçalanmasını çabuklaştırmış oldular; penceresiz monadlarda istemediğimiz kadar izole yaşamlara kavuşmuş olduk.

Berman'a göre, 19. yüzyıl modernistlerinden bu yana modern makineler oldukça değişti; ama modern insan Marx, Nietzsche, Baudelaire ve Dostoyevski'nin o zamanlar gördüğünden pek de farklı değil. Marx, Nietzsche ve çağdaşları, dünyanın yalnızca çok küçük bir bölümü gerçekten modern olduğu dönemde modernitеyi bir bütün olarak yaşadılar. Yüzyıl sonra modernizasyon süreci dünyanın en ücra köşesindeki birinin bile kaçamayacağı bir ağ kurmuşken, ilk modernistlerden öğreneceğimiz çok şey olduğuna inanan Berman, "geçmişin modernitelerine başvurmak hem bugüne eleştirel bir gözle bakmamıza, hem de yarının ve gelecek günlerin modernitelerine -ve modern insanlarına- güven duymamıza yardımcı olacaktır" derken hüzünlü bir iyimserlik taşır.

Gerçekte postmodernizm, Kellner ve Best'in de belirttiği gibi, üretimin odaklı yarışmacı 19. yüzyıl kapitalizminden, tüketim, medya, enformasyon, yeni teknolojiler, yeni egemenlik ve soyutlama biçimlerine odaklanan bir kapitalizme geçişin ismi olmuştur[56]. 1990'lı yıllara gelindiğinde postmodernizm eleştirileri yükselmiş, globalleşme tartışmaları hız kazanmış, kamusal alan ve modernizm terimleri yeniden gündeme gelmiştir.

Postmodernizmin işlemeyen yanlarını incelediği çalışmasında Norris, postmodernizmin temel yanlışının, eleştirel bakıştan yoksun olmaktan kaynaklandığını ortaya koyar[57]. Örneğin Lyotard'ın, tarihsel olaylara bakışın "aslında ortada bir gerçek olmadığı halde doğrudan bir sunumun var olduğuna inanmak yanılgı-

56. Steven Best ve Douglas Kellner, *The Postmodern Turn*, The Guilford Press, New York-Londra, 1997, s. 77.
57. Christopher Norris; *What's Wrong With Postmodernism*, Londra-New York: Harvester / Wheatsheaf, 1990, ss. 1-45.

sından" kaynaklandığını ileri sürmesi bir sosyal eleştiri olmaktan çok, bir "durgunluk durumu" tespitidir. 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 Kantçı "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 Hegelci, Marksist ve diğer büyük anlatı 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. 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 kullanır ki, Norris'in haklı olarak işaret ettiği gibi bu göstergeler eğer "praksis" olasılığını kanıtlayamıyorsa; kuram ve uygulamanın bir arada bulunabilirliğinin yani "praksis"in olanaksızlığının da kanıtı olamaz. Yoksa yine tanıklıkların göstergelerini kanıt olarak onaylamış oluruz.

Demek ki, Lyotard'a göre kaydedilmiş tarihsel olaylar yalnızca göstergelerdir. Bu göstergeler "coşkulu seyirci"nin varlığından kaynaklanır ve bunların gerçek olaylarmış gibi okunması yanılsamadır. Oysa yine coşkulu seyirciden söz eden Hannah Arendt'e baktığımız zaman kayıtlı tarihin eğilimler, güçler ve dü-

şüncelerden çok hareketlerin (action) öyküsü olduğunu görürüz[58]. Seyirci coşkusuna verilen önem de işte buradan, hareket halinde olanın öykülenmesindeki çekicilikten kaynaklanmaktadır. Hareketi gerçekleştiren aktördür ama öyküyü "öykü anlatıcısı" oluşturur.

Marksist kapitalizm eleştirisini, tüketim hedonizmi ve medya toplumu bağlamında yeniden kuran Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" ise modernden postmoderne geçişte yeni tanımlamaların odağına "sergileme" ve "temsil" sorunlarını koyan Baudrillard'ın öncülü olmuştur. Baudrillard seyircilik durumunu, gösterilere tapan; anlamın nötralize olmasıyla büyülenen bir çılgınlık konumuna indirgemektedir[59]. Baudrillard'a göre; içinde bulunduğumuz postmodern durumda enformasyonla birlikte artık gerçeği sahteden, gelişmeyi anlık tepkilerden, bilgiyi sözde-bilgiden 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 benzetir ve onun, kendisinin de içinden çıktığı aydınlanmacı geleneğe ihanet ettiğini söyler. 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[60]. Baudrillard, neşeli, çılgın ve baştan çıkarıcı bilinçsizliğini adeta kutsadığı kitleleri

58. Hannah Arendt, The Human Condition, *The University of Chicago Press*, 1958, ss. 184-192
59. Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*, Çev. Oğuz Adanır, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1991, ss. 12, 28-29.
60. Norris, a.g.e., ss. 165-173.

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[61].

Tuhaftır ki adeta modernizme ihanet ettiği yolunda acımasız eleştiriler alan Baudrillard 2000'li yıllara girdiğimizde kendisinin bir yanıyla Aydınlanma geleneğinin savunucusu olduğunu söyleyecektir.

11 Eylül 2001 saldırısı ve sonrası yaşananları değerlendirdiği söyleşilerde Baudrillard, globalleşmenin kuşatıcılığına toptan bir karşı çıkış olarak nitelendirdiği 11 Eylül olayının bütün sembolik anlamı ile ortadan kaldırma imkanı olmadığını savunur[62]. Ona göre bu tür felaketler "mutlak olay"lardır ve somut aktörler var olsa da, terörizm ruhu bu aktörleri de aşar:

> Sistemin kendisi totaliter iddiası ile bu korkunç karşı-saldırının nesnel koşullarını yaratmıştır. Globalleşmeye içsel olan çılgınlığın kendisi çılgınlık üretmektedir. Dengesiz bir toplumun suçlu ve psikopat üretmesi gibi. Gerçekte bunlar sadece kötülüğün semptomları, işaretleridir. Terörizm virüs gibi, her yerde. Ev olarak Afganistan'a ihtiyacı yok.

Baudrillard bu söyleşide, globalleşmenin yanılsamalı olarak Aydınlanma'nın son noktası, "bütün çelişkilerin çözüldüğü nihai durak" olarak gösterildiğini, oysa gerçekte bu sistemin "her şeyi pazarlık edilebilir, parası ödenebilir bir değişim değerine" indirgediğini belirtiyor. Ona göre bu süreç, her şeyin tek tipleştiği bir ideal durum hedeflediği için aşırı şiddet yüklüdür. Bu süreçte te-

61. Frederic Jameson, *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*, Çev. Nuri Prümer, İstanbul, YKY, 1992.
62. 15 Ocak 2001, *Der Spiegel*, Jean Baudrillard ile söyleşi, Mülakat: Romain Leick, Çev. Dilek Zaptçıoğlu.

kil olanın, özgün olanın, yani her değişik kültürün ve sonuçta her parasal olmayan değerin ortadan kaldırılması hedeflenmektedir. Baudrillard bu noktada kendisini "hümanist ve ahlâkçı" olarak konumlandırır. Hatta global ile Aydınlanmacı evrensel değerler arasında bir ayrım yaparak, globalleşmenin insanı özgürleştirmediğini, ancak kuralları ortadan kaldırdığı için netliğe izin vermediğine dikkat çekerek; "Kadercilik dünyanın kötü bir yorumudur, çünkü teslimiyete yol açar. Ben teslim olmuyorum, ben açıklık istiyorum, net bir bilinç. Oyunun kurallarını bilirsek onu değiştirebiliriz. Ben bu anlamda bir Aydınlanmacıyım" der.

Terörizmin, başka bir direniş yolunun imkânsız gözüktüğü anda ortaya çıktığını, sistemin de, kendisine direnen, yoluna çıkan her şeyi terörizm olarak gördüğünü belirten Baudrillard, Batı uygarlığının kötülüğü tam olarak ortadan kaldırmak için felaketlere dayalı bir sanayi geliştirdiğini, bu sanayinin de kötülüğü beslediğini ileri sürer. Ona göre bu dünyadan kötülüğü kaldırmak mümkün değildir.

Felsefenin gündelik yaşamla ilgilenmesinin bir örneği olan bu tür gazete-dergi söyleşileri belki de, Mills'in savunduğu gibi "toplumbilimsel imgelem" aracılığı ile insanın içinde yaşadığı tarihsel dönemin koşullarını anlayabilme olasılığının da örneğidir[63]. Mills insan kendisiyle aynı koşullar içinde yaşayan insanlardan haberdar olursa ancak dünyada neler olup bittiğini ve kendi yaşam şansını değerlendirebileceğine inanır.

Eski Roma'nın ekmek ve sirk gösterilerinde olduğu gibi, gösteriler öteden beri iktidarın gücünü olumlayan ve kitleleri büyüleyen aracılar olsa da, Debord'un tanımladığı "gösteri toplumu"nun, 19. yüzyıl tüketimciliğine gönderme yapan bir terim olduğunu belirmiştik. 2000'li yıllarda ise, Baudrillard'ın öngördü-

63. C. Wright Mills, *The Sociological Imagination*, Oxford University Press, 1959, Türkçesi: *Toplumbilimsel Düşün*, Çev. Ünsal Oskay, Der Yay., İstanbul, 2000.

ğü benzeti (simulacrum) ortamı, artık kopyanın, gerçeğin yerini aldığı, hiçbir şeyi (din, siyaset, eğitim, vb.) dışarıda bırakmamacasına bir gösteriye dönüştüren bir tüketim ortamıdır. Bu gösteri dünyasında, görünen lüks ve mutluluk adeta herkesin kullanımına açık, oynamaya çağıran, eğlence ve bilginin ayırt edilemediği bir ortam sunar. Sanal ve interaktif teknolojiler, yalnızca medya starlarını ikonlaştırmakla kalmaz, bir biçimde medyada yer alan sıradan ve aslında pasif tüketiciler olan izleyicileri de şöhret sarhoşluğuna çağırır. İletişim dünyası yoluyla ancak göstergeler eliyle ilişki kurulan gerçeklik, yine de ekonomi-politikten bağımsız değildir.

Postmodernizmin aracısı olarak gösterilen popüler medya; televizyon, kişisel bilgisayar, internet kullanımlarının yanı sıra, sinemada da, bölümün başında verdiğimiz I. Hassan'ın şemasına uygun sanatsal ifadeleri yeğleyen filmler için "postmodern metin" nitelemeleri kullanılmaktadır. Örneğin David Lynch'in Blue Velvet, Ridley Scott'un Blade Runner, Wim Wenders'in Wings of Desire filmleri postmodern sinemanın başyapıtları olarak değerlendirilir[64]. Zaman ve mekân kurgulamalarındaki farklılık, imgesel anlatı arayışlarına açıklık, Harvey'e göre, modernizmin sanat formu olan sinemayı, postmodern bir dışavurum aracı haline getirmiştir.

## İLETİŞİMDE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR

Toplumsal iletişimle ilgilenmenin disiplinler arası bir uğraş olduğunu belirtmiştik. Farklı yaklaşımlardaki iletişim incelemelerinde kültür, bazen merkezi bir odak konusu, bazen de işlevsel bir uğrak yeridir. Toplum içindeki insanı ele alan iletişim araştırmaları, tarihsel kökenlerinden, sosyal teoriden uzaklaştığı ölçüde

64. Bkn. Harvey, a.g.e., s. 308 vd.

daralıp güncel önceliklerle uğraşma işlevine indirgenir. Hanno Hardt'ın dikkat çektiği gibi, İletişim Bilimleri'nin düşebileceği alan daraltma sorunu, Kültürel Çalışmalar için de geçerlidir[65]. Kültür İncelemeleri ya da dilimize Kültürel Çalışmalar (Cultural Studies) olarak yerleşen disiplinlerarası alan da, kültürel sorunları anlamaya çalışırken, iletişim odaklı olduğu, tarih ve sosyal teoriden uzak kalmadığı zaman yararlı olabilecektir.

Kitle iletişim araştırmalarının tarihçesi bölümünün başında da belirttiğimiz gibi, kitle iletişim çalışmalarında başat paradigmanın kaynağı; 1950'lerin Amerikan toplumunda "ideal iyi toplum" ya da refah toplumu anlayışıydı. Liberal-çoğulcu toplum anlayışı doğrusal etki aktarımı modeline dayanıyordu ve güçlü medyanın da grup ilişkileriyle işlediğine inanılıyordu. Bu başat paradigma, sayısal araştırma ve değişken incelemeleriyle, etki-tepki çözümlemesi yöntemlerini kullanıyordu.

Frankfurt Okulu'ndan (Eleştirel Okul) yararlanan alternatif paradigmanın ideal toplumsal sistem arayışında ise yollar, piyasa ve militarist güçlerin politik güçlerle ilişkisini çözümlemekten geçiyordu. Toplumsal değerlerin objektifliğinin ve doğrusal etki aktarımı modelinin reddi, alternatif iletişim çalışmalarının eleştirel bakışının gereğiydi. Yeni teknolojik, politik, kültürel ve iktisadi üretim biçimlerinin doğuşu, 1930'larda Frankfurt Okulu'nun işaret ettiği kültür endüstrilerinin yeni toplumsal denetim tarzları olduğunu gösterdi. Eşitsizlikler ve toplumsal dengesizliklerle ilgilenmenin disiplinler arası dolaşımı, günümüzde, Kültürel Çalışmalar'ın global olandan, lokal, heterojen olana, farklılıklarla, marjinallerle, gündelik yaşam deneyiminin mikro düzeyiyle ilgilenmesine kadar uzandı. Medya kültüründen medya gösterilerine giden yolda, teknolojik belirlenimci anlayışın izle-

65. Hanno Hardt, *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*, Routledge, 1992, Londra, ss. 8-9.

rini bugün tekno-kapitalizmde, post-modernizmin medya ve demokrasi ilişkisini unutmasında görebiliyoruz.

Kültürel Çalışmalar, İngiltere ve ABD'de, gündelik yaşama ilişkin konuların büyük bir disiplin yerine, pek çok disiplinden yararlanarak ve eleştirel yaklaşımlardan yararlanarak incelenmesiyle başlamıştı. İngiliz Kültürel Çalışmalar başlangıçta (1960'larda), edebiyat incelemelerinden yol almış, (1980'lerde) Amerikan Kültürel Çalışmalarla beden ve mikro sembolik kültür dışavurumlarıyla ilgilenilmiş, daha önceleri küçümsenen medya kültürüne özel bir önem atfedilmiştir. Eleştirel Okul ve Sosyal Teori zemininde gelişen kültür ve toplumsal iletişim incelemeleri ise, büyük harflerle Amerikan ya da İngiliz akımlarına dahil olmadan kültür çalışmalarını geliştirmiştir.

Gerçekte ancak disiplinler arası çalışmalarla mercek altına alabileceğimiz toplumsal yapının özellikleri, kültürden ne anladığımızı, kültürün nasıl ifade edildiğini de belirler. Toplumsal biçimler, kültürün oluşumunu ve sanatsal dışavurumları belirlerken varolan toplumsal yapıların kuralları, kültür tarafından rasyonelleştirilir ve kendine uygun biçimlerde, kendine uygun retorikle sanatsal sunuş tarzını sergiler. Örneğin; toplumsal biçim olarak "en iyi"nin arandığı toplumsal yapılarda kültür ile ilgili tanımlar "düzen-akıl" çerçevesinde rasyonelleştirilirken, bu "en iyi"nin sanatsal dışa vurumu "ölçülülük-sınırlar" tarzında karşımıza çıkar. Askeri kurallarla belirlenen toplumsal yapılarda kahramanlık kültürü egemendir ve kahramanlığın sanatsal dışa vurumu "onur-utanma-gurur" olacaktır. Zenginlik, kapital tarafından belirlenen toplumsal biçimin kültüründe refah ve incelik söz konusudur ve zenginliğin sanatsal ifadesi lüks ve gösteriş yoluyla olacaktır. Demokrasinin kültürel ortamı "eşitlik ve cesarete" dayanacak ve sanatsal ifadesi de sıradanlık, ikna yöntemleri (demagoji) ve çatışmalardan uzak durma biçiminde olacaktır. Tiranlık-

ta ise yöneticinin tanrılaştırılması, sirk ve terör gösterilerine dayanan bir anlatım biçimi söz konusudur[66]. Eski Yunan filozoflarına dayanan bu yönetim biçimleri arasındaki ayrımların, yaşadığımız gündelik gerçekliklerde işe yaramadığını, postmodern yaşamların bu ayrımlara izin vermediğini düşünebilirsiniz. İlerleyen bölümlerde ele alacağımız medyada Seyirlik Ölümler ve Seyirlik Cümbüşler'i okurken, şiddetin ve eğlencenin medya dolayımıyla popülerleştirilmesinde; kahramanlığın despotlukla, zengin gösterişlerin "onur-utanma-gurur" sözcüklerine atıfta bulunarak sirkleştirme ile, cüretkârlığın terörle ne denli yakın durduğunu, medya kültürünün bütün bu yönetim ve dışavurum biçimleriyle ne denli işbirliği içinde olduğunu anımsamalısınız. Kültürle ilgili olarak yapılacak herhangi bir değerlendirme, doğru ve yanlışların kimler tarafından konulduğuna, kimlerin işine yaradığına göre belirlenecektir.

Kültürle ilgilenmenin, tutucu ideolojilere sahip olmakla da ilişkisini akılda tutmak gerekir; kültür düzene dair, anarşiye karşı bir şeydir biraz da. 19. yüzyıl modernite eleştirilerine gelene dek, kültür, insan olmanın temel doğası olarak kabul ediliyor, kaosa karşı düzen getiren insan aklının uydurduğu ritüeller yeni bile olsalar mitolojiyle ilişkilendiriliyordu. Ancak kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla kültür incelemelerinin kaçınılmaz olarak günlük yaşamı kapsadığını, statik/tutucu içeriğinden sıyrıldığını söyleyebiliriz. İngiliz sosyolog Raymond Williams, BBC'nin bir kültür otoritesi olarak klasik müziği, güzel sanatları, kısaca elit sanatları halka tanıtmak ve sevdirmek için 1950'lerden başlayarak düzenlediği televizyon programlarını değerlendirirken aslında kültürün gündelik yaşama dair bir alan olduğu tezini ortaya atıyordu.

66. Anthony Skillen, *Pop-Porn-Pulp-Politics* ders notlarından alınmıştır, University of Kent at Canterbury, İngiltere, CIS (Communication and Image Studies) departmanı, 1992.

Televizyondaki olayları izlerken, bilgi sahibi olmanın cazibesine kapılmamak mümkün değildir: yarışmalar, görüşmeler, televizyon her şeyi kendi retoriğine çevirebilir. İzleyici bir şeylere karar vermek zorunda olmadan her şey konusunda bilgi sahibi olabilir. Bu bilgi ne denli detaylı olsa da ucu açıktır, tamamlanmış bilgi değildir. Eski Yunan dramalarını izlemek, festivallere katılmak ise, yurttaşlar için karar verme sürecinde işine yarayacak bilgiyi edinme süreçleriydi. Ödüllendirilme ve cezalandırılma süreçleri temsil edilirdi eski festivallerde ve dramalarda, demokrasinin bir parçasıydı. Bugün televizyondan başka bilgi kaynağımız olmadan bir yaşam sürecek olsak, her şeyin "muhtemelen doğru" olduğundan başka bütünlüklü bir yargıya varmamız mümkün değildir.

Toplumsal karşılaşmaların, göçlerin, artan yoksulluk ve yoksunlukların kaynağını aramaya yönelik eleştirilerde, siyaset biliminden yardım almak yerine, kültürel yozlaşmadan söz etmenin tercih edildiği ahlâki tartışmalarda medya, kültürel yozlaşmanın suçlusu sayılmaya başlandı. Özellikle televizyon sanki kültüre karşı yani topluma karşı bulunuyordu. Kültürü kaosa karşı bir düzen olarak gören geleneksel kültür anlayışında, mutlaka korunması gereken zıtlıklar vardır; Biz ve Onlar, Kadın ve Erkek, Çiğ ve Pişmiş, İnanan ve İnanmayan, Soylu ve Avam, vb.

Kültürel Çalışmalar ise, toplumsal ilişkiler ve anlamlar arasındaki ilişkiler ve özellikle toplumsal ayrımların nasıl anlamlandırıldığı üzerinde durur[67]. Kültür genel olarak, sınıf, cinsiyet, ırk ve diğer eşitsizliklerin ekonomik ve politik eşitsizliklerle olan bağlantısından (olabildiğince) koparılarak doğallaştırıldığı ve sunulduğu alan olarak görülür. Öte yandan kültür aynı zamanda çeşitli bağımlı alt grupların yaşadıkları ve bağımlılıklarına karşı direndikleri bir anlam da taşır. Öyleyse kültür, hegemonya oluştur-

67. Tim O'Sullivan, et.al., *Key Concepts in Communication And Cultural Studies*, Routledge, Londra, 1996.

ma çatışmalarının yaşandığı bir alan olarak "kültürel çatışma" alanıdır. Bu kültür yaklaşımı kültürün sanat, estetik ve moral/yaratıcı değerler alanı olarak görüldüğü "kültürel eleştiri" yaklaşımından farklıdır. Daha önemlisi kültürel çalışmalar, kültürel farklılıkları ve uygulamaları içgüdüsel ve ebedi değerlere değil, toplumsal ilişkiler düzlemine gönderme yaparak bulmaya çalışır. Böylece kültürel eleştirinin elit gelenekten devralınan "kültürlü" ve "kültürsüz" insanlar ve uygulamalar ayrımı sınıf terimleri ile ele alınır. Ayrımlar ve bunlara bağlı değerlendirmeler ve "ayrımcılıklar" ideolojik sunumlar olarak incelenir.

Kültürel çalışmalar, geçmişten miras alınan kavramlaştırmayı bağımsızlığına kavuşturmak, sınıf ve diğer eşitsizlikleri yeniden üretme rolünü örtbas etme eğilimini eleştirme çabalarıyla doğrudan etkilenerek biçimlenmiştir. Böylece kültürel çalışmalar, şimdiye dek ihmal edilmiş olan grupların kültürünü kapsayan bir çalışma biçimi geliştirmiştir. Bu durum, işçi sınıfı kültürünün formlarına ve tarihsel gelişimine, popüler kültür ve medyanın güncel formlarının incelenmesine dikkatlerin çekilmesine yol açmıştır. Kültürel çalışmalar, popüler kültür ve elit kültür ayrımı yapmadan, kültürel hiyerarşilerden uzak durarak, daha önceleri ciddiye alınmayan alanlardaki kültürel ürünleri de araştırma alanına dahil eder. Gündelik yaşam biçimlerinin, daha büyük toplumsal sistemlerin birer modeli olabileceğini varsayar.

Geleneksel akademik disiplinlerden farklı olarak kültürel çalışmaların tanımlanmış bir entelektüel veya disipliner alanı yoktur, böyle bir arayış içinde de değildir. Özellikle edebiyat, toplumbilim, tarih ve daha az düzeyde olmakla birlikte dilbilim, göstergebilim, antropoloji ve psikanaliz gibi değişik kurumlaşmış söylemlerin sınırlarında dolaşarak, bunlarla başarılı ortaklıklarda bulunarak beslenmektedir. 1960'ların entelektüel ve politik dalgalanmalarına (yapısalcılık, göstergebilim, Marksizm ve fe-

minizmde uluslararası düzeyde hızlı gelişmelerin yaşandığı yıllar) kısmen tepki, kısmen de bu dalgalanmaların sonucu olarak kültürel çalışmalar yoğun bir kuramsal çalışma dönemine girdi. Amaç kültürün (toplumsal duyum ve bilinç üretimi olarak) kendi içinde ve ekonomiyle (üretim), politikayla (toplumsal ilişkiler) ilişkili olarak nasıl belirlendiğini anlamaktı.

Bu amaçla kesinleşmiş ve tarihsel olarak bir yer edinmiş kuramsal modelleri incelemek ve belli temel kavramlar (örn. sınıf, ideoloji, hegemonya, dil, öznelcilik gibi) üzerinde yeniden durmak gerekiyordu. Ampirik düzeydeki ilgi ise, insanların egemen ideolojinin otoritesine direnmek için mevcut kültürel söylemleri nasıl saptırarak kullandıklarını gösterebilecek kültürel pratikler ve biçimler üzerinde yapılan etnografik ve metinsel incelemeler üzerinde yoğunlaşmıştı. Özellikle gösteriye dayalı gençlik alt kültürleri (ted'ler, mod'lar, bike-çocuklar, hippiler, dazlaklar, punklar) "ritüeller yoluyla direniş" örnekleri olarak incelendi. Daha sonraları, erkek alt kültürüne verilen önemin tekeline karşı feminist kuramda ve politikada bir meydan okuma başladı. Çokkültürlülük kavramına verilen önem, bu politik meydan okumalara bir örnektir.

Kültürel Çalışmaların ilk başlarda Marksist bir etik anlayışı taşıdığından söz edilebilir; ezilen işçi sınıfını daha iyi bir konuma getirebilmek için yeni doğrular ve yanlışlar aranıyor, yapısalcılıktan yararlanılıyordu. Giderek gençlik alt kültürleri, "birey" arayışları, feminist ve gay, toplumsal cinsiyet (gender) kuramcıları yalnızca sınıfsal temelin esas alınmasına karşı çıktılar, popüler kültürün direnişçi özelliğini vaat edici bulanlar oldu. Özellikle eleştirel kültürel çalışmalar yapan akademisyenlerin, Post-modernizmle çözüm üretme yaklaşımı ve totalitenin olabilirliği / olamazlığı açısından ayrıldığını söyleyebiliriz.

Kültür üzerine yapılan akademik çalışmaların tarihçesi, ant-

ropoloji, sosyal antropoloji çalışmalarına kadar uzansa da, bugün anladığımız anlamda kültürün gündelik yaşam içinde üretilen maddi ve manevi yapılarını içeren, dinamik bir olgu olduğu yolundaki anlayışın temelleri, 19. yüzyıl modernite eleştirileri ve Sosyal Teori tarafından atılmıştı. Yirminci yüzyıl yapısalcılığının sistemleştiremediği eleştirel boyut, 1960'lardaki ve 1970'lerdeki toplumsal hareketlerin parçalı alanlarda boy göstermesi, yeni özgürlük arayışlarının hatta özgürlük adacıklarının iddiaları, gündelik yaşamla ilgili akademik çalışmalara adeta özel bir ilgi duyulmasına yol açtı.

1964'de Richard Hoggart ve Stuart Hall tarafından, İngiltere'deki Birmingham Üniversitesi'nde kurulan Çağdaş Kültür Araştırmaları Merkezi'nde, özellikle İngiliz işçi sınıfının boş zaman alışkanlıkları, gençlik alt kültürlerinin dönüştürülmüş simgeler aracılığıyla kendilerini ifade etme biçimleri, ev kadınlarına yönelik radyo yayınları, ucuz aşk romanları, göçmen şiirleri, hastalık ve yaşlılık gibi toplumsal edimlerden uzak kalma halleri, terör ve savaş haberciliği gibi, pozitivist sosyolojinin el atmadığı konularda araştırmalar yapmaya ve yeni eleştirel inceleme yöntemleri geliştirmeye başladı. Medya, bu tür toplumsal konuları ne ölçüde görünür kıldığı, taşıdığı ve biçimlendirdiği açısından önemli bir araç olarak karşılarında duruyordu. Çoğu, edebiyat sosyologu Raymond Williams'ın öğrencisi olan araştırmacılar, edebiyat metinlerinin çözümlenmesinde kullanılan yöntemleri, medya metinlerine uyarlayarak işe başladılar. Bir metin / text olarak görünen yalnızca yazılı metinler değil, televizyon ekranlarındaki görüntüler, bedenler hatta kent yaşamının kendisiydi. Sunulan metinlerin içeriği ile bu metinleri kullanan insanların tepkileri, izleyici araştırmalarına yeni açılımlar kazandırdı. Farklı medya kullanım biçimlerini, popüler kültür formları ortaya çıkartan bu çalışmalar, ideolojik söylemlerden kimlik oluşumuna,

grup üyeliğine, aidiyet biçimlerine, başat değerlerin, modaların, alışkanlıkların oluşumuna dek medyanın genel-geçer rahatlığın sözcüsü olduğunu ancak bu başatlığa karşı geliştirilen bazı direniş biçimlerinin de zaman zaman popüler kültür içinde yer alabildiğini gösterdi.

2002 Ağustos ayında Birmingham Üniversitesi Kültür Araştırmaları ve Sosyoloji Bölümü kapatıldı. "Centre for Contemporary Cultural Studies" (Çağdaş Kültür Araştırmaları Merkezi), zaman içerisinde Kültür Araştırmaları Bölümü'ne dönüşmüş, daha sonra Sosyoloji'yi de bünyesine katarak, Kültür Araştırmaları ve Sosyoloji Bölümü olmuştu. Bölümün kapatılması ilk kez 2002 (29 Haziran-2 Temmuz) tarihlerinde Finlandiya-Tampere Üniversitesi'nde yapılan "4. Uluslararası Kültürel Çalışmalarda Kesişmeler" toplantısında dile getirilmiş ve uluslar arası akademik çevrenin tepkisiyle karşılanmıştı. Üniversite senatosunun kapatma kararında finansal kaynakların yetersizliği gerekçe olarak gösterilmişti. Oysa İngiltere'deki bu küçük merkezde başlayan Kültürel Çalışmalar, 1980'li yıllar boyunca Kanada, Amerika Birleşik Devletleri ve Avustralya'da çeşitli üniversitelerde Kültürel Çalışmalar bölümleri kurulmasına, akademik dergiler, kitaplar, derlemeler, toplantılar, internet siteleri (Örn. Bkn. www.cultstud.org, www.theory.org.uk, www.culturalstudies.net) ve dernekler çerçevesinde canlı tartışma ortamlarının oluşmasına temel oluşturmuştu. Türkiye'de de, dünyadaki bu tartışmaları izleyen akademisyenlerin oluşturduğu Kültür Araştırmaları Grubu, 1999 yılından başlayarak ulusal ve uluslar arası toplantılar düzenlemekte ve amacını, "disiplinlerarası bilimsel bir yaklaşımla, tarihsel ve karşılaştırmalı kültürel araştırmalar yaparak kuram ve yöntemler geliştirmek, uygulamaya yönelik çalışmalar üstlenmek ve desteklemek" olarak belirtmektedir. (Bkn. www.cstgroup.org)

Kısa tarihi içinde hem çalışma yöntemlerinin hem de akademik disiplinlerin politikasına önem vermek kültürel çalışmaların özelliği haline gelmiştir. Nesnelcilik ve ampirizm ideolojileri üzerinde süregelen eleştiriler içinde kültürel çalışmalar, diğer akademik disiplinlerin genellikle üstü örtük bıraktığı bir alanı -bilgi üretiminin gücü elinde tutanların ya da bu gücü elde etmek isteyenlerin çıkarına üretildiği konusunu- açığa çıkarmaktadır.

Kültürel Çalışmalar bir yandan da "tahakkümün nasıl örgütlendiği, işlediği, yaşandığına dair özgül biçimleri, fiili olarak kültürel pratikler ile iktidar ilişkileri ve kültürün özgül bağlamlardaki fiili etkileri, kültürün yönetme pratikleriyle ilişkileri hakkında sorular" sormadığı için eleştirilir. "Sanki tahakküm-direniş ilişkileri her yerde her zaman aynı şekilde yaşanıyor gibidir. Böylece bağlamından koparılmış modeller ve kavramlar kalır elimizde"[68].

Simon Frith, kültürel çalışmaların içinden çıktığı disiplinlerde zevk ve yargı gibi konuların akademik çözümlemelerden uzak tutulmasından, "değerlendirme"nin edebiyat eleştirilerinden çıkarılmasından yakınır. Akademisyenlerle entelektüelleri bir tutmayarak, akademik kurumlarda yüksek kültürün ve düşük kültürün değerlerinin belirlenmesine karşı çıkarken, Fransız yazar Bourdieu'nün, estetik değerlerin eğitimle "şövalyece" savunulduğu yolundaki görüşünü paylaşır. Öte yandan popüler kültürün, piyasa mekanizmalarını altüst etme yeteneğini savunan, popülizme son derece iyimser bakan John Fiske gibi araştırmacıları da ikiyüzlülükle suçlar[69].

Frith'in işaret ettiği gibi, popüler kültüre akademik yaklaşımlar 1930-1940'ların kitle kültürü eleştirilerinin devamı niteliğindedir. Marksist eleştiri, çağdaş popüler kültürü, malların üretim

68. Kejanlıoğlu, a.g.e.
69. Simon Frith, "Good, Bad and Indifferent", *Diacritics*, Kış, 1991.

ve dolaşımını temel alarak inceler. Frankfurt Okulu kitlesel üretimin düzenlenişini çözümleme ve kitlesel tüketimin psikolojisi üzerine çalışırken doğrudan bir yargı vardır; "Popülerse kötüdür". Adorno ve arkadaşları bunun nedenini standartlaşma vb. ile açıklamaya çalışırlar. Eleştirel yaklaşımlar genel olarak "kültürel üretim" anlayışını benimseyerek bunun ardından tüketim kültürünü tüketim eylemine bakarak inceler.

1950'lerdeki Amerikan liberal sosyologlarının katkısıyla da kitlesel tüketimin "pasif" olmayan biçimleri ve kitlesel tüketicilerin liberal rasyonaliteye uygun tipleri ortaya konulup; izleme, okuma ve dinleme sosyolojisi geliştirildi. Çağdaş kültür tüketim eylemleriyle yaşanıyorsa, çağdaş kültürel değerler de tüketim sürecinin içinde yer alacaklardır. İngiliz Kültürel Çalışmaları, belli toplumsal grupları "pozitif kitlesel tüketim" ile belirlerler. Kültürel ürünlerin değeri, onları tüketen grupların (gençlik, çalışan sınıf, kadınlar, vb.) değerleriyle eşitlenir.

Kevin Robins de bir yandan bilinç endüstrisi eleştirilerinin günümüzde işlemediğini, bir yandan da pozitif tüketimcilik anlayışını destekleyen akademik çalışmaları eleştirmektedir. Robins'e göre Stuart Ewen'ın 1970'lerde geliştirdiği tüketici kültürü eleştirisi 20 yıl sonra, 1990'ların ortalarında başka bir döneme aitmiş gibi görünür[70]. Ewen'ın "Sermayeyi tam hakimiyetçi, tüketicileri de pasif kurbanlar"[71] olarak görmesinin katı bir determinizm, "metalaştırılmış kimliği otantik kimlikle" karşılaştırarak yaptığı değerlendirmeleri de bugüne pek uymayan ahlâkçı bir yaklaşım olarak görmektedir. Tüketici kültürüne yönelik yaklaşımların değiştiği bir gerçek. 1980'li yıllarda egemen olan Thatcher ve Reagan (ve Özal) hükümetleri altında, girişimcilik

70. Kevin Robins, *İmaj, Görmenin Kültür Ve Politikası*, Çev. Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999.
71. Bkn. Stuart Ewen, *Captains of Consciousness*, McGraw Hill, New York, 1977.

ve piyasa kültürü, önü alınamaz bir ilerleme içine girdi. Kapitalist değerlerin bir alternatifinin de dramatik çöküşüne tanık olduk. Bu gelişmelerin sonucunda, tüketici kültürünün parametreleri içinde yaşayıp çalışmanın gerekli olduğu görüşü, akademik çevreleri de kuşatan bir görüş haline geldi. Dünyanın meta dünyası olduğunu, kendimizi de bu gerçekliğe ve zevklerine alıştırmaktan başka yolun olmadığını ileri sürenlere karşı "meta, yaşam biçimleri ve tüketicinin gücü", post-Marksist gündemi oluşturan konular oldu. Tüketicinin ihtiyaç ve tercih çeşitliliğine yanıt verecek piyasalar yaratma sorunuyla uğraşan kapitalist toplumların, Fordizm'den post-Fordizme geçişte olduğu gibi, bir dönüşüm sürecinde bulunduğu ileri sürülmekteydi. Robins'in işaret ettiği bu dönüşüm mantığının, daha demokratik ve daha hoş bir tüketici kültürü için yeni olanaklar getirdiği düşünülüyordu. Post-Fordizm'de daha esnek ve çoğulcu yaşam biçimlerine izin verecek, daha karmaşık ve bölümlere ayrılmış piyasaların oluşturulmasından söz ediliyordu. Robins'in dediği gibi "tüketim gerçekten özgürlüğü vaat eden, yaratıcı ve dönüştürücü bir eylem olarak görülüyordu"[72]:

> Kültür ve medya çalışmalarının gelişiminde de buradaki ilgi ve perspektif değişimi görülmektedir. Medyanın etkisi üzerine daha deterministik olan görüşler, izleyicinin aktifliği doğrultusundaki düşüncelere yol açmıştır. Medya tüketimiyle ilgili yeni sosyolojik ve etnografik çalışmalar, tecimsel kültürü eleştiren yaşlı kuşağa ve onların savunduklarına karşı adeta Oedipal bir kavga biçiminde gelişmiştir. Eski kuşak bu kültürü piyasanın yozlaşmış/baştan çıkarıcı özelliği olarak görürken, gençler tecimsel kültürü ciddiye alıp yapıcı ve güçlendirici potansiyelini tartışmaktalar. Eski kuşak elitçilik ve ahlâkçılığa kayarken, yeniler izleyici kitlelerin aktif ve yaratıcı kapasitelerinin var olduğuna inanmakta, görecelik ve popülizme kayma riskine yenik düşmekteler.

72. Robins, a.g.e., ss. 175-176.

Tüketim ve tüketici benlik kavramlarının, yaşamımızı kuşatan gerçekleri açıklamakta yetersiz kaldığına dikkat çeken Robins, özellikle kültür ve medya çalışmalarında; medyada izlenen savaşların, tüketici zevk bağlamını aşan, ancak sığınma ve güven duygularına karşılık gelen bir biçimde ele alınmasını önermektedir. O'na göre; tüketimle ilgili kültür çalışmaları, kitle iletişim araçlarına göndermede bulunan, medya referanslı kamusal alan kuramları çerçevesinde ele alınabilir ve rasyonel vatandaş-tüketici davranışı açısından medya ve demokrasi sorununa ışık tutabilir.

Kültürel Çalışmalar adı altında yapılan akademik çalışmaların depolitize olması yönünde eleştirilere karşın Kellner, kültürün toplumsal ilişkiler ve kültürün üretilip tüketildiği sistemden bağımsız incelenemeyeceğini vurgular[73]. Kültür üzerine yapılacak bir çalışmanın toplum, politika ve iktisadi çalışmalardan yararlanması, disiplinler arası olması gerekmektedir. Medya kültürüne baktığımız zaman da başat değerlerin, politik ideolojilerin, toplumsal hareketlerin nasıl ifade edildiğine bakmaktayız. Televizyon, sinema, müzik ve diğer popüler kültürel formlar genellikle liberal paradigma içinde ele alınır.

Kültürel çalışmalardan siyasi terminolojinin dışlanması, yüksek kültürün popüler kültüre kapılarını açması ve 1990'lardaki globalleşme yanlısı politikalarla aynı döneme denk gelmektedir. Popüler olan her şeyin kutsandığı bu yeni global eğilim, toplumdaki iktidar ilişkilerinin kültürel ortamlara yansımalarıyla ilgilenmek yerine, popüler kültür diye adlandırılan ve medya eliyle dolayımlanan "görünür olmasına izin verilmiş" kültürel dışavurumların parlak çeşitliliğiyle ilgilenmeyi tercih eder.

---

73. Bkn. Douglas Kellner, "Cultural Studies, Multiculturalism, And Media Culture", *http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/SAGEcs.htm*

Duvar yazıları, anonim edebiyat, porno edebiyat, sokak gösterileri, sokak kıyafetleri, festivaller, kitle sporları (özellikle futbol) vb. banal olarak kabul edilen kamusal alanlardaki dışavurumlar, gazetelerin 3. sayfaları, televizyonda eğlence programları, pop-starlar, video-klipler, bilgisayar oyunları, reklamlar, bisiklet kültürü, motosiklet kültürü, seyahat kültürü, vb. kültür çalışmalarından dışlanan konular değildir. Anonimliğin zaman içindeki anlamı ise toplumbilimsel araştırmalar için sorundur. Anmdalık, rastlantısallık, bir toplumun genel karakteristiğini vermeye ne kadar yeterlidir gibi sorular ise, metodoloji dışında kalınarak göz ardı edilemez. Akademik çalışmalarda gündelik gerçeklere, anonim dışavurumlara verilen önem, bir anlamda toplumsal bellek kaydına girecek unsurların seçilmesi anlamına gelir.

Ortak bir kültürün oluşumunda referanslar, semboller ve mitler üreterek, yaşamımıza müdahalede bulunan medya karşısında vatandaşların, dinleyici-okuyucu-izleyici kesiminin, yeni bir medya okur-yazarlığı becerisi edinmesini gerektirmektedir. Medya tarafından taşınan, oluşturulan ve yaygınlaştırılan anlam ve mesajların anlaşılması, yorumlanması ve eleştirilmesi, Douglas Kellner'in uyardığı gibi, medyanın kültürel pedagoji üstlenen bir alan olmaması gerekir. Medyanın, düşünceleri, arzuları, korkuları oluşturan ve davranışları belirleyen, doğru ve yanlışları, kısaca toplumun ethos'unu (etik anlayışını, doğrular ve yanlışlarla ilgili yargılarını) oluşturan bir alan olma iddiasına karşı uyanık ve hazırlıklı olmak gereklidir. Medyanın, toplumdaki başat normları, değerleri, pratikleri ve kurumları gösterip bunlarla uyumlu olmanın yollarını öğreten bir kültürlendirme aracı olduğunun bilincinde olursak; cinsiyet, cinsellik, sınıf, ırk, etnik köken gibi, kimliğimizi oluşturan, dünyaya ve hatta kendimize bakma biçimlerimizin belirlendiğini de biliriz. Nasıl giyineceğimiz, ne-

ler yiyip içeceğimiz, neleri satın alacağımız, farklı toplumsal gruplara nasıl tepki vereceğimiz konularında vatandaşlara bir kültürel ortam sunmaktadır. Medyada sunulanların nasıl "okunması" gerektiği yolunda, (söylem, semantik, imgeler, simgeler, kodlamalar, vb.) bilgi sahibi olmadan, bu kültürel ortam içinde insanın değil söz sahibi olması, yolunu bulması dahi mümkün değildir.

Bize sağlam bir "kimlik" vereceğini umduğumuz etnik, ulusal, sınıfsal ve cinsel gruplara boşuna bel bağlamamız; kimliklerimizi haritanın her yanına yayan günlük yaşamın globalleşmesine olan -giysilerimiz, ev eşyalarımız, kitaplarımız, müziğimiz, düşüncelerimiz ve hayallerimiz- boş sadakatimiz; temiz ve kalıcı yaşam değerlerimizin olmasını istememiz; tüm değerleri silecek modern yaşamın sınırsız deneyim olanaklarından yararlanma arzumuz; Marx'ın dediği gibi "her şeyin karşıtına gebe olduğu" ve "katı olan her şeyin havada eridiği" bir dünyada yolunu şaşırmış gibidir[74].

Kültür çalışması yapan akademisyenlerin kendi tavırlarını açıkça ortaya koymaları, hangi tarihsel ve teorik kaynaklardan yola çıktıklarını açıkça belirtmeleri en iyi çözüm olacaktır. Örneğin Kellner, Kültürel Çalışmalar akımının eleştirel ve politik boyutunun, kültür ve toplumla ilgilenen apolitik ve objektivist çalışmalardan özellikle ayrıldığını belirtir. Toplumsal kökenlere, toplumsal üretim ve tüketim süreçlerine gönderme yapan kültür çalışmalarının, toplumda başat olan değerlerle, bunlara direnenlerin çatışmasını ortaya koyma gayretini vurgular. Sınıf, cinsiyet, etnik kökenler ve ideoloji eleştirileri ile kültürel çalışmalar, ırkçı, cinsiyet ayrımına dayalı kültürün nasıl ve nerelerde üretildiğini bulmaya çalışır. Kültürel metinler olarak televizyonda ve sine-

74. Marshall Berman, *All That is Solid Melts Into the Air*, Verso, New York. 1991, s. 35.

mada bir yandan başat değerler rasyonelleştirilirken, bir yandan da çok-kültürlülüğe ne denli geçiş izni verildiğini, alternatif medya okumalarının olasılığını sorgulamak ister. Bu yolda, Kellner, kültürel metinlerde kodlanmış olan iktidar ilişkilerinin, kültürel çalışmalarda geliştirilecek bir medya pedagojisi projesiyle çözülebileceğini, izleyicilerin medya-okuryazarlığını arttırabilecek yolların bulunmasıyla, başat ideolojilere direnmenin de mümkün olabileceğini söyler.

Kanımca bu medya pedagojisi projesi ve medya-okuryazarlığı kavramları, Eleştirel Okul'un "bilinç endüstrisi" kavramındaki totaliterlik anlayışını yumuşatmaktadır. İzleyicilerin, medya sisteminin farkında olması, kültürel metinlere kuşkuyla yaklaşması, yine de bu medya kültürünün içinde kalmasını genellikle önlememektedir. Eğlencenin pedagojik işlevlerinden söz etmenin tarihçesi, Platon'un Devlet kitabına kadar uzanmakla birlikte, "eğlenenlerin" sembolik kültür kullanım alışkanlıklarını değiştirmek, pek de kolay görülmemektedir. Bugün televizyon programlarındaki çeşitli formatların farkında olan, medya arenasında görünenlerin samimiyetine inanmayan, bunu dillendiren ancak yine de kültürel donanımının büyük ölçüde medya kültüründen beslendiğini ayırt edemeyen izleyicilerden söz ediyoruz burada. Gerçi Kellner'in Eleştirel Kültürel Çalışmalar için önerdiği: üretim ve ekonomi-politik tartışmaları; metin çözümlemesi; kültürel metinlerin alımlanma ve kullanım biçimleri üzerinde çalışma sac ayağı, akademik çözümlemelerde kullanabileceğimiz, çok-disiplinli yöntemlere bir örnektir[75]. Ancak, Bourdieu'nün "kültürel üretim alanları" kavramını geliştirirken kullandığı "sudaki balık" misali bir kuşatıcılık içinde bulunduğumuzu unutmamalıyız.

75. Kellner, a.g.e.

Yerel ve global kimlikler, yerel ahlâk ile evrensel/global düzenin doğrular, yanlışlar, normlar olarak belirlenen yeni etik anlayışları arasındaki çatışmaların su yüzüne çıkmasına yol açarken, liberal piyasalarda nasıl davranılacağına dair medyanın arabulucu/medyatör olarak işlediği bir popüler kültür piyasasının kuşatıcılığı altındayız.

Kültür çalışmaları ya da Kültürel Çalışmalar'ın zemini ve yönüyle ilgili tartışmalar 2000'li yıllarda akademik çevreler için güncelliğini korumakta. Globalleşme tartışmalarının canlandırdığı post-kolonyalizm (sömürge sonrası) kuramları ise bir yandan kültürel emperyalizm alanına geri dönülmesine yol açarken; belli alanlara ait olan kavramlar; örneğin, psikanalizin kullandığı "Öteki", edebiyat çözümlemelerinde kullanılan "metin", "alt kod-üst kod", "retorik", "söylem" vb. kavramlar, imge-simge-ikon gibi göstergebilim kavramları, Marksizmin eleştirellik anlayışına ait "meta değişim değeri", çevrecilik hareketinin "sürdürülebilir çevre", feminist çalışmalardaki "ev içi-ev dışı", "beden politikaları", sinema ve psikanalizle ilişkilendirilen "görsel zevk" gibi kavramlar toplumsal ve siyasal yaşamımızdaki sorunların iç içe girmesi gibi, akademik alanların da iç içe girmesiyle dolaşımda olan kavramlar haline geldiler.

Dördüncü Bölüm

# *KÜLTÜR-İMAJ-KENT*

## *GLOBAL KÜLTÜR YA DA KÜLTÜREL EMPERYALİZM*

Kültürel emperyalizmin tanımlanması, tarihsel (imparatorluklardan cumhuriyetlere geçiş), coğrafi (sömürgecilik ve bağımsızlık savaşları) ve araçsal (askeri, stratejik, teknolojik) değişkenlere bağlıdır.

Belirli kültürlere ve ülkelere özgü emperyalizm biçimlerinden söz edilebilirse de, kültürel emperyalizmden orijinal bir tez olarak söz etmek, daha çok kapitalizm eleştirilerine karşı çıkanların tercih ettiği bir yöntemdir. Kültürel emperyalizmin içerdiği itibarsızlık, olumsuzluk, emperyalizm sözcüğünün gönderme yaptığı görkemli imparatorluk değil, imparatorluğun meşruluğuna sahip olmadığı halde imparatorluk eğiliminde olan bir yayılmacılıktır. Belli bir yönetimin veya halkın, farklı kökenlere sahip halklar üzerinde ekonomik, politik, dinsel ve demografik tahakküm kurma eğiliminin adına "modernleştirme" gibi bir evrensel iyileştirme projesi denildiğinde pekâlâ hem mütehakkimler hem de tahakküm altındakiler tarafından benimsenen bir tutum olabil-

mektedir. Oysa emperyalizm, artık sömürgeci imparatorlukların cismani olarak varlık gösteremediği 20. yüzyılda, üstelik Lenin tarafından yapılan "kültürel emperyalizm, kapitalizmin son aşamasıdır" tanımlaması belleklerde canlı iken, pek de sevimli görülmüyor, akademisyenler ve siyasetçiler tarafından.

Kültür sözcüğünün, doğaya hakim olma iddiasıyla gerçekleştirilen ziraata (=cultivation) dayanan kökeni de hep tanımlanma savaşlarına konu olmuştur. İdeal insanlığı temsil ettiklerine ve insanın doğayla/insanla/toplumla savaşımını kontrol altında tutabileceklerine inanan soylular ve misyonerler, sömürge ülkelerindeki "yabanıl" insan karşısında kendilerini iyi yetiştirilmiş yani "kültürlü", Öteki'leri kültürsüz olarak adlandırıyorlardı. Kültürel olan, doğal olanın karşı kutbunda yer aldıkça değer kazanmaktaydı. Kültürel tutuculuk anlayışında doğal olan kirli, kaba kuvvete yaslanan, çıkarcı, kavgacı, hayvani, kaotik, çocuksu, rastlantısal ve anlık değişimler gösteren, kutsal olmayan, materyal, çoğulluk, kümelenmiş, kalabalık, tatlara ve arzulara dayanan, irade, güç, baskın olma, beden (et-kemik), yani insan eliyle değiştirilmesi gereken ilkellikler olarak algılanır. Kültür ise; biçim, süreklilik, kutsallık, ideal (düşünsel), bütünsellik, topluluk, organizma, anlam, uyum, değerler / normlar, otorite, gelenek, statü, kural, grup, kurumsallık, organizasyon, insan, ruh, yetişkin gibi kavramlara dayanarak, insan eliyle belirlenen düzenlemelere gönderme yapar. Bu anlayışa göre, kültürde zor kullanmaya, çıkarcılığa, bireyselliğe ve arzulara yer yoktur[1].

Oysa örneğin Eski Roma'da gladyatörlerin hayvanca dövüştürülmesi, dövüşleri sirk ortamında izleyenler için insani bir gelenekti. Dövüşler arasında arenayı kanlardan temizleyip güzel kokulu çiçekler atmak "insani" bir davranıştı. Bugün de, kozmetik sanayinin gelişmesiyle, ana rahmindeki kuzu, balina ya da

1. Anthony Skillen, Pop-Porn-Pulp-Politics, University of Kent at Canterbury, 1992.

(medyaya bir parça yansıyan iddialar doğru ise) insan ceninleri, güzellik kremlerinin özünü oluşturuyor.

Kültürü doğayla karşı karşıya getiren sınıflandırmalar, önyargılara dayanır. Her ikili/çift kutuplu sınıflandırmanın özünde "dışlama" yardımıyla en kolay yoldan tanım yapma eğilimi vardır. Bir'e indirgemeci tiplemeler, klişelerin oluşmasını ve varolan klişelerin devamını sağlar. İlk bakışta ortak anlayışlara seslenmeyi kolaylaştırsa da acaba bu ortaklıklar ne kadar "ortaktır" gerçekte? Çeşitlilik, ayrıntı, değişken koşullar, ortamın değerlendirilmesi gibi bilgilerden, referanslardan uzak sınıflandırmalar, bu ayrımı yapan tarafın üstünlüğünü, baskınlığını gösterir. Tanımlayan, aynı zamanda duruma hakim olduğunu ifade eder. Kültürün "gündelik yaşama dair alışkanlıklar bütünü" olduğu görüşü ancak 20. yüzyıl başlarında benimsenen bir görüş.

Bu doğal-kültürel ayrımını düşününce, içimizdeki şeytan dediğimiz ve popüler edebiyatta, sinema filmlerinde, televizyon dizilerinde yansıtılan "kötü adam" tiplemeleri acaba nereye giriyor? Kültürün gündelik yaşama dair bütünlüklü bir durum olduğunu ilk kez açıkça söyleyen İngiliz Raymond Williams ve onun izinden giden kültür eleştirmenleri 1960'lı yıllardan başlayarak medyanın bu gündelik kültürü belirleyici rolünün önemini fark etmişlerdi ve ellerinde de televizyonun mozaik hedef kitlesine seslenen iyi bir örnek vardı. Global dolaşımdaki ilk önemli Amerikan dizisi olduğu için Dallas üzerine çok şey yazılıp çizildi. 1990'lı yıllarda ise artık Dallas tipi dizilere gerek kalmadı. Gündelik yaşamın ithal edilmesi söz konusu olunca (bağımlı olan halklara zorla dayatılan kültürel değerler bağlamındaki kültürel emperyalizmin yani modern sömürgecilik tipinin temel özelliklerinden biri, günlük kullanım ürünleriyle birlikte bu ürünlerin gerektirdiği davranış biçimlerinin de ithal edilmesi değil midir?) televizyon dizileri tek kaynak değildir kuşkusuz. Haberler, rek-

lamlar, modalar, eğitim sistemleri, yönetim sistemleri, kültürel bağımlılık mekanizmaları olarak pekâlâ çalışmaktadır. Üstelik hepimizin bildiği gibi, yayılmacı, zorlayıcı, yutucu yeni imparatorluk biçimleri sevimsiz ve korkunç imparatorların ağırlığını taşımıyor. Kapalı kapılar ardındaki birkaç yuvarlak masada alınan kararlarla yönetilmiyoruz. Global ağlar herkesi öyle bir sarmalamış durumdadır ki, medya emperyalizmi denilen egemenlik ilişkisinde petrol şirketleri de, çiçek kokulu cenin-kremlerini kullananlar da, komikleştirilmiş, palyaço imparatorlar-imparatoriçeler haline getirilmiş medya starları da aynı arenanın düzenlenmesinde yer alırlar.

Stuart Hall[2] globalleşmeyi, ulus devlet ile ulusal kültür kimliği arasındaki ilişkinin giderek yok olmasına sebep vermekle suçlarken, bir yandan da yerel kimliklerin bu ortamda kendilerini ifade etme olanakları bulmasına yol açtığını düşünmektedir. Resmi ulus-devletin merkezi yapısının kırılmasıyla, yerel olan ve "yaşayan" kimliklerin dillenmeye başlamasının, başat söylemleri tehdit ettiğinden söz edilebilir. Bu durumun toplumu ne derece özgürleştirici olduğunu tartışırken, çok-kültürlülük, pozitif ayrımcılık gibi terimlerin gündelik yaşamımıza girmiş olması, kanımca olumlu; kuşkusuz, demokrasi ve yurttaşlık bilinci gibi terimlerin eşliğinde kullanıldığı zaman.

Coğrafyanın yer altı ve yer üstü kaynaklarıyla olduğu kadar demografik unsurlarıyla da sömürgeleştirilmesi eski imparatorlukların yayılmacılık girişimlerinin sonucuyken, bayrak, para, anıtlar vb. simgeler hakim olunan yerdeki gücün göstergeleriydi. Bugün coğrafyanın sömürgeleştirilmesinin yanı sıra ve ötesinde

2. Stuart Hall, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", ve "Eski ve Yeni Kimlikler, Eski ve Yeni Etniklikler", *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi*, Anthony D. King, Der., Çev. Gülcan Seçkin-Ümit Hüsrev Yolsal, Bilim ve Sanat Yay., Ankara, 1998.

zamanın sömürgeleştirilmesi de söz konusu. Bilgisayar teknolojilerinin, internet ağlarının atası olan askeri uyduların geleceğe yönelik projeler üretmesi, yalnızca bugünümüzün değil, gelecekteki yaşamlarımızın da öngörülebilir bir denetim içinde düzenlenmesini amaçlamaktadır. Üstelik yalnızca bugün ve gelecek değil, geçmişe yönelik bakışlarımız da bilim-kurgu filmleriyle, tarihsel belgelerin medyanın gündeminde yer alış biçimleriyle yaratılan kurgulanmış toplumsal belleklerde oluşturulmakta. Post-kolonyal akademik çalışmalar artık yalnızca bağımsızlığını kazanmış eski sömürge ülkelerini değil, modernleşme söylemi içinde gelişimini sürdüren, tarihte hiçbir ülkenin sömürgesi olmamakla gurur duyan (duymak isteyen) bizim gibi ülkeleri de içine almakta. Bu noktada içine düşülebilecek yanlış, sömürgecilik tanımlarının da yine sömürgeci zihniyete uygun yapılması yanlışıdır. Web yayılmacılığı, ufukta görülen bir emperyalizm değil, öngörülmeyen savaşlar ve doğal afetlerle her an kaosa dönüşebilecek küresel şirketlerin yayılmacılığıdır. Teknolojinin yüceltilmesine dayanarak insanlığın kurtuluşunun siborglarda (siber-organizmalar) olduğunu iddia edenlerin de, artık bilgisayar esiri olduk diyenlerin dünyaları da mikro-coğrafyalardan ibaret kalmaktadır. Terimlerin hükümranlığını benimseyip benimsememek gibi bir iradi güce sahip olmak, yine toplumların kültürel özgünlüklerine ait bir niteliktir. Ancak kültürel özgünlük denilen niteliklerin de değişebilir olduğunu, kültürün bir bütün olarak statik olmadığını, yavaş ve hızlı değişen unsurlardan oluştuğunu akıldan çıkarmamak gerektiğini düşünüyorum. İnsanların ve toplumların kendi kaderlerini kendilerinin belirlemeleri yolunda bir iyimserlik, hiçbir imparatorluk biçiminin işine yaramayan bir insani durum. Bu iyimserliğin gücünün farkında olan bütün bilim-kurgu filmleri, insani zaaflarımızı anında karşılamaya çalıştıkları için hangi zaman ve mekân boyutunda kurgulanırsa kurgulansın, "yabancı" yani ithal edilmiş gelmez izleyicilere. 2000 yılın-

da Türkiye'deki sinemalarda da gösterime giren Matrix filminin yabancı dillere çevrilmiş bütün bildik Batılı masallara/efsanelere gönderme yapmasının nedeni de budur. Kurbağa Prens, Uyuyan Güzel ve yetenekli-seçilmiş-aciz olmanın cazibesini benimseten daha niceleri, imparatorlarına çok yakınlar. Belki de imparatorlar tarihin hiçbir döneminde bu kadar bize yakın, bu denli bize benzer yüzlü olmamışlardı.

## *KİMLİK VE İMAJ*

İletişim bilimci Stuart Hall'a göre bir kimlik sorunu incelenirken, sunulan / sergilenen durumun dışına değil, iç yapısına bakılması gerekir. Sergilenen durumun oluşması sürecinde karşımıza çıkan yeni konuların varlığını belirleyebilmek gerekir. Böylece yalnızca varolan durumu ikinci elden yansıtan bir ayna olmaktan çıkıp üzerinde konuşabileceğimiz yeni alanlar keşfedebiliriz.

Belli bir kimliğe sahip çıkan kişiler, kendilerinin diğerlerinden farklılıklarını vurgulamaya çalışırlar. Kimlik, kendilerinden farklı olanlarla yaptıkları çeşitli kuramsal savaşların "ikinci-el imgesi" durumundadır. Bu durumda belki "ben kimim?" sorusuna yanıt aramak yerine "Ötekiler kim?" sorusuna yanıt aramaya çalışırlar.

Farklılık, diğerleri bizim için önemli olduğu sürece söz konusudur. Bu önemin altında bir parça hayranlık da yatmaktadır ama biz genellikle bunu itiraf etmeyi zayıflık olarak kabul ederiz. Kendi yakın çevremiz bize zevk veriyorsa ve bu çevre içinde bulunan insanları "anladığımızı" düşünüyorsak onlar için bir şeyler yapmak isteriz. Bireysel ve topluluk içindeki yaşantımızı, sıradan deneyimlerimizi sınırlayan koşulları ortadan kaldırmaya yönelik bazı konuları gündeme alırız. Burada politik tavrın (mese-

la AB'ye girmenin) aynı zamanda zevk verici (yani en az kokoreç kadar lezzetli) olması söz konusudur. Tavır almak anlamında kamplara ayrılmak, içinde bir parça oyun olan ciddi bir iştir. Hatta herkes kendi başına bir kamp olduğunu ifade edebilir. İşte bu "ifade etme" sürecinin kendisi, insanın kendisi hakkında konuşurken aynı zamanda da bir başkası için yani aslında çok da ciddiye almadan konuşuyormuş gibi bir tavır takınmasıdır. İmgeler yani imajlar açıkça "ne düşündüğümüzü" değil, "ne ile birlikte düşündüğümüzü" anlatmak üzere uygun gördüğümüz aracı anlatır. Gerçeklikle olan ilişkimizde aslında kendi söylem alanımız içinde belki de çok önemli olmayan imgeler (olup olacağı yarım ekmek arası kıyılmış ince kuzu bağırsağı) ikinci söylem alanında yani bizim başkaları ile paylaştığımız daha genel bir söylem alanında kışkırtıcı olabilir, önem kazanabilir.

Kimliğin kendisi imgeden başka nedir ki? Ben "kendim"i tanımlamaya çalışırken, başkalarının bu "imgesel" kendim ile olan ilişkisini bulmaya yönelirim. Gündelik deneyimler kimlik imgesinin oluşmasında önemlidir ama çoğu zaman insanlar sıradan hallerinin dışına çıkmak için hayali / imgesel kimlikler uydururlar. Başkalarının kimlikleri ile ilgili düşüncelerimiz de zaten onların bize sergilediklerinden çok, bizim onlar hakkındaki imgelerimizden oluşur. Her kimlik imgesinde en az bir çift yönlülük vardır: kimlikleri "Ben ve Ötekiler" 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. Türk imajı, Türk kimliği gibi tanımlamalardan söz edilirken di-

ğer ulus-kimliklerine karşı bir meydan okumanın var olduğunu görüyoruz. 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 haklara sahip olma savaşı/kavgası vermektedirler. Kendi kimliklerinin tanınmasını isterken bir meydan okuma hareketi içindedirler.

## *İMAJ YÖNETİMİ*

*Ne tuhaf. Kendimiz ve sevdiklerimizle ilgili müthiş korkular içimizi kemirip durur. Yine de etrafta dolaşır, insanlarla konuşur, yiyip içeriz. İşlerimizi sürdürürüz. Duygularımız derin ve gerçektir. Nasıl olup da bizi felç etmezler? Bu duygularla en azından bir süre için nasıl yaşayabiliyoruz? ...Nasıl olur da hiç kimse dün gece, bu sabah ne kadar çok korktuğumuzu anlamaz? Hep birbirimizden bir şeyler mi saklıyoruz, karşılıklı rıza göstererek? Yoksa bilmeden aynı sırrı mı saklıyoruz? Üstümüzde aynı tebdili kıyafet.*[3]

İnsanların denetlendikleri, tanımlandıkları yani insani etkileşimler içinde bulundukları toplumsal karşılaşmalarında nasıl davrandıklarını incelerken "imaj yönetimi" kavramına başvurmak gerekir. Yaratmaya, sunmaya ve savunmaya çalıştıkları imajlar, insanların etkileme yöntemleri geliştirmelerine, kendi imajlarını yöneterek istedikleri etkileri elde etmek için çaba göstermelerine yol açmaktadır. Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu (The Presentation of Self in Everyday Life-1959) adlı kitabında Goffman (1922-1982), insanların birbirleri üzerinde etki yaratma yollarını

3. Don DeLillo, White Noise'dan aktaran Kevin Robins, *İmaj*, Ayrıntı Yay., 1999.

tartışır. Shakespeare'in "Dünya bir sahnedir" sözünü toplumsal yaşamdaki rollerimizi inceleyerek geliştirdiği dramaturji kuramıyla güncelleştirir.

Dramaturji kuramında tiyatro yalnızca toplumsal yaşamın analizinde kullanılan bir metafor değil, toplumsal yaşamda yaptıklarımızın bir modelidir. Goffman'ın çalışmalarında tiyatronun bütün öğeleri bulunmaktadır. Senaryolar, aktörler, yönetmenler, oyun sergilemeler, seyirciler, eleştirmenler, provalar, sahne arkası, kulis, sahne ışıkları, vb., yorumlar ve eleştiriler de vardır.

Bir kişi başkalarının varlık alanına girdiği zaman ötekiler öncelikle bu kişi hakkında bilgi toplamaya veya var olan bilgiyle oynamaya başlarlar. Genel sosyo-ekonomik konumuyla, kendisini nasıl gördüğüyle, onlara karşı tavırlarıyla, yeterliliğiyle, güvenirliliğiyle, vb. ilgilenerek bir takım sorular sorarlar. Bu bilgilerin bir kısmı öylesine soruluyormuş gibi gelse de aslında pratik nedenlerle istenen bilgilerdir. "Nasılsınız?" gibi bir soru bile masum değildir. Böyle bir sorunun gerçekten o anda nasıl olduğunuzu, neler düşünüp neler hissettiğinizi öğrenmeye yönelik olup olmadığını; dertleşmek üzere içinizi dökebileceğiniz biri karşısında mı yoksa sadece "hayat iyi-kötü devam ediyor işte", "yeni bir şey yok", yani "benimle karşılaşmanız şu anda hayatınızda önemli bir değişiklik yaratmayacak, endişelenmenize de sevinmenize de gerek yok" diyen biri karşısında mı olduğunuzu hemen anlarsınız.

Karşılaştığımız insanlar hakkındaki bilgilerimiz, durumun tanımlanmasına yardımcı olur, bizden neler bekleyeceği, bizim de bu kişiden neler bekleyeceğimiz hakkında fikir sahibi olmamızı sağlar. Böylece bilgi edinmekle, onlardan istediğimiz türde bir tepki almamızı sağlamak için en iyi nasıl davranmamız gerektiğini öğrenmiş oluruz.

İçine girilen alanda halihazırda var olanlar çeşitli bilgi kay-

naklarına ulaşabilir ve bu bilgiyi yaymak için çeşitli taşıyıcıları (veya "işaret-araçlarını") kullanabilirler. Kişi hakkında bilgileri yoksa, davranışlarını ve görünüşünü gözlemleyerek, bu kişiye az çok benzeyen daha önceki kişilerle olan deneyimlerini ve daha da önemlisi, geçerliliği sınanmamış önyargılarını uyarlamak üzere bazı ipuçları bulmaya çalışırlar. Belirli bir toplumsal ortamda tanıştıkları kişilerle ilgili geçmişteki deneyimlerini de ona yükleyebilirler. Kişinin kendisi hakkında söylediklerine veya kim ve ne olduğuna dair sunduğu kanıtlara da dayanabilirler. Etkileşime girmeden önce kişiyle ilgili bir deneyimleri varsa, şu andaki ve gelecekteki davranışlarını öngörmek üzere, psikolojik özelliklerin kalıcı olduğu ve genelleştirilebileceği varsayımına dayanabilirler.

Kişinin doğrudan diğerlerinin karşısına çıkması süreci içinde, davranışlarına dikkat etmeleri gerektiğinde ihtiyaç duyacakları, toparlayıcı bilgiler veren birkaç olay yaşanır. Etkileşimin zaman ve mekânı dışında kalan veya içinde gizli olan pek çok gerçek vardır. Kişinin isteyerek veya istemeyerek kendisini ifade etmesi, diğerlerinin de buna karşılık olarak bir şekilde etkilenmeleri için kişinin bir davranışta bulunması gerekmektedir. Tabi kişi kasıtlı olarak yanlış bilgi verebilir, aldatma, veya "öyle gibi" görünme yollarına başvurabilir. İletişimi ister dar anlamda ister geniş anlamda ele alalım, kişi başka insanların karşısına çıktığı anda davranışlarıyla bir şeyler öne sürüyor olacaktır. Diğerleri karşı karşıya oldukları sırada bu kişiye inanarak, buna uygun karşılık verme eğiliminde olacaklardır ama, bu değerlendirme ancak o uzaklaştıktan sonra yapacakları asıl değerlendirmeyle yer değiştirebilir.

19. yüzyıl sonlarında İstanbul'un "alafrangalığa" özenen tipleri ise kendilerini şöyle gösterme hevesindeydiler:

> Bu kalabalığın ekseriyeti -kadınlar başka, erkekler gene başka olarak- üçer beşer bahçenin içinde aşağı yukarı gezinirler, diğerleri de tarhların arasındaki kanapelere, sandalyelere oturarak ve çalgıcıların -o zamanlar İstanbulca pek moda olan- Belle Helene operasından çaldıkları havaları dinleyerek gezinenleri temaşa ile eğlenirlerdi. Bu temaşacıların içinde takriben yirmi üç, yirmi beş yaşlarında top simalı, saz benizli, elâ gözlü, kara saçlı, az bıyıklı, kısaca boylu, güzel giyinmiş bir bey görülürdü ki aşağıki kapıya yakın ve kapıdan her gireni çıkanı görmeye müsait bir mevki tutarak bir masanın iki yanındaki birer sandalyadan birisine kurulmuş, diğerine de -yakasının iç tarafındaki "Terzi Mir" markası yakından geçenlerin gözüne çarpmakta olan- pardesüsünü sanki gelişi güzel atmış idi.[4]

Bir kişinin başkalarının karşısına çıktığı zamanki hareketleri, diğerlerinin bu kişiyi tanımlanmasını etkiler. Bazen kişi tamamen hesaplı davranarak, başkalarından almak istediği tepkiyi sağlayacak şekilde, diğerlerinde belirli bir izlenim uyandırmak üzere kendini ifade edebilir. Bazen kişi durumun pek de farkında olmadan davranışının muhasebesini yapabilir. Bazen bilerek ve isteyerek kendini belirli bir biçimde ifade edebilir ama bunun asıl nedeni, bu ifadeden etkilenecek olanlarda (belirsiz bir kabul veya takdir edilmenin ötesinde) belirli bir tepki uyandırmak değil, içinde bulunduğu grubun ve toplumsal konumunun geleneksel olarak böyle bir ifadeyi gerektirmesidir. Bazen kişinin toplumsal rolü geleneksel olarak düzenlenmiş, belirli bir izlenim tarzı vermeye yöneltebilir ama yine de kendisi bilerek veya bilmeyerek böyle bir izlenim yaratmayabilir. Diğerleri de buna karşılık, kişinin bir şeyler aktarma çabasından etkilenebilir ya da durumu yanlış anlayarak kişinin kastetmediği, ortada olanların da göster-

4. Recaizade Mahmut Ekrem, *Araba Sevdası*, ilk basımı 1896, ss. 14-15

mediği sonuçlara varabilirler. Durum ne olursa olsun, başkaları kişinin aktardığı belirli bir izlenimden yola çıkıyormuş gibi hareket ettiği zaman, işlevsel veya pragmatik bir bakışla kişinin, durumun varolan tanımlamasını "etkili bir biçimde" yansıttığını ve varolan olaylarla ilgili anlayışı desteklediğini söyleyebiliriz.

## *KENTTE KARŞILAŞMALAR*

*Kent büyük bir hışımda büyüyor.*
*Büyüyor, büyüyor, uğultusu başımda,*
*Otoların, motorların uğultusu.*
*Tekerlekler dönüyor, dönüyor, dönüyor,*
*Işıklar bir yanıyor, bir sönüyor;*
*Kırmızı, yeşil, mavi, kırmızı, yeşil.*
*Onu düşünüyorum;*
*Kimseden saklanacak gibi değil.*
*Özdemir Asaf, "Durak" Çiçekleri Yemeyin.*

Modern büyük kent yaşamındaki zamana ve mekâna 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 yaşamındaki yeni alışkanlıklar (örn. 24 saat açık benzin istasyonları, marketler, bizde gece yarısından sonra açık işkembeciler, vb.) zamanın el değiştirmesine, kolonileştirilmesine yol açmaktadır. Ahmet Hamdi Tanpınar, 1946 yılında yayınlanan Beş Şehir adlı kitabında, İstanbul, Bursa, Konya, Erzurum ve Konya'nın kültürel coğrafyasını çıkartmakta, bu kentlerin içinde yaşayanlar ve dışarıdan bakanlar için neler ifade ettiklerini edebi bir dille anlatmaktadır:

> Asıl İstanbul, yani surlardan beride olan minare ve camilerin şehri, Beyoğlu, Boğaziçi, Üsküdar, Erenköy tarafları, Çekmeceler, Bentler, Adalar, bir şehrin içinde âdeta başka başka coğrafyalar gibi kendi güzellikleriyle bizde ayrı ayrı duygular uyandıran, hayalimize başka türlü yaşama şekilleri ilham eden peyzajlardır.
> Onun için İstanbul'lunun gündelik hayatında bulunduğu yerden başka tarafı özlemesi çok tabiidir. Göztepe'de, hışırtılı bir ağaç altında bir yaz sabahını tadarken küçük bir ihsas, teninizde gezinen hiçten bir ürperme veya gözünüze takılan bir hayal, hatta birdenbire duyduğunuz bir çocuk şarkısı sizi daha dün ayrıldığınız bir Boğaz köyüne, çok uzak ve değişik bir dünya imiş gibi çağırır, rahatınızı bozar. İstanbul'da, işinizin gücünüzün arasında iken birdenbire Nişantaşı'nda olmak istersiniz ve Nişantaşı'nda iken Eyüp ve Üsküdar behemehal görmeniz lâzımgelen yerler olur. Bazan da hepsini birden hatırladığınız ve istediğiniz için sadece bulunduğunuz yerde kalırsınız.[5]

2000'li yılların İstanbul'u ise her semti bir başka yaşam biçimi sergileyen bir kent olma özelliğini kısmen korusa da, kent içi, semtler arası göçlerin daha önceleri olmadığı kadar sık yaşandığı, birkaç kuşak aynı evde yaşayan ailelerin neredeyse kalmadığı bir kenttir. 1950'li yıllarda yoğunlaşan iç göçlerin kentin periferisindeki gecekondularda çare arayan yoksul kırsal kesim göçmenlerinden, 1980'lerde kentin yoksulları ile siyasi oy pazarlığına dönüşen arazi kullanımının kendini gösterdiği belediye yönetimlerine geçilmiştir. Sık sık değiştirilen sokak ve cadde isimleri, global ekonominin göstergesi olan yabancı isimli mağazaların çokluğu, artan trafik yoğunluğu, (medeni ilgisizlikten nasibimizi aldığımız için) kimseyle göz göze gelmemek için bakışlarımızı hep yere çevirdiğimiz Boğaz motorlarının yanı sıra artık kapta-

5. Ahmet Hamdi Tanpınar, *Beş Şehir*, 7. basım, Dergâh Yay., 1987, ss. 15-16.

nmı bilemediğimiz Şehir Hatları Vapurları ve deniz otobüsleri, steril fayanslarıyla yeni metro, kentin çehresini değiştirmeye devam etmektedir.

Kentlerde yaşayan insanların göçmenliğinden, yoksulluğundan veya zenginliğinden söz ederken, bu tanımların değiştiğini görmekteyiz.

Kent 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 bir düzenleme biçimi, antropolojik-şiirsel-mitsel bir başka alansallığı, ışık geçirmez, kör bir hareketliliği vardır. 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.

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 meşrulaştırmalar 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.

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.

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.

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

---

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

Disiplin dışı gündelik pratikler kendi yaşama alanlarını oluşturacaklardır.

Henri Lefebvre kentte yaşamaya ilişkin alansal uygulamaların üç boyutta oluştuğundan söz eder: deneyim, algılama ve imgeleme boyutlarıdır bunlar[6]. Deneyim, algılama ve imgelem arasında diyalektik bir ilişkiler zinciri vardır. David Harvey de, sosyal pratikten bağımsız evrensel bir alan/mekân dili olamayacağını vurgulayarak "alanın ancak üretilerek fethedileceğini" söyler.

Fethetmeye yönelik bu üretim, dışavurulan sembolik anlam üretimi, yani gösteri biçimiyle de yaşanır. Gösteri günlük yaşama insan karşılaşmalarıyla iner. Ama bu karşılaşmalar ille de beden-bedene çarpmak biçiminde değil, aşağıda söylediğim gibi gözlemleyerek yaşanır. Görünür olmak kente ait bir şeydir. İktidar kavgasıdır gösteri. Mutlaka bakan göze ihtiyaç duyar. Bakan göz ile bakılanın karşılıklı bir iktidar çekişmesi vardır. Bu yönüyle gösterinin haz ve kaygı boyutunda yaşanan bir cinselliği vardır. Dışa dönük ve içe dönük kentler gibi ayrımları düşündüğümüzde, İstanbul için dışa dönük bir kent diyebiliriz. Sergileme alanında herkes kendince görünür olmak zorundadır; gördüğünü, bildiğini ve kontrol edebileceğini iddia eden bir tahakküm ilişkisidir bu da.

Kent, kendini "gösterir". Kent, insanların bir doğa parçasına ne denli hakim olduğunu, olabileceğini; doğaya ne kadar meydan okuyabileceğini sergiler. Bir alanın, düzenlenen, iz bırakılan bir mekâna dönüştürülmesiyle ilgili çabaları; kentin kapılarında, surlarında, binalarında, anıtlarında (saraylar, yükseltiler, çeşmeler, vb.), meskenlerinde, mezarlıklarındaki mezar taşlarında, caddelerindeki tabelalarda cisimleşmiş ismiyle gösterir. İçinde yaşayanlara ve ziyaretçilere farklı davranır. Kentin dokunmaya karşı görmeyi öneren bir kendini sakınması vardır.

6. Harvey, *The Condition Of Postmodernity*, 1992, ss. 201-323.

Beşinci Bölüm

# *SEYİRLİK ÖLÜMLER*

# *Seyirlik Ölümler**

*Tek bir uygarlık belgesi yoktur ki,*
*aynı anda barbarlığın da belgesi olmasın.*
*Walter Benjamin.*

Toplumsal ortaklığı gerektiren etkinlikler, kültürel devamlılığın hangi yollarla sağlandığının göstergeleridir. Kimi zaman kendi içinde bir son olan "ölüm" toplumsal canlılığın sürdürülmesine yönelik bir işlev üstlenmektedir. Yaşamın sona ermesinin, toplumsal bağları kuvvetlendirici bir özelliğe nasıl büründüğü sorusuna yanıt ararken, kurban törenlerinden başlayarak, seyirlik olmak üzere hazırlanmış ölüm gösterilerinden bazı örnekler vereceğiz. Bugün yaşadığımız ortaklıkların kökenini tümüyle geçmişte aramak gibi bir amacımız olmamakla birlikte (çünkü her toplumsal olay kendi tarihsel ve alansal ortamı içinde anlamlıdır) geçmişte kaldığını düşündüğümüz ya da düşünmek istediğimiz bazı eğilimlerin günümüzle benzer yanlar taşıdığına dikkat çekmek istiyoruz.

Seyirlik ölüm gösterilerini, içinde barındırdıkları şiddet unsurları ile birlikte bir toplumsal iletişim biçimi olarak ele aldığı-

* İlk basımı; *Marmara İletişim Dergisi*, no:2, 1993, ss. 237-272.

mız zaman bu iletişim biçiminde söylencesel (mitsel) bir söylemin kullanıldığını görmekteyiz. İngilizce "spectacle" karşılığı olarak kullandığımız "seyirlik" gösterilerde birincil özellik seyirci için görünenin önemli olmasıdır. Yunan dramasından boğa güreşlerine dek seyirlik gösteriler, doğal gün ışığını gölgesiz ve doğrudan toplayan bir açık alanda görkemli bir biçimde düzenlenir.[1]

Günümüz seyirlik gösterileri için fiziksel mekân artık zorunlu değildir. Kitle iletişim araçları, özellikle televizyon, kolaylıkla ortak kamusal alanın sahnesi/arenası olarak algılanabilmektedir. Gösterilerin tüm dikkatleri üzerine toplayacağı gölgesiz ışığa hala gereksinimi vardır; elektrik istenen aydınlatmayı sağlamak için gün ışığından daha uygundur artık. İnsanın kitleselleştikçe insancıl "empatik" yetilerinden uzaklaştığı kaygısını gündeme getiren popüler seyirlik ölümlerin çekiciliğini; şiddet ve kamusal alan kavramlarının yardımıyla anlamaya çalışacağız. Seyir, sergileme; gösteri, gösterimleme; oyun, etkinlik; edim, eylem sözcükleri aralarındaki anlam farklılıkları düşünülerek kullanılmıştır[2].

---

1. Roland Barthes, *Mythologies*, İngilizce'ye Çev. Annette Lavers, Paladin, Suffolk 1976, ss. 15-18.
2. Bu sözcüklerin kullanım alanlarında; eğlence, eğlencelik, temsil, temaşa, vb. sözcüklerle karşılaşmaktayız. İngilizce'de play, display, game, ludic, spectacle, show, performance, presentation, act, action vb. ayrımlarla kullanılmaktadır. Sözcüklerin kavramlaştırılmaları ile ilgili olarak şu kaynaklara bakılabilir: Jean Piaget, "Criteria of Play", *Mass Leisure*, ed. Eric Larrabee, Rolf Meyersohn, The Free Press, Glencoe 1960, ss. 69-72; Johan Huizinga, *Homo Ludens: A study of the Play Elements in Culture*, Routledge, Londra 1949; Gregory Stone, "American Sports: Play and Display", *Mass Leisure*, ss. 253-264; Ünsal Oskay, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, A.Ü.S.B.F. Yayınları no: 495, Ankara, 1982 ve *Encyclopedia Britannica*, William Benton Publisher, 1974.

Bu araştırmaya (1992 yılında) başlamamıza neden olan örnek bir televizyon programını "Ödüllü Bir Cinayet Oyunu" başlığıyla en sonda sunmayı tercih ettik. Gündelik alışkanlıklar olarak yaşadığımız söylencesel gerçekliklerin karmaşıklığına belli bir uzaklıktan bakmanın yararlı olabileceğini düşünüyoruz.

## *ÖLÜMÜN YAŞAMA HİZMET EDER HALE GETİRİLİŞİ*

### *Ölüm Korkusu*

Mitolojik öykülerin çoğu ölümün kökeni ile ilgilidir. İnsanın doğası gereği ölümlü olduğu anlayışı, mitolojik ve ilkel dinsel düşüncede kabul edilmez. Ölüm olayı sürekli ve inatçı bir tavırla olumsuzlanır; yaşam olumlanır[3].

Öteki dünyaya açılan kapı olarak ölüm korkutucudur, bilinemeyendir. İnsan yaşamını ölümün gölgesinde sürdürür. Yaşamı sevip onun nimetlerinden mutluluk duyan kişinin tehdit edici sondan korkması gerekir. Ölüm ve ölümün inkarı -ölümsüzlük- yaşayanlar için en çarpıcı temadır[4]. Çağdaş insanda ölüm korkusu, kişinin reel toplumla etkileşimindeki şaşkınlığının, yenikliğinin ve sınırlamaların bir yansıması olarak ortaya çıkmaya başlamaktadır[5]. Uygarlığın en erken evrelerinde bile insanın ölüm korkusuna karşı bir güç arayışı içinde olduğu görülür. Bu arayışın araçları ne olursa olsun özü; insanın dayanışmaya yani yaşamın birliğinin bozulamazlığına ve yok edilemeyeceğine duyduğu güvendir[6].

3. Ernst Cassirer, *İnsan Üstüne Bir Deneme*, Çev. Necla Arat, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1990, s. 85.
4. Bronislaw Malinowski, *Büyü, Bilim ve Din*, Çev. Saadet Özkal, Kabalcı Yay., İstanbul, 1990, s. 37.
5. Ünsal Oskay, *Çağdaş Fantazya*, AYKO Yayınları, Ankara, 1982, s. 65.
6. Ernst Cassirer, *İnsan Üstüne Bir Deneme*, Çev. Necla Arat, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1990, s. 87.

Sanatsal ifadesinde ölüm çoğu zaman doğrudan yaşamı temsil eden cinsellikle birlikte ele alınır. Erotik-ölümcül sahneler, Thanatos ve Eros'un ortaklığı, ölümü zevk alınabilir bir nesneye dönüştürme arzusunun bir sonucudur[7]. Aries, ölümün gizlenmesi gerektiği düşüncesinin 20. yüzyılda ortaya çıktığım söyler[8]. Ölümün karşılanışındaki farklılıkları tarihsel dönemlere göre şematize etmekten kaçınarak süreklilik kazanan geçiş unsurlarına daha yakından bakabileceğimizi sanıyoruz.

*Hayatta Kalanlar İçin Cenaze Törenlerine Katılım*

Toplu gösteriler ve törenler, ölüm karşısında dayanışmayı sağlama işlevini üstlenir. Birlikteliğin gücü ile kolektif davranışların zorlayıcılığı, yaşama inancını güçlendirir[9]. Cenaze ve yas törenleri, yaşamın devam etmesi umudu ile yok oluşun korkutuculuğunu birlikte barındırır. Dinsel inançlar, törene katılanların sarsılmış dayanışmasının yeniden kurulmasını, yeniden moral kazanılmasını sağlar[10]. Hayatta kalanların ölüm korkusunu aşma amacıyla, grubun birbirine tutkulu bağlılığını güçlendiren dayanışma eylemlerinden biri, cenaze töreni sonrası bir arada yemek yemektir. Yemek sofrasının bolluğu, yaşamın ölüme karşı verdi-

7. İlkçağın en eski metinlerinden Grek mitolojisine aktarılan ve Freud tarafından ölüm-yaşam güdüleri olarak incelenen Thanatos ve Eros birbirine karşıttır. Bkz. S. Freud, *Kitle Psikolojisi ve Psikanaliz Üzerine*, Çev. Kamuran Şipal, Cem Yay., İstanbul 1990, ss. 273-277; Azra Erhat, Mitoloji Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1978, ss. 115-116, 308.
8. Philippe Ariés, *Batılının Ölüm Karşısındaki Tavırları*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Gece Yayınları, İstanbul. 1991, ss. 58-59.
9. Bronislaw Malinowski, *Büyü, Bilim ve Din*, Çev. Saadet Özkal, Kabalcı Yayınları, İstanbul, 1990, s. 53.
10. A.g.e., ss. 41-42.

ği bir yanıt anlamını taşır[11]. Cenaze törenlerinin modern tavırlarımıza da taşınan önemi, büyük ölçüde hayatta kalmaktan doğan suçluluk duygusuna bağlıdır. Suçluluk duygusunu gidermek için kefaret ödeme gereksinimiyle cenaze töreni, ölüyle olan hesabın kapatılması ve onunla barış içinde kalınması için yerine getirilmesi gerekli bir etkinliktir[12]. Bir ölüm olayında cenaze törenleri, hayatta kalanların davranışlarını belirleyen tabu adetler arasında, ölüyü canlılardan uzaklaştırmanın en açık biçimidir. Mutlak bir felaket olan ölümle karşılaşan ölen kişinin, canlıları kıskanıp onlara kötülük yapabileceği de düşünülür[13]. Yaşayanların ölümün kötülüklerinden kendilerini korumak üzere farklı toplumsal adetlerde, ölen kişiyi yüceltmek ya da ondan tamamen kurtulmak, onu yok saymak yolunu seçtikleri görülmektedir[14]. Ölünün ruhunu koruyucu ruha dönüştürmek için bazı törenlerde spor yarışları, beceri ya da şans oyunları oynanır[15]. Böylece oyun ölü ile canlıları ayrıştırıcı bir işlev taşır. Bu oyunlarda törene katılanlar iki tarafa ayrılır ve mücadele ederler. Oyun önceden kurgulandığı için

11. Louis-Vincent Thomas, *Ölüm*, Çev. Işın Gürbüz, İletişim-P.U.F., İstanbul, 1991, s. 92. Morgan'ın incelediği Irokua kızılderilileri ölen kimsenin ruhunun cennete gitmesi için on günlük bir yolculuk yapması gerektiğine inanırlar. Yakınları ölenler on gün süreyle abartılmış keder gösterilerinde bulunurlar, kadınlar dövünerek ağıtlar söylerler. Onbirinci gün, ölenin ruhunun cennete ulaştığı düşüncesiyle eğlence ve yemek şölenleri başlar, yas ve üzüntü sona erer. (Lewis Henry Morgan, *Eski Toplum I*, Çev. Ünsal Oskay, Payel Yayınları, İstanbul, 1986, s. 219.)
12. Louis-Vincent Thomas, *Ölüm*, s. 97.
13. S. Freud, *Totem ve Tabu*, Çev. Niyazi Berkes, Remzi Yayınları, İstanbul, 1971, ss. 78-95.
14. Pierre Clastres, *Vahşi Savaşçının Mutsuzluğu*, Çev. Alev Türker, Mehmet Sert, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1992, ss. 68-69.
15. Claude Levi-Strauss, *Yaban Düşünce*, Çev. Tahsin Yücel, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul, 1984, ss. 53-54.

kaybedenler üzülmez ve törene katılanların tümünün kazanan tarafa geçirilmesiyle oyun sonuçlanır[16].

## *YÜCELTİLMİŞ ÖLÜM GÖSTERİLERİ*

### *Kurban Verme Törenleri*

Yukarıda fiziksel ölüm olayının ilkel toplumlarda nasıl karşılandığını gördük. Kutsal bir tören biçimindeki öldürme ediminin kurban / adak törenlerinin de toplu bir gösteri olarak birleştirici yanı konumuz açısından anlamlıdır. Kurban etme olayındaki öldürme biçimi, bir şiddet edimi olarak adlandırılmaz, en azından katılanlar tarafından. Kurban vermede temel ilke "yerine başka bir şey koyma" yani ikame ilkesidir. İstenen bir şeyin elde edilmesi amacıyla bedel ödemeye ilişkin olduğu için, kültürel sürekliliği sağlayıcı bir araç durumundadır[17]. Kurbandan akıtılan kan, yaşamın özü olarak kabul edilir. Kurbanın öldürülmesinde yaşama aracılık eden bir ölüm vardır[18]. Kurbanın kutsallaştırılması yoluyla insanla tanrısal varlık arasındaki bağlantı sağlandıktan sonra, aynı kurbanın yok edilmesiyle bağlantı kesintiye uğrar. İnsan ile tanrı arasında ortaya çıkan bu iletişim boşluğu, tanrı tarafından beklenen iyilikle doldurulacaktır[19]. Tüm kurban törenleri

16. A.g.e., s. 55. Yapısalcı okulun öncülerinden Levi-Strauss, oyunun bir yapıdan çıkarak olaylar ürettiğini, olay kümelerinin dağıtılıp yeniden düzenlendiğini ama parçaların aslında bozulmadığını söylemektedir. Cassirer ise oyunun tümüyle çıkarlardan uzak olduğunu savunur. (Ernst Cassirer, *İnsan Üstüne Bir Deneme*, s. 155). Oyun ve gerçek yaşam etkileşimi konusuna ilerleyen sayfalarda yeniden değineceğiz.
17. Claude Levi-Strauss, *Yaban Düşünce*, s. 239.
18. Erich Fromm, *Sevgi ve Şiddetin Kaynağı*, Çev. Yurdanur Salman, Nalan İçten, 2. B., Payel Yayınları, İstanbul, 1979, s. 33.
19. Claude Levi-Strauss, *Yaban Düşünce*, s. 241.

yeryüzü ruhlarının gönlünü almak, yatıştırmak ya da kurbanın ruhunu koruyucu ruha dönüştürmeyi amaçlar[20]. İnsan ya da hayvan kurban etme biçimlerinden günümüze kalan, bazı ülkelerde dinsel inanışlara bağlı olarak koyun, horoz, deve vb. kurban edilmesidir[21]. Bataille'a göre alet kullanan insan, hayvanı ve doğayı nesneleştirmeye başlamış ve artık geriye dönülmesi olanaksız hayvancıl doğaya özlemini kurban törenlerindeki şiddet gösterimiyle gidermeye çalışmıştır[22]. Kurban etme törenleri, ölümün seyirlik bir bağlayıcı olarak kullanımının ilk örneğidir diyebiliriz. Sonuçta ortada bir öldürme edimi olduğu halde yüceltilmiş biçimiyle kutsal, dinsel, düzen sağlayıcı ve eğlence verici işlevler yüklenmiş gösterilere değişik biçimlerde daha sonra da rastlanılacaktır.

*Yunan Draması, Olimpiyat ve Diyonisos Törenleri*

Thomson, Yunan dramasının kökenlerini incelerken, ölümcül şiddet öğelerinin ancak yapmacık olarak bulunduğunu söyle-

20. Edward Burnett Tylor, *The Origins of Culture*-I, Harper and Brothers, New York, 1958, s. 106.

21. Tarihçi Herodotos (İÖ 490-425) insan kurban edilmesini ilkellik örneği olarak gösterir. Herodotos, *Herodot Tarihi*, Çev. Müntekim Ökmen, 3. B., Remzi Yayınları, İstanbul, 1991, ss. 97-99. Tylor'ın aktardığına göre, insan kurban edilmesi Avrupa'da en son 1843 yılında Almanya'da anıt yapıların sağlamlığı için zorunlu görülerek uygulanmış. Bu yıla kadar anıt yapıların taşlarının insan kanıyla yıkanması adetmiş. Manastır yapılırken, gün boyunca inşa edilen yapıyı gece toprağın ruhları yıkmasın diye bir aziz gönüllü olarak temele diri diri gömülürmüş. Kilise, duvar veya köprü yapımında gönüllü bulunmadığı zamanlar dilenciler, berduşlar sarhoş edilip gömülürmüş. Bazen de yoksul bir çocuk, annesine bol para verilip satın alınarak kurban edilirmiş. Bkz. Edward Burnett Tylor, The Origins of Culture-I, ss. 105-106.

22. G.Bataille, *Theorie de la Religion*, Œuvres Complètes, Galimard, Paris, s. 177, C. VII'den aktaran Yves Michaud, *Şiddet*, Çev. Cem Muhtaroğlu , İletişim Yay., İstanbul, 1991, s. 86.

mektedir. Yalandan, ölüm adı verilen insan biçimindeki kuklalar parçalanmakta, oyuncular ölme/öldürme taklitleri yapmaktadırlar. Ancak hiçbir zaman ciddi yaralanmalara yol açmamak için Olimpiyat oyunlarında ya da gösterilerinde gerçek silahlar kullanılmasına izin verilmemektedir[23]. Olimpiyat oyunlarının ilkinin İÖ 776 yılında başladığı kabul edilir. Oyunlar beş kümede toplanırdı: koşu, atlama, güreş, halka atma ve mızrak fırlatma. Beden gücü ve çevikliği ile ilgili bu oyunların yanı sıra müzisyen, şair ve öykücüler kendi aralarında yetenek yarışı yaparlardı. Şiddet içermeyen sportif kurallara uymak zorunluydu[24].

Ergenliğe geçiş törenlerinde ise ciddi yaralanmalar onaylanmakla birlikte, olgunlaşmanın kanıtı olarak acı çekmeye katlanmak anlamına geldiği için, erginleme törenlerindeki şiddetin eğlence gösterisine dönüşmesi söz konusu değildir[25]. Fransız antropolog Clastres, Güney Amerika'daki geleneksel yapılarını koruyan Kızılderililer üzerine yaptığı araştırmalarda, erginleme törenlerinde "işkencenin" varlığından söz eder. Genç erkeğin topluma kabul edilme törenlerinde, gencin kendi eliyle vücudunu yaralaması, bayılma ile sonuçlanan işkenceler yapması adettir. Ancak bu "adam olma" törenleri mutlak bir sessizlikle izlenir, gencin cesareti üzerinde açık bir etki yapacak coşkulanmalardan kaçınılırdı[26]. Clastres bu işkencelerin vücutta iz bırakacak biçim-

23. George Thomson, *Aiskhylos ve Atina*, Çev. Mehmet H.Doğan, Payel Yay., İstanbul, 1990, ss. 157-179.
24. Thomas Bulfinch, *Mythology*, Thomas Y.Crowell Company, New York, 1970, s. 155.
25. George Thomson, *Aiskhylos ve Atina*, ss. 123-156. Her soy topluluğunda, törenleri denetleyip uygulamakla topluluk tarafından görevlendirilen "inanç koruyucuları" vardır. Bunlar kadın ve erkeklerden oluşur ve halk adına bir sansür görevlisi gibi çalışırlar. Kadınlar daha çok şölen hazırlıklarına bakarken, erkeklerin tören kurallarını düzene koymaları esastır. Bkz. Lewis Henry Morgan, *Eski Toplum I*, s. 200.
26. Pierre Clastres, *Devlete Karşı Toplum*, Çev. Mehmet Sert, Nedim Demirtaş, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1991, ss. 143-151.

de yapılmasını, toplumun yasalarının ömür boyu taşınacak vücut üzerine yazılması olarak değerlendirir. Böylece işkence, ileriye dönük bir yazılı-yasaya dönüşür ve kişilerin hafızalarında silinmeyecek bir yer tutar. Bu, izleri taşıyanların toplumun malı olmaya rıza gösterdiklerini kanıtlar[27]. Törenlerde şiddet unsurunun bulunması Thomson'a göre, toplumsal değişme sürecinde ortaya çıkmış olan çelişkilere bağlı coşkusal zorlamaların hafifletilmesini sağlayan bir arınma işlevi üstlenmektedir[28]. Diyonizyak cümbüşlerde bütün katılanlar kendiliğinden, amaçsız davranışlar, histeri nöbetleri geçirirlerdi. Bu toplu eğlenceler acı çekme oyununa dönüşünce artık yalnızca yorumcu oyuncular kendilerinde şiddet belirtileri gösterebilirler, seyirciler korku ve acıma hissiyle yetinirlerdi[29]. Seyirlik oyunlarda arınma ilkesi, bastırılmış coşkulara uygun görülen kanallardan özgürce çıkış yolu sağlanmasıydı. Bu yolla kendini temizlemiş olan yurttaş, yüceltilmiş coşku gösterilerine katılmakla rahatlıyor, daha mutlu ve uyumlu bir yurttaş oluyordu[30].

## *EĞLENCELİK VE İBRETLİK ÖLÜM GÖSTERİLERİ*

*Şaşalı oyunların meraklıları koşun, koşun...*
*Kapua'nın saygıdeğer vatandaşları...*
*ünlü gladyatörlerin nasıl vuruştuklarını,*
*nasıl öldüklerini görmek fırsatını kaçırmayın.*[31]

### *Gladyatör Oyunları*

Fromm'un "güçsüz insanların şiddetten sadistçe zevk almala-

27. A.g.e., ss. 143-151.
28. George Thomson, *Aiskhylos ve Atina*, s. 436.
29. A.g.e., s. 437.
30. A.g.e., s. 437.
31. Artnur Koestler, *Spartaküs: Kölelerin İsyanı*, Çev. Zuhal Avcı, Toplum Yayınları, İstanbul, 1970, s. 9.

rı"[32] diye nitelendirdiği gladyatör dövüşü seyirleri, Koestler'in Spartaküs romanında canlandırdığı gibi, yukarıdaki çağrıyla başlıyordu. Bugünkü bakışımızla gerçekten de gladyatör oyunları, savunma gücünü yitirmiş bir insan üzerinde ona zorla acı çektirerek egemenlik kurmak, insanı nesneye dönüştürmek anlamında[33] sadistçedir. Ancak Roma İmparatorluğunda düzeni destekleyici, politik yanı ağır basan, popüler bir eğlence biçimi olarak kabul edilmekteydi. Kendi dönemi içinde bir rasyonelliği vardı. Modern toplumlarda kesinlikle onaylayamayacağımızı söylediğimiz bu vahşet gösterilerinden aslında pek de uzaklaşamadığımıza dikkat çekmek üzere, gladyatör dövüşlerine/oyunlarına biraz daha yakından bakmayı öneriyorum:

Ansiklopedik bilgilere göre gladyatör oyunları başlangıçta kutsal ruhlara insan kurban etmek amacıyla düzenlenen törenlerdi. Roma'da ilk kez İÖ 264 yılında başladı ve İS 404 yılında Hıristiyanlığın imparatorluktaki egemenliği sonucu yasaklanmasına dek büyük ilgi görerek sürdürüldü. Gladyatörler; savaş tutsakları, mahkumlar ve özel okullarda yetiştirilmiş (az sayıda) gönüllü kişilerdi. Forum'da ya da amfiteatrlarda düzenlenen bu kanlı oyunlardan önce bir geçit töreni yapılır, gladyatörler imparatoru "Yaşa Sezar, ölüme gidenlerden sana selam" diye bağırarak selamlarlardı[34]. Oyunların zevkli gösterilere dönüşmesini düzenleme görevini üstlenenler[35] arenayı bir sirk gibi düzenliyorlar, seyirlerin güvenliğini sağlamak için gerekli önlemleri alıyorlardı.

32. Erich Fromm, *Sevgi ve Şiddetin Kaynağı*, s. 29.
33. A.g.e., s. 29.
34. *Meydan Larousse*, Meydan Yayınları, C. 11, İstanbul, 1973, ss. 512-513; Henryk Sienkiewicz, Kovadis (Quo Vadis), Çev. Ş. Berin Kurt, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, no: 888, İstanbul, 1989, s. 558.
35. Tüm tarihsel dönemlerde, törenleri düzenlemekle yükümlü olan ve ister dinsel, ister eğlencelik olsun törenlerin kurallarını toplumca kabul edildiği biçimde uygulayan "inanç koruyucuları"nın varlığı bir kez daha karşımıza çıkıyor.

Önce grup halinde veya çift olarak gladyatörler dövüşüyor, sonra vahşi hayvanlarla gladyatörlerin mücadeleleri sergileniyordu. Kanlı arena, gösteri aralarında üstüne taze kum, çiçek yaprakları ve güzel kokular serpilerek temizleniyordu. Bu temizleme işlemi sırasında cüceler, kadınlar ve palyaçolar dövüşme taklitleri yaparak ya da sanatçılar müzik çalarak seyircileri eğlendiriyorlardı.[36] İmparatorun seyirci olarak katıldığı bazı büyük gösterilerin aralarında halk tabakasına piyango biletleri dağıtılıyordu. Dolu bilet yakalayabilenler, bahçe içinde bir köşk, bir köle, muhteşem bir elbise ya da amfiteatra satabileceği vahşi bir hayvan kazanıyordu. İmparatorun şerefine halka bedava yiyecek ve içecekler dağıtılıyor, olay gerçek bir sevinç gösterisine dönüşüyordu[37]. Oyuncu/kurbanları, seyircileri, belli bir dozda tutulan şiddet unsuru -seyircilere belli bir zarar gelmesi mutlaka önleniyordu- ve heyecan-rahatlama kurguları, ödülleri ile gerçek bir eğlence gösterisiydi gladyatör oyunları. Yaralanan veya ölen gladyatör için seyircilerin üzülmesi gerekmezdi, çünkü "gladyatörler insan değil, arenada ölmek için yaratılmış hayvan" sayılırlardı[38]. Oysa bu gladyatörler arasından çıkıp zincirlerini kıran Spartaküs; "bizi dövüşmeye zorluyorlar, fakat kendi hayatımız için değil de öleрek onları eğlendirmemiz için. Neden?" diye sorabilecek kadar insandı[39]. En azından kurgusal metinlerde böylesi bir entelektüel hesaplaşmayı yakıştırabiliyoruz isyankar kölelere.

Gladyatörlerin, bu özel eğitim görmüş, güçlü ama insan dışı sayılan dövüşçülerin dramı pek çok sinema ve televizyon filmine, yazınsal metne konu olmuştur. Bunlar arasında aklımıza hemen geliveren ama yönetmeni Stanley Kubrick'in yalnızca film endüstrisinde yer aldığı için yönettiğini söyleyerek anımsamak

36. Sienkiewicz, a.g.e., s. 572; Koestler, a.g.e., s. 9.
37. Sienkiewicz, a.g.e., s. 564.
38. Koestler, a.g.e., s. 35.
39. A.g.e., s. 98.

bile istemediği bir "Spartacus" (1960) filmi var. Bu filmde "amele yanığı" sayılamayacak denli profesyonelce bronzlaşmış teni, düzgün fiziği ile cazibesinin doruklarında olan oyuncu Kirk Douglas köle / kahramanı oynamaktadır. Köle dayanışması; pikniğe çıkan iyi Amerikalı orta sınıf komşuluğu misali neşeli, cennet doğada şarkılar söyleyip, gölde çıplak yüzmenin keyfini çıkartan, bebekleri ile yaşam zevkini sergileyen bir "nostalji tüketicisi kitle" haline dönüştürülmüş ve kuşkusuz entelektüel kazanımlara geçit vermeyen bir yapıta malzeme olmuştur.

Örneğin Hollywood, Universal stüdyolarında çekilen ve dünya televizyon pazarında alıcı bulan bir yarışma programında "Amerikan Gladyatörleri" boy gösterebilmektedir[40]. Amerikan gladyatörleri/animatörler, tarihsel kostümler içinde, arena dekorlu televizyon stüdyosunda sözde dövüşmektedirler. Sıradan televizyon izleyicisi olan yarışmacılar, birtakım engelleri aşarak sert görünümlü, adaleli gladyatörleri yenmeyi başarırlarsa para ödülü ve gladyatör unvanı kazanırlar. Sunucu, son derece abartılı bir dille gösterinin heyecanını arttırır. Artık günümüzde gladyatörlerin insanlık dışı halleri, üstün güce sahip kahramanlık mitine dönüşmüştür. Bedensel üstünlüğün cazibesi farklı gelir kesimlerindeki müşterilere farklı konforlar sunsa da vücut geliştirme salonlarında, "bedenine kıstırılmış olma" haline yenik düşmenin ta kendisidir.

*Şövalye Turnuvaları*

Kilisenin gladyatör oyunlarına karşı çıkmasının en önemli nedeni putperestlik dönemine ait Diyonizyak halk bayramlarıyla olan bağlantıyı ortadan kaldırmaktı. Aynı nedenle, ortaçağ Avrupası'nda şövalyelerin ölümcül yaralanmalarına yol açan mızrak

40. Program, Türkiye'de Show TV kanalında Mart 1992 boyunca pazar günleri saat 16.00'da yayınlanmıştır.

oyunları da kilise tarafından onaylanmıyor ama engellenmiyordu. Aslında bugünkü spor karşılaşmalarının bir benzeri olarak şövalyelerin gruplar halinde güç savaşı/gösterisi yaptıkları bu oyunlarda, seyircilerin coşkulanmaktan başka bir çıkarları pek yoktu[41]. Soylu bayanlar için durum biraz farklıydı; leydiler, şövalyeleri kur yaparak cesaretlendirmek üzere karşılaşmalarda seyirci olarak bulunurlardı. Böylece gösteriler bir gönül çalma rekabetine dönüşürdü[42]. Burada, soylulara ait kanlı gösterilere halk tabakasının seyirci olarak katılmasının feodal dönemde hoş görülmemesinin ayrımı dikkat çekicidir.

Feodal dönemde savaş da, tüm görkemli donanımıyla soylulara özgü, neşeli bir kanlı gösteriydi[43]. Savaştan alınan zevkin, coşkulandırıcı eylemlerinin yanı sıra, kazanana sağladığı maddi çıkara dayandığı açıktır[44]. Gerçek savaşta olduğu gibi, şövalye turnuvalarında da aslında maddi çıkar gözetilmekteydi. Beceri ve gücünü kanıtlayarak yenen taraf, yenilenin atına, eşyalarına bazen de kendisine sahip olabiliyordu[45].

Yine de bir takım kurallara uyma zorunluluğu vardı kuşkusuz. Turnuvaların düzenleniş kuralları şövalye gruplarının kararlarına göre değişmekle birlikte hepsinde de amaç, karşı tarafı atından düşürmekti. Karşılaşma sırasında atı yaralamak ya da şövalyeyi miğferini çıkardıktan sonra kılıçla yaralamak yasaktı[46]. Görüldü-

41. Marc Bloch, *Feodal Toplum*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Savaş Yayınları, Ankara, 1983, s. 380.
42. Bulfinch, a.g.e., s. 372.
43. I. Dünya Savaşıyla birlikte başlayan vatandaş katılımlı kitle savaşlarının, 1945 sonrası nükleer savaş döneminde ve günümüzde seyirlik hale gelmesiyle ilgili olarak Bkz. Michael Mann "The Roots and Contradictions of Modern Militarism", *States, War and Capitalism*, Basil Blackwell Ltd., Oxford 1988, ss. 168-188.
44. Bloch, a.g.e., ss. 365-367.
45. A.g.e., s. 381.
46. Bulfinch, a.g.e., ss. 371-372.

ğü gibi, dövüşen insanı donanımından ayırmayı başarmak yani salt çıplak insan haline getirmek zaten onun yenikliğini sağlamak olarak kabul ediliyordu. İnsanın silahsız ve hayvansız kaldığı zaman ezik, yetersiz olduğu bir dönemdeyiz burada[47]. Bedensel acı soylular için bir düşkünlük sayılmaktadır. Kadınlar, çocuklar ve bağımlı köylüler alt düzey sayıldıkları için bedensel cezalarla karşılaşmaktadırlar. Egemen sınıf üyelerine ise saygınlıklarına zarar verecek fiziksel cezalar yerine para cinsinden ikame edilebilir cezalar getirilmiştir.

Feodal döneme ait tarihsel belgelerde de yalnızca haksızlığa uğrayan azizlerin saldırganlara acı çektirme cezalarından açıkça söz edilmektedir. Savaşlar ve afetlerdeki yaralanmalar, ölümler, sanki kurbanlar hiç acı çekmemişçesine kibarca aktarılır. Acının bu görünürde yok sayılmasının nedeni Duby'ye göre, acının algılanmaması değil, küçümsenmesidir. 13. yüzyıl sonunda kilisenin şövalyelik kahramanlarına ait olmayan özelliklerinin ortaya çıkmasıyla, acı çeken İsa'nın kimliğinde, acı insana ait ve merhamet edilmesi gereken bir duygu olmuştur[48].

*Ölüm Cezası*

Seyirciler ve kurbanlar arasında empatik bir bağın her zaman bulunmayabileceğini kabul etsek bile, tüm ölüm seyirlerinde hayatta kalanlar/seyirciler açısından ölüm korkusuna karşılık veren bir "ibret" unsurunun varlığından söz edebiliriz.

Ölümün ibretlik bir gösteri olmasının en çarpıcı örneğini, kamuya açık ölüm cezalarının uygulanmasında görüyoruz. 18. yüzyıla kadar ölüm cezaları hemen her ülkede işkence ile yerine ge-

47. Georges Duby, *Erkek Ortaçağ*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1991, s.178.
48. A.g.e., ss. 179-180.

tirilmiştir[49]. Birey-toplum ilişkilerine eleştirel bakışın geliştirildiği bu yüzyılda, Aydınlanma düşünürleri için ölüm cezasının gerekliliği önemli bir tartışma konusuydu.

Rousseau ölüm cezasının bir son çare olarak gerekliliğini savunurken, Voltaire ölüm cezasının kaldırılmasına taraftar olmadığını açıklıyordu[50].

Beccaria ise ölüm cezasının caydırıcılık gücünün abartılmaması gerektiğini söyleyerek, böyle bir cezalandırma biçiminin toplumsal fayda getiremeyeceğini savunur. Beccaria'ya göre; "bir suçlunun infazında hazır bulunan insanların çoğunluğu için ölüm cezası bir gösteriden ibarettir. Az sayıda kişi için ise infaz utanmayla karışık merhamet hissi meydana getirir. Ölüm cezasının gayesi olan yararlı korkudan ziyade işte bu iki his, seyircilerin ruhunu kaplar"[51].

Ölüm cezalarının devletin güvenliğini tehdit edici en ağır suçlara verilen ve devletin birliğini sağlayıcı bir işlev üstlenen öldürme eylemi olarak önemi, bu yazının sınırları içinde ereğince ele alamayacağımız kadar geniş kapsamlıdır. Ancak burada çok kısa olarak, değinmeden geçemeyeceğimizi düşündüğümüz örnekleri anabiliriz.

Antik çağlarda, soy topluluğu döneminde ölüm cezaları, kanın öcünü alma -kan davası- biçiminde görülmektedir. Soy topluluğunun üyelerinden birisi öldürüldüğünde onun kanının öcünü almak soy'a düşmektedir. Bu durum doğrudan cinayet sonrası "kana kan" yoluyla cinayetin verdiği zararın giderilmesi düşüncesine bağlıdır[52].

---

49. Emin Artuk, "Ölüm Cezası", Prof. Dr. Jale Akipek'e Armağan, Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayını no: 11(ayrı basım), Konya, 1991, s. 145.
50 A.g.e., s. 151.
51. Beccaria, *Des Délits et des Peines*, Paris, 1822, s. 113'den aktaran Artuk, s. 152.
52. Morgan, a.g.e., ss. 193-194.

Eski Yunan'da, Atina'da İÖ 624 yılında Drakon'a hazırlatılan ceza yasasında ölüm cezası, atık aristokratların mallarını ve canlarını korumaya yönelik işlemeye başlıyordu[53]. Topluma fiziksel zarar vermemekle birlikte, "saygısızlık" yaptığı gerekçesiyle ölüme mahkum edilen Sokrates ise toplumsal tehlikenin boyutlarının algılanışındaki farklılığı, İÖ 399'daki kendi seçtiği ölüm biçimiyle bize göstermektedir[54].

Platon'da ölüm cezasının toplumun sağlığı için gerekli olduğunu görüyoruz: ruhsal ve fiziksel bozuklukları olanlar yani "ayrıksı damgası" taşıyanlar, sağlıklı olanlara ayak bağı olacakları için öldürülerek ortadan kaldırılmalıydı Platon'a göre[55].

Roma'da ölüme mahkum edilenler arasında belli bir ayrıcalığa sahip olanlara (örneğin Seneca'ya olduğu gibi) intihar etme izni verilirdi[56]. Ancak çarmıha gerilerek öldürülme gösterisi, imparatorluğa şu ya da bu biçimde isyan edenler için kaçınılmaz bir sondu. Mesih İsa da tıpkı Spartaküs ve ayaklanan köleler gibi çarmıha gerilerek sergilenmişti[57].

12. yüzyıl Engizisyon mahkemelerinin kötü şöhretinin, kiliseyi korumak uğruna, binlerce suçsuz insanı ölüme mahkum etmesine dayandığını burada anımsayabiliriz. Ortaçağ'da ölüm cezası yine de "büyük neden" sayılan "kan" suçlarına verilirdi ve Yüksek Yargıç ile kont mahkemeleri arasında çıkan yetki çekişmelerinin odak sorunuydu[58].

Hobbes ile başlayan "toplum sözleşmesi" anlayışına gelinceye dek vatandaşların, ölüm cezalarına karşı koyma haklarının bulunması dile getirilemiyordu[59].

---

53. Alaeddin Şenel, *Siyasal Düşünceler Tarihi*, A.Ü.S.B.F. Yayını no: 498. Ankara, 1982, s. 142.
54. A.g.e., s. 170.
55. A.g.e., s. 189.
56. A.g.e., s. 252.
57. A.g.e., s. 239; *Meydan Larousse*, s. 513; Koestler , s. 275 vd.
58. Şenel, a.g.e., s. 284; Bloch, a.g.e., ss. 454-455.
59. Şenel, a.g.e., s. 414.

Ölüm cezalarının kamuya açık biçimde uygulanmasında, devletin otoritesinin kanıtlanması kaygısının ön planda yer aldığını söyleyebiliriz. İnfazı izleyenler açısından bu tür ölümlerin eğlencelik hale dönüştürülmesinin otorite tarafından amaçlanmadığını ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Tüm toplu gösterilerde olduğu gibi, infaz alanının çoğunlukla tecimsel çıkarlarla, satıcılar ve göstericiler tarafından "hazır kalabalığı bulmuşken" uyanıklılığıyla bir panayır yerine dönüştürülmesi, "asıl" gösteriyi düzenleyen otoritenin amacını etkilemeyecek biçimde denetlenmektedir.

*Şiddet İçeren Spor Karşılaşmaları*

Spor karşılaşmalarının seyirci topluluğu önünde törensel bir düzenlemeyle gerçekleştirildiği ilk örnek olarak Olimpiyat oyunlarında şiddetin yer almadığını görmüştük. Spor olarak adlandırılan etkinlikleri kabaca vuruşmalardan, şans oyunlarından ayıran, insan gücünün, bilgi ve beceriyle birlikte üstünlüğünü yarışmacı bir karşılaşmada kanıtlamasıdır. Spor karşılaşmalarına katılım, böylece mesleksel bir etkinliktir. Katılımcılar, oyunun kuralları karşısında eşit haklara sahip sayılırlar. Karşılaşma sırasında, kuralların yerine getirilmesini sağlayan gözetimciler ve müdahale hakkı olmayıp yalnızca olayı izlemekle sınırlandırılan seyirci topluluğu vardır. Spor karşılaşmalarının sergilenmesinin sembolik bir sunum değil, katılımcıların gerçekten mücadele ettiği bir yarışma olması beklenir. Sporun içeriğindeki oyun kavramı da yine yalnızca seyirci önündeki gösteri alanı ile sınırlandırılmıştır[60]. Bu alan dışına çıkan tavır ve eylemler spor olarak adlandırılmaz.

Karşılaşmanın önceden belirlenen oyun kuralları içinde şiddet öğesinin bulunması, kas gücünün öne çıktığı boks ve çeşitli

60. Stone, a.g.e., ss. 261-262.

güreş türlerinde olağan kabul edilir. Bu spor türlerinde güçlü ve becerili insan, daha güçlü ve daha becerili bir başka insanla karşı karşıyadır.

Barthes, "The World of Wrestling" adlı makalesinde güreşin, özellikle Amerikan güreşinin tam bir gösteri sporu olduğuna dikkat çeker. İyi olanın kazandığı, böylece "ilahi adaletin" yerine geldiği iddiasıyla Amerikan güreşinde güreşçiler gösteride takındıkları kişilikleri de sergileme imkanı bulurlar. Kişilikler; takma adlar, fiziksel özellikler ve jestlerle belirginleşir. Güreş büyülü, görkemli bir eğlence haline dönüşür[61].

Güçlü hayvan ile daha güçlü hayvan karşılaşmaları (horoz dövüşü, deve dövüşü vb.) bazı toplumlarda spor etkinliği olarak kabul edilmekle birlikte esas olarak şans ve öte dünyaya ilişkin seyirlik eğlencelerdir[62].

İnsan-hayvan karşılaşmaları ise gladyatör oyunlarından bu yana farklılık kazanmış, insanın doğaya karşı sembolik bir meydan okuması biçimine dönüşmüştür. Kuralları koyan, uygulayan ve seyreden insanın doğa üzerindeki egemenlik gösterisinin "spor" olarak algılandığı bir örnek üzerinde durmak istiyoruz: boğa güreşleri.

Endülüslü şair ve yazar Lorca; "İspanya, ölümün ulusal bir seyir olduğu tek ülkedir" derken, boğa güreşinin basit bir kanlı

61. Barthes, a.g.e., ss. 15-25.
62. Metin And, *Osmanlı Şenliklerinde Türk Sanatları*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları no: 529, Ankara, 1982, s. 8. İkonografide horozun haberci/kahin tanrıların( örneğin Ares, Hermes, Minerva, Asklepios) sembolü olarak günün ışımasını ve sıradan insanlar tarafından bilinmeyenleri haber verdiğine inanıldığını; geleneksel horoz dövüşlerinin da tanrılardan kehanet beklemeye ilişkin olduğunu hatırlatmakla yetinelim.

gösteri olmadığını, kültürel bir odak niteliği taşıdığını vurguluyordu[63].

İspanya'daki bugünkü biçimini 18. yüzyıl ortalarında alan boğa güreşleri, İspanyollar için "şiddet" içeren bir gösteri sayılmaz. Marvin'in ayrıştırmasıyla boğa güreşlerinde dört temel unsur bulunmaktadır:[64]

1. Yaralanma ve ölüm riskine giren bir adam,
2. Kamuya açık bir alan,
3. Vahşi bir boğa (kontrol edilmek ve öldürülmek üzere),
4. Kültürel kutlama, ritüel.

Boğa güreşinde kesinlikle uyulması gereken ayrıntılı bir protokol vardır. Matadorun boğayla mücadelesindeki şiddet tümüyle araçsaldır; boğanın öldürülme işlemi asıl amaçtır. Kuraldışı bir şekilde boğayı öldürmek, matador için onursuzluktur[65].

Kamusal alanda seyirciler matadorun kanıtlanması gereken erkekliği ve namı hakkında büyük ölçüde eleştirel sesli yorumlar yaparlar. Asıl seyir konusu, matadorun boğa üzerinde estetik biçimde bir egemenlik kurma gösterisidir[66].

Dövüşçü boğanın ise, hayranlık ve saygı görmesine karşın, varlığının yegane nedeni arenada öldürülmektir. İspanyollar'ın, hayvanların acı çekmesine tanık olmaktan zevk almadığı savunulur. Uygarlaşma süreci içinde bir standartlaşma olarak kabul edilen "insan ve insan dışındaki bütün canlılara merhamet etme" duygusuna saygı gösterilir. Protokol dışı davranarak boğaya acı çektirmek onaylanmaz[67].

63. F. G. Lorca, *Obras Completes*, Aquilor, Madrid, 1980, s. 1108'den aktaran Gary Marvin "İspanyol Boğa Güreşinde Şeref, Haysiyet ve Şiddet Sorunu", *Antropolojik Açıdan Şiddet*, Der. David Riches, Çev. Dilek Hattaoğlu, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1989, s. 149.
64. Marvin, a.g.e., s. 151.
65. A.g.e., ss. 154, 155.
66. A.g.e., ss. 160-163.
67. A.g.e., s. 162.

Matadorun ölmesi de (en azından dışa vurulduğu biçimiyle) beklenen bir son değildir. Ender olarak böyle bir olay meydana geldiği zaman ölen matador yüceltilmez. Matadorun kahramanlığı doğaya / hayvana karşı gösterdiği estetik zaferle artar. Ölmesi kuraldışıdır, kendi beceriksizliğidir[68].

Şiddet eylemlerinin seyredilmesiyle ilgili olarak, şiddete tanık olma durumunu genelleştirebilecek bir açıklama burada verilebilir: Zarar gören, acı çeken "öteki", seyirciden uzak olabiliyorsa ya da ilgilenilmesi gerekmeyen bir şey/biri olarak değerlendirilebiliyorsa, failin de tanığın da tanık olunan eylemlerden doğan rahatsızlığının derecesi azalacaktır[69].

*Ortak Özellikler*

"Eğlencelik ve İbretlik Ölüm Gösterileri" başlığında ele aldığımız örneklerin hepsinde ortak olan özellikleri artık sınıflandırabiliriz:

1. Şiddet içeren bir öldürme ediminin,
2. Kamusal bir alanda,
3. Törensel bir düzenlemeyle (belli kurallar, bu kuralları gözeten denetleyiciler ve belli bir amaca yönelik olma durumunun, sınırlandırılmış bir mekân ve zamanda)
4. Seyirci topluluğu önünde (seyircilerin ortadaki gösteriye fiilen müdahale etmeleri söz konusu olmamakla birlikte, gösteri sırasında ve sonrasında maddi ve/veya manevi çıkar beklentisiyle hazır olmaları) gerçekleşmesi.

Seyircinin doğrudan ölümcül gösteriye katıldığı linç, taşlama, cadı yakma vb. şiddet olayları bu özellikleri taşımadıkları, dü-

68. A.g.e., s. 164.
69. A.g.e., s. 166.

zensiz şiddet dışavurumları oldukları için burada konu dışı tutulmuştur.

Şimdi yukarıda saptadığımız; kamusal alanda, törensel bir düzenlemeyle, seyircilerine maddi ve/veya manevi çıkar sağlayan ve şiddet içeren ölüm gösterilerinin toplumsal konumlarına daha yakından bakabiliriz.

## *SEYİRLİK ŞİDDETİN ÇEKİCİLİĞİ*

Kamusal alanda, seyirci topluluğu önünde gerçekleşen ölüm olaylarında şiddetin varlığı, gösterinin en önemli tamamlayıcısıdır. Ölümü izlemek kendi başına ölüm korkusunu içerdiği için ilgi çekicidir. Ancak ölümle karşılaşan insanın/canlının ölüme ve öldürene karşı bir mücadele içinde görülmesi ister merhamet ister zevk duygularına karşılık gelsin, seyredenin coşkusunu arttırır. Mücadele, istenmeyen bir duruma karşı koymaya çalışmanın hareketliliğine yol açacaktır.

"Eğlencelik ve İbretlik Ölüm Gösterileri" başlığında ele aldığımız örneklerde şiddetin varlığı açık olarak görülmektedir. Kurban ve erginleme törenlerinde ritüelleşmiş şiddet, örtük olarak ölümün tehdit edici yanını destekleyici niteliktedir. Gladyatör oyunlarında şiddet "olmazsa olmaz" bir heyecan unsurudur. Şövalye turnuvalarında artık şiddet bedensel güce doğrudan bağlı olmaktan çıkarak, silah aracılığıyla sahip olunan bir artı-değer özelliği göstermektedir. Ölüm cezalarında yine bir araç (kılıç, giyotin, ip, vb.) kullanan yani işi bu olduğu için infazı yapan cellatla karşılaşıyoruz. Burada seyredilen öldürme olayını gerçekleştiren de aslında celladın kendisi değil, temsil ettiği otoritedir. Şiddet otoritenin göstergesidir. Boğa güreşlerinde ise protokolle biçimlendirilmiş, beklenmedik sonuçların doğması önlenmiş o-

lan öldürme ediminde şiddet açık olarak algılanmaz. Bir eylemin şiddet olarak tanımlanmasında öncelikle bir "belirsizlik" unsurunun varlığından söz edilir.

*Şiddetin Belirsizliği*

Düzeltilmesi neredeyse olanaksız, geriye dönüşü olmayan bir bozgunculuk görünümü, şiddetin temel özelliğidir. Arendt'e göre amaca uygun yıkım için mükemmelleştirilmiş şiddet araçları, yine de şiddet edimi anındaki "önceden kestirilemez" durumu önleyemez[70].

Doğal, olağan ve yasal olarak nitelendirilen durumlardan uzaklaşma, yani "kargaşa" şiddetle birlikte akla gelen bir kavramdır. Şiddette "olacakları önceden kestirememe durumu, edimin kendisinde bir kuralsızlığın varlığına işaret eder"[71]. Toplumun şiddet eylemleri üzerindeki denetiminin zayıflığı veya yetersizliği de şiddetin önceden tahmin edilemez olmasına dayandırılır[72].

Öyleyse şiddetin seyredenler için ilgi çekici oluşunun kökeninde bu belirsizlik unsurunun yattığını söyleyebilir miyiz? Kanımca belirsizliğin yarattığı gerilim, heyecan ve merak önemli ama tek başına yeterli bir yanıt olamaz. Törensel düzenlemelerde, gösterilerde kullanılan şiddet, seyirci için ürkütücü, somut bir tehdit olmadığı gibi, eylemin belirsizliği düzenlenmiş, kurgulanmış bir belirsizliktir. Toplum içindeki insanın şiddete bakışında çelişkili gibi görünen ama uzlaşmacı bir çatışmanın heyecanı gizlidir.

---

70. Hannah Arendt, "On Violence", *Crises of Republic*, Harcourt Brace Jovanovich, New York, 1972, ss. 106-107.
71. Michaud, a.g.e., s. 14.
72. David Riches, "*Şiddet Olgusu*", s. 20.

*Uygarlık ve Şiddet*

İnsanın şiddete ilişkin toplumsal tavırları üzerine yapılan incelemeler, şiddetin olumlu mu, olumsuz mu, insan doğasına mı/toplumsallığma mı ait olduğu ve şiddetin türleri sınıflandırılabilir mi sorularına yanıt aramaktadır.

Şiddet onarılması zor zararlar verdiği ölçüde toplumsal bir olumsuzluk taşır. Toplum için tehdit edici olduğu gibi (ve tam da bu nedenle) birleştirici bir olumlu yanı vardır. Şiddetin yol açtığı ölümden korkmak, herkesi düzen ve refah içinde yaşamaya bağlayan en önemli etkendir[73].

Hobbes'u izleyen Aydınlanma düşünürleri, şiddeti uygarlık öncesi döneme ait olarak gördükleri için olumsuzlarlar. Toplumsal bağlayıcılık işlevi dışında, şiddet edimini olumlayan hatta yücelten düşünürler de vardır. Varlığın doğası düşüncelerinin başlangıcında Efes'li Herakleitos'a (İÖ 540-480) bakarsak, evrenin çatışma üzerine kurulduğu savıyla karşılaşırız. Herakleitos'a göre "savaş her şeyin babasıdır"[74].

Nietzche savaş eyleminin her türlü amaçtan daha kutsal olduğunu söyleyerek savaşçılara "barışı yeni savaşlara bir vasıta diye sevmelisiniz" öğüdünü verir[75]. Nietzche'ye göre insan doğası şiddet ve kötülüğe yatkındır; merhamet ve iyilik yapmacık gösterişlerdir.

Sorel, yeni bir toplumsal düzenin kurulmasını uzlaşmaz bir şiddet içeren savaştan ayrı düşünemez[76].

---

73. Arendt, a.g.e., s. 165.
74. Macit Gökberk, *Felsefe Tarihi*, 4. B., Remzi Kitabevi, İstanbul, 1980, s. 26.
75. F. W. Nietzche, *Zerdüşt Böyle Diyordu*, Çev. Osman Derinsu, Varlık Yay., İstanbul, 1972, ss. 66-67.
76. Edward McNall Bums, *Çağdaş Siyasal Düşünceler (1850-1950)*, Çev. Alaeddin Şenel, Birey ve Toplum, Ankara, 1984, s. 225.

Caudwell için de şiddetin burjuva toplumlarında olumsuzlanması ancak bireysel ruhun günahlardan arınışı uğruna gösterimlenen bir ikiyüzlülüktür".

Çatışma ve savaşı olumlayan düşünürler, şiddetin düzen bozuculuk özelliğini ve bireysel duyguların şiddetle ifade ediliş tarzını bazı durumlarda yararlı bulurlar. Sartre, insanlar arası şiddet ve karşı şiddetin varoluşun kanıtlanması olarak ortaya çıkmasının zorunlu olduğunu ileri sürer[78].

Benjamin de, şiddetin bir yöntem olarak değil, bir kızgınlık belirtisi olarak "duru" biçimde dışavurumunun, insanlık onurunun bir ifadesi olduğunu savunur[79]. Teknolojinin gelişmesi ve savaş için kullanılması ise şiddet edimini bir metafor haline dönüştürür. Benjamin mekanikleşme karşısında insanın düş kırıklığının savaştaki "nihilistik heroism" ile onarılmaya çalışıldığını söyler. Burada toplumsal eylemin estetize edilmesi ve şiddetin yasallaşması söz konusudur[80].

Şiddetin, insanın eylemde bulunma yeteneğine ilişkin olduğunu yineleyen Arendt, toplumsallığı içinde eylem yeteneğini yitirdiğini duyumsayarak düş kırıklığına uğrayan modern insanın şiddete bir manifestasyon olarak başvurduğunu belirtir[81].

Mitolojide ve dinler tarihinde, farklı toplumlarda ve farklı tarihsel dönemlerde insanın yaratılıştan kurt mu. kuzu mu olduğunun yanıtı değişmektedir. İlkel toplumlarla ilgili araştırmalarda da şiddet ve saldırganlık (bu iki olgu birlikte ele alınır hep) ilkelliğe ait bir özellik olarak tanımlanır. Biyolojik ya da ekonomik

77. Christopher Caudwell, *Ölen Bir Kültür Üzerine İncelemler - I -*, Çev. Mehmet Gökçen, Metis Yay., İstanbul, 1982, ss. 103-128.
78. Arendt, a.g.e., s. 186.
79. Michaud, a.g.e., s. 118.
80. Walter Benjamin, *Estetize Edilmiş Yaşam*, Der. Ünsal Oskay, Dost Yay., Ankara, 1982, ss. 64-73.
81. Arendt, a.g.e., s. 180.

nedenler ileri sürülür. Oysa siyasal antropoloji araştırmalarında Clastres açıkça, şiddetin insan doğasına değil toplumsallığına, insan kültürüne ait olduğunu savunur[82].

Yaşanan güne ilişkin bu insanlık durumunun yanıtını geçmişin izlerinde aramak, Arendt'in de belirttiği gibi, şiddeti marjinal bir olgu olarak görmenin bir sonucudur[83]. Fromm da, düşünürlerin ve araştırmacıların, yaşanan ekonomik, siyasal gelişmelere koşut olarak insanın iyilik doğasından, kargaşa dönemlerinde kötülük doğasından söz ettiklerine dikkat çeker[84]. Yaşanan durumun yeni bir şey olmadığı, geçmişte de benzer gelişmelerin olduğu yolunda bir saptama kuşkusuz günü kabullenmenin bir savunusudur. Tarihe bakışımızı belirleyen aslında biraz da bugüne ilişkin bencilliğimizdir. Hegel'in benzetmesiyle tarihe baktığımızda bireylerin ve halkların kurban edildiği bir "mezbaha" görüntüsüyle karşılaşsak bile, bu kurbanların kime ve neye kurban edildiklerini sorarak kendi güvenli seyircilik konumumuza döneriz[85].

## *AKTÖR-KURBAN-TANIK İLİŞKİSİ*

Bir başka canlı varlığa kasıtlı olarak fiziksel zarar vermek olarak tanımlanan şiddet; eylemde bulunan, eyleme konu olan ve eylemi izleyenler için farklı anlamlar içerir. Bir tanık ya da kurban şiddetten söz ediyorsa, eylemin yalnızca fiziksel zarar verdiğini değil, aynı zamanda da olumsuzluk taşıdığı hükmünü ifade eder[86]. Buradan şiddetin "aktör tarafından meşru, (kimi) tanık ta-

82. Clastres, a.g.e., ss. 172-180.
83. Arendt, a.g.e., s. 110.
84. Fromm, a.g.e., ss. 13-19.
85. G. W. Hegel, *Tarihte Akıl*, Çev. Önay Sözer, Ara Yay., İstanbul, 1991, s. 83.
86. Riches, a.g.e., s. 13.

rafından gayri meşru sayılan fiziksel zarar verme edimi" olduğu tanımına varılır[87].

Aktör, kurban ve tanık ilişkisinde; rekabet ve uzlaşmanın getirdiği bir gerilim vardır. Olaya doğrudan veya dolaylı katılan herkes için ortak olan yorum; görünenin bir şiddet gösterisi olduğudur[88]. Şiddetin görünürlüğü ve bu ortak yorum, şiddetin gerçek bir iletişim aracı olduğunu doğrular.

*Şiddet Biçimleri*

Şiddeti etkili bir iletişim aracı kılan, eylem ve imaj olarak tehlikeli bir macera olsa da, belirli hedeflere ulaşmaya yardımcı olma niteliğidir. Şiddetin biçimleri de bu hedeflere göre sınıflandırılabilir. Aktör, kurban ve tanık açısından farklı algılanacak olan şiddet biçimleri, Fromm'a göre dört grupta toplanabilir[89]:

1. *Oyunda ortaya çıkan şiddet:* şiddet edimi oyuna aracılık ediyorsa amaç yalnızca hüner göstermektir;
2. *Tepkisel şiddet:* rasyonel veya irrasyonel korkudan doğar. Amaç koruma ve korunma olduğu için, bu tür şiddet yaşamın hizmetindedir. Engellemelerden doğabileceği gibi kıskançlık veya öç alma duyguları da tepkisel şiddete yol açabilir. Yaşamın güvenilir olmasına duyulan inancın yıkılması sonucu yine saldırgan tepkiler verilebilir;
3. *Ödünleyici şiddet:* güçsüzlük duygusu bazen bir canlı üzerinde tam ve kesin bir denetim sağlayarak varlığını kanıtlama isteğinin şiddet edimiyle dışavurulmasına neden olabilir. Yaşamı yaratamadığı için yok etmeyi seçmek, uç örneğini sadizmde gösterir. Cezalandırılma korkusuyla bas-

87. A.g.e., s. 19.
88. A.g.e., s. 21.
89. Fromm, a.g.e., ss. 22-33.

tırılabilir ya da her türlü seyir ve eğlenceyle yumuşatılıp saptırılabilir.

4. *Kana susamışlık:* kan akıtarak kendini canlı, güçlü, eşsiz ve üstün hissetmek, yaşamı aşmak isteğinden doğar. İlkel kurban törenlerinde, kan davalarında açık ya da örtük olarak kana susamışlık vardır. Ancak kan, yaşamın özü olarak kabul edildiği için yine de yaşama aracılık eden bir şiddet biçimidir.

### *Araçsal ve Dışavurumsal Olarak Şiddet*

Toplumsal ve kültürel kökenleri ne olursa olsun, şiddet edimleri hem araçsal hem de dışavurumsaldır. Araçsal kullanımın çekirdek amacı, caydırıcılık gücüne dayandırılır. Dışavurumsal kullanımı ise, toplumsal düşüncelerin simgesel olarak dramatize edilmesidir[90].

Politik çatışma ve uzlaşma için yönlendirilebilen şiddet eylemlerini burada konu dışında bırakarak, şiddetin toplumsal etkileşim deneyiminin temelini oluşturduğunu söyleyebiliriz. Şiddet içeren gösterilere katılan seyirciler için hedef eylem değil, kolektif bir içedönüklük biçiminde ortaya çıkmaktadır[91]. Şiddetin izlenmesi toplumca onaylanan bir tanıklığa dönüşebilir.

Adorno, toplumsal olaylara gerçekçi müdahalelerden uzak kitle hareketlerini "kolektif narsizm" olarak adlandırmaktadır. İnsanın yaşadığı ben-tatminliğini yitirmesi ve gerçeklik ile uzlaşmaya girme çabalarının bir sonucu olarak kendisinden başka insanlara sevgi duymaktan uzaklaşmak, kolektif narsizme yol açmaktadır. Yaşamla kendi gücüyle baş edebilmenin olanaksızlık-

90. Riches, a.g.e., s. 39.
91. A. Lundberg, C. Schrag, N. Larsen, *Sosyoloji*, C. 1, Çev. Özer Ozankaya, Işın Yayınları, Ankara, 1985, s. 276.

larıyla ilgili uzlaşmazlık, bireyler için "dünyayı umursamazlığı" vazgeçilmez bir rasyonellik haline getirmektedir[92].

## *KAMUSAL ALANDA OLUŞAN ORTAK DENEYİMLER*

İnsanın kolektif deneyimlerini yaşadığı kamusal alan kavramı, tarihsel gelişim içinde hem fiziksel, hem de içeriksel anlamı açısından farklılık göstermektedir. Habermas'ın belirttiği gibi, her durumda kamu, kendisini özel alandan ayrı bir alan olarak ortaya koyar. Eski Yunan'da kamu yurttaşların özgürlüğünün açığa çıktığı bir alan olarak görünürken, Feodal Avrupa'da statülerin sergilendiği temsili bir alandır[93].

Kamusal alan her zaman fiziksel bir mekânla çevrili olmayı gerektirmez. Kamuya açılmanın gösterimle dışa vurulduğu her yer kamusal alana ilişkindir. Habermas şövalye davranış kodunun sunduğu ortak normların her yerde ve herkes tarafından tanındığına dikkat çeker[94]. 17. yüzyıl barok saray şölenlerinde de büyüklük gösterileri esastır. Bu şölenlerde halk tamamen dışlanmamış ama sokaklarla sınırlandırılmıştır: "gösteri daima önünde oynayacağı bir sosyal çevreye muhtaçtır"[95].

Tüm kamusal gösterimlerde fiziksel nitelik ön plandadır. Erdem ve güç cisimleşebilmeli, kamusal olarak sergilenebilmelidir[96]. Antik Yunan dramalarından Olimpik törenlere, şövalye turnuvalarından ölüm cezalarına kadar kamusallığın bir siyasal ile-

92. Theodor W. Adorno, *Eleştiri -Toplum Üzerine Yazılar-*, Çev. M. Yılmaz Öner, Belge Yayınları, İstanbul, 1990, ss. 17-19.
93. Jürgen Habermas, "Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü", *Defter*, Çev. Tanıl Bora, no: 16, Metis Yay., İstanbul, 1990, ss. 53-63.
94. A.g.e., s. 59.
95. A.g.e., s. 61.
96. A.g.e., s. 59.

tişim alanı oluşturma işlevi üstlendiğini görüyoruz. Kamusallıktaki cisimleşebilme özelliği, ortak yorumları canlandıracak metaforik anlatımla sağlanmaktadır. Kamu içine girmekle özel yaşamın sınırlarını daraltan toplumsallaşmış birey, aynı zamanda genel bir toplumsal deneyim ufku da kazanmaktadır. Bu toplumsal deneyim ufku, toplumun tüm üyeleri için gerçek veya sözde önemli her şeyi kapsar[97].

Habermas kolektif kimliğin, iletişimsel öğrenme ve pratikle oluştuğunu, iletişim ortamının ise ancak kamusallıkta gerçekleşebileceğini ileri sürer[98]. Toplumsal ortaklığı sağlayacak iletişim, "sözde" ya da idealize edildiği gibi "gerçek" olsun, bir kamusal alanda sergilenebilir, gösterimlenebilir niteliğe bürünmek zorundadır. Geleneksel söylemin doğal koşullarından uzaklaştığı günümüzde, artık yeni evrensel pratik söylemin iletişim araçlarından yararlanmamız gerektiğini söyleyen Habermas, post-modern diye adlandırılan yaşadığımız dönemde bir tehlikeye dikkat çeker: "Kuşkuya yer vermeyen bir gelenek yoksa, şiddet veya pamuk ipliğine bağlı iletişim arasında bir seçme yapmak zorunda kalırsınız"[99].

## *ŞİDDETİN KAMUSAL ALANDA SEYREDİLMESİ*

Seyirci olarak şiddet gösterilerine müdahale etmeden bakmak, ister sanatsal, ister gerçeklik olsun, gösterinin elemanlarını nesneleştirme yoluyla rasyonellik kazanmaktadır. Cansız nesneler

97. Oskar Neght, Alexander Kluge, "Kamusal Alan ve Deneyim", Çev. Ahmet Doğukan, *Defter*, no: 16, Bahar 1990, ss. 65-71.
98. Jürgen Habermas, "On Social İdentity", *Telos*, no: 19, Bahar, 1974. ss. 101-102.
99. A.g.e., s. 102.

olarak görülen gösteri elemanlarının sergiledikleri şiddet, yalnızca heyecan unsuru işlevini üstlenecektir. Nesneleşmiş toplumsal ilişkiler, endüstri toplumunun ürünü olarak anılır. Günümüzde post-endüstriyel dönemin yaşandığı yolundaki tartışmalara girmeden, modern büyük kent yaşamına yöneltilen eleştirilere baktığımızda, insanların yaşadıkları kamusal mekânlar tarafından nasıl belirlendiklerini görmekteyiz.

Simmel, metropolde yaşayan insanın, kendisi dışındaki güçlere uyum sağlamak için ne tür değişimler geçirdiğini "metropolitan tip" üzerinden gösterir[100]. Simmel'in metropolitan tipi, kendisini tehdit eden dışsal çevresindeki süreksizliğe ve dalgalanmaya karşı kendisini korumak için duygusal tepkilerinin yerine akılcı tepkiler koymuştur. Modern zihin, hesaplayıcı, dakiklik, netlik ve kesinlik ilkelerine bağlı, duyarlığı en aza indirgenmiş, kayıtsızlığı benimsemiş insana aittir. Metropol insanlarının birbirlerine karşı zihinsel davranışı, biçimsel bakımdan bir sakınma ilişkisidir. Bu karşılıklı sakınma, örtük bir hoşlanmamayı içerir. Modern yaşamın kazandırdığı refah ve özgürlük olanakları aynı zamanda standartlaşma ile birlikte her tür kişisel öğeyi saf dışı bırakan ortak kültürel edinimlerle bireyleri sınırlandırmaktadır.

Metropolitan tipin saf akılcılığının yerine bugün herhalde, Baudrillard'ın da söylediği gibi anlamsız bir büyülenme peşinde koşan kitle insanının şaşkınlığına gelmiş bulunuyoruz. Baudrillard "kitleler anlam yerine gösteri istiyorlar. İçinde bir gösteri olması koşuluyla tüm içeriklere tapıyorlar" diyerek, kitle iletişim araçlarının bu büyülenmeyi tam anlamıyla yerine getirdiğini ileri sürmektedir[101].

100. George Simmel, "Metropol ve Zihinsel Yaşam", Çev. Celal A. Kanat, *Defter*, no: 16, Bahar 1990, ss. 83-94.

101. Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*, Çev. Oğuz Adanır, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1991, ss. 12-28.

## *KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ OLUŞTURDUĞU KAMUSAL ALANLAR*

Fransız toplumu örneğinde, toplumsal bilgilenme ve beğeni düzeylerini kapsamlı bir araştırma ile inceleyen sosyolog Bourdieu, insanların sosyal çevrelerini olduğu kadar kendilerini de sunumlama (representation) aracılığıyla algıladıklarını söylemektedir[102]. Bourdieu'ye göre, toplumsal olay ve durumları anlamaya çalışırken "sosyal fizik" ve "sosyal semiolojiyi" birbirine karşıt kavramlar olarak görmemek gerekir. Sunumlama/gösterimlenme biçimi ve asıl gerçeklik birbirine karışarak bireylerin toplumsal gerçekliğe katılımını sağlamaktadır. Buradan, toplumsal bir görünüme sahip her araç, kamusallığa aracı olabilir ve olmaktadır diyebiliriz. Etkinlik ve yaygınlık oranında kamusal dağıtım aracıları, öğrenilebilir olanı sergileyerek toplumsal deneyimi oluşturur[103].

Kitle iletişim araçları tartışılmaz yaygınlıkları ve tartışılabilir etkinlikleriyle, görünür kıldığı toplumsal durumlar için kamusal alan oluşturmaktadır. Araçların farklı yapıları ve her bir aracın içindeki farklı kalıplar ile okuyucu/izleyici/dinleyici kitlenin farklı toplumsal konumları, birden çok kamusal alanla karşılaşmamıza yol açmaktadır.

Kitle iletişim endüstrileri Murdock'un belirttiği gibi kendilerine özgü metalar üretirler. Bir yandan diğer mal ve hizmetler gibidirler; yiyecek kutuları, otomobiller, güvenlik, vb. gibi, ama diğerlerinden ayrılan yanları vardır. Çağdaş dünya ve "daha iyi yaşam" imajları üreterek toplumsal bilincin biçimlenmesinde merkezi bir rol oynarlar. Ekonomik ve kültürel güç arasındaki bu özel ilişki

102. Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Jugement of Taste*, İngilizceye Çev. Richard Nice. Routledge, Londra, 1989, ss. 482-484
103. Negt, Kluge, a.g.e., s. 74.

nedeniyle kitle iletişim endüstrilerinin denetimi, akademik ve politik ilginin odak noktasını oluşturmayı sürdürmektedir[104].

Kamusal alanın, Eski Yunan'da olduğu gibi (en azından hür vatandaşlar için!) özgür bir tartışma ortamı olmaktan çıktığı günümüzde, kitle iletişim araçlarının kamusal alanı eski işlevine kavuşturma yeteneğinin olup olmadığı önemli bir tartışma konusudur. Üstelik özel ve kamusal alan kavramlarının birbirine karıştığı yolundaki savlar da gündelik yaşamımızda doğrulanmaktadır.

Mills, kitle toplumunu kamu toplumundan ayıran en belirgin özelliğin, toplumdaki başat haberleşme biçimi olduğunu söylemektedir. Tarafların görüş, düşünce ve kanaatlerini eşit koşullarda ifade edebildikleri bir tartışma ortamının bulunduğu kamu toplumunda kitle iletişim araçları, birincil kamuları birbirine bağlayarak toplumdaki tartışma ortamını canlı tutmak işlevini üstlenmiştir. Kitle toplumunda ise, kamuyu yalnızca kendisine verilenlerin alıcısı, bir kitle tüketicisi olarak kabul eden bir kitle iletişim biçimi vardır[105]. Mills'e göre kitle iletişim araçları, bireylerin özel yaşam alanlarına girerek, onların gerçek deneyimlerini engellemektedir.

Williams da, kitle iletişiminin, toplumsal yaşama demokratik bir katılım sağlamaktan uzak olduğunu, bir "sözde dünya" görüntüsünün paylaşıldığını ileri sürer[106].

İzleyici çoğunluğunun haber alma, bilgilenme, seçme ve toplumsal yaşama katılma haklarını engellediği gerekçesiyle 1950'li yıllardan başlayarak en çok eleştiren, giderek suçlanan kitle iletişim aracı, televizyon olmuştur. Televizyona yönelik suçlamalar, aracın kitle kültürünü oluşturan tek etken olduğuna kadar vardı-

104. Graham Murdock, "Large Corporations and Control of the Communications Industries", *Culture, Society, and the Media*, Der. Guverito vd., Routledge, Suffolk, 1989, s. 118.
105. C. Wright Mills, *İktidar Seçkinleri*, Çev. Ünsal Oskay, Bilgi Yay., Ankara, 1974, s. 246.
106. Raymond Williams, *Culture and Society, Chatto and Windus*, Londra, 1958, ss. 303-305.

rılmıştır. Toplumsal sorunları teknolojiye indirgeme görüşünü kabul etmesek bile, Anders'in eleştirilerine katılabileceğimiz noktalar vardır. Anders, çağdaş insanın kitleselleştirilmesi için artık fiziksel mekânlarda toplanmalarının gereksizliğine dikkat çeker. Evinde televizyon izleyen insan, dünyanın ekranda kendisine geldiği yanılsamasını yaşar. Olayların yeniden üretilip televizyondan yayınlanmaları onları metalaştırır, gerçekliklerinden uzaklaştırır. Dünya yalnızca bir "imge" olarak karşımıza gelir ve eyleme konu olmazsa, yaşanan kitlesel bir röntgencilikten başka bir şey değildir[107].

Rabassiere ise izleyicilerin popüler kültür ürünlerindeki yanılsamalardan haberdar olduklarını söyleyerek Anders'e karşı çıkar[108]. İzlenen görüntüler ile gerçek yaşamın farklı olması durumunda da, değişik bir dünya özlemine işaret ettiğini söyleyen Rabassiere'e göre, aracın olumlu kullanımı olasıdır[109].

## *SENTETİK DENEYİMLER*

Kitle iletişim araçları karşısında izleyici / okuyucunun (olası) öznel bilincini korumasının pek kolay olmadığını biliyoruz. Geliştirilen endüstriyel teknikler karşısında kitlelerin her an kendileri-

107. Gunther Anders. "The Phantom World of TV", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg, The Free Press, New York, 1964, ss. 358-367.
108. Henry Rabassiere. "In Defense of Television", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg, The Free Press, New York, 1964, ss. 368-374.
109. Kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevleri üzerine yapılan inceleme ve araştırmalar, burada özetleyemeyeceğimiz kadar geniş kapsamlıdır. Bu konuda Türkçe açıklayıcı bilgi için Bkz. Ünsal Oskay, *XIX. yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*; Korkmaz Alemdar, Raşit Kaya (Der.), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*; Korkmaz Alemdar, İrfan Erdoğan, *İletişim ve Toplum*. Ayrıca son yıllarda Türkçe'ye çevrilen Noam Chomsky, Dennis McQuail, Armand ve Michele Mattelart, John Fiske, Pierre Bourdieu, Gracme Burton, Douglass Kellner gibi araştırmacı yazarların kitapları, önemli başvuru kaynaklarıdır.

ni savunmaya hazır durmaları, kitle iletişim araçlarının rahatlatıcı özelliklerine ters düşecektir. Burada bir kültürel savaş tablosu çizmek abartılı olacaktır, ama yine de Huxley'in endişelerine kulak verebiliriz. Huxley, "Yeni Dünya" (1932) romanındaki kurgusal anlatıma konu olan ve Amerikan tarzı (Fordist) yaşamda gelişkin örneğini sergileyen modern dünyanın acımasızlığını, 1958'de yeniden ele alır[110]. Bu kez gözlemlerini daha dolaysız bir dille anlatır. Gördüğü, tecimsel gelişmenin, kitleleri daha çok tüketim için yönlendirmede ne denli başarılı olduğudur. Akademik çalışmalardan büyük ölçüde yararlanan kitle iletişim araçlarının "bilinçaltı ikna" yöntemini kullanarak izleyicilerini elde tuttuğunu söyleyen Huxley, bu gönüllü katılım karşısında umutsuzdur[111].

Gerçekte kitle iletişim araçlarının geliştirdiği etkili olma yolları bugün "bilinçaltı ikna" yönteminin gizemini aşmıştır. Yapılan, uygun imajları , uygun kodlarda kullanarak hedeflenen kitleye ulaşmaktır. Baudrillard'ın "anlamsızlığın büyüsü" savını kabul etsek bile, popüler kültür ürünlerinde var olan "anlamlı kalıpları" göz ardı edemeyiz.

Her şeyden önce, kitle iletişim araçlarının izleyicilerine sağladığı "sentetik deneyimler"in, gösterilen fiziksel veya sosyal gerçekliği algılama ve yorumlama biçimini de beraberinde getirdiğini söylemeliyiz. Sentetik deneyim, kitle iletişim araçlarının dolayımı olmadan izleyici tarafından algılanması mümkün olmayan olayları sunma yeteneğinin bir sonucudur[112].

Kitle iletişim araçlarında yaratılan sentetik deneyimlerin ne kadar gerçek, ne kadar oyun olduğunu saptamak neredeyse olanaksız. Ancak Huizinga'nın anladığı tarzda bir oyun oynanmadı-

110. Aldous Huxley, *Brave New World Revisited,* Harper and Row, New York, 1965.
111. A.g.e., ss. 82-83.
112. G. Ray Funkhouser, Eugene F. Shaw, "How Syntethic Experience Shapes Social Reality", *Journal of Communication,* 40-2, Bahar, 1990, ss. 75-78.

ğı açık. Huizinga oyunun gönüllü katılımcılarına maddi çıkar endişelerinden uzak ve kendi içinde zevk veren bir eylem sağladığını söyler. Bugünkü kandırmaca, aldatmaca, para ve çıkara bağlı kılınmış etkinlikler ise oyun değil, ancak "çocuklaştırmalar" olabilir[113].

Oskay'ın da belirttiği gibi, oyun aslında hiçbir tarihsel dönemde reel dünyanın dışında ve ondan bağımsız bir varlık kazanmamıştır. Reel yaşamın içinde kalarak oyunda belli bir serbesti yaşanması, gerçekte değişen bir şey olmadığı için negatif bir özgürlüktür[114].

Böylece oyunun sunduğu serbesti uzlaştırmacıdır ve kitle iletişim araçlarında sunulan popüler ürünlerle aynı işlevi görür. Popüler kültür, katılımcılarına her zaman zevk, kaçış veya özdeşleşme gibi bir takım ödüller verir[115].

Garnham ise, kitle iletişim araçlarının temel işlevinin zaten izleyicilerine ideoloji paketleri satmak değil, reklam sektörüne izleyicileri satmak olduğunu ileri sürmektedir[116]. Kitle iletişim araçlarının reklam verenlere satmak üzere mal üretir gibi, piyasaya uygun izleyici ürettiği görüşü, gerçekte tecimsel kitle araçlarının reklam finansına ne denli bağlı olduğuna dikkat çekmektedir[117].

Ekonomi ve kültürün bu ayrılmaz birlikteliği; popüler kültür ürünlerinin, var olan toplumsal yaşamın haklılaştırılması ile da-

113. Ünsal Oskay, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*, s. 147.
114. A.g.e., ss. 166-167.
115. David Tetzlaff, "Divide and Conquer: Populer Culture and Social Control in Late Capitalism", *Media, Culture and Society*, no: 131, Ocak 1991, ss. 9-33.
116. Nicholas Garnham, *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*, Sage, Londra, 1990, s. 29.
117. Sut Jhally, Bill Livant, "Watching as working: The Valorization of Audience Consciousness", *Journal of Communications*, sayı: 36, Yaz 1986, ss. 124-143.

ha iyi bir yaşam özlemlerinin sürdürülmesinin bir arada sergilenmesine yol açmaktadır. Kitle iletişim araçları işte bu ortak kültür alanını biçimlendirmektedir[118].

## *SÖYLENSEL (MİTSEL) SÖYLEMLER*

Söylenceler, Barthes'ın gösterdiği gibi, bir söylem biçimidir. Kendi mesajının nesnesiyle değil, bu mesajı dile getirme yoluyla ifade edilir. Bu nedenle özsel değil, biçimsel sınırları vardır; ve herşey söylenceleştirilebilir. Söylencesel söylem, iletişime uygun hale getirilmek için halihazırda üzerinde çalışılmış bulunan materyalden oluşmaktadır. Bütün söylence materyalleri bir gösterimleme bilinci önerir ki, özlerinden başka bir neden bulunabilsin. Öz önemli değildir[119].

Kitle İletişim araçlarının "büyülü" yanını işte bu söylencesel söylem biçimi oluşturmaktadır. Barthes da, söylencenin tarihin eski yapraklarında kalmadığını; günümüzde yaşanan gerçekliği olduğu gibi kabullenen söylem biçiminin dergilerde, sinema ve televizyon filmlerinde, gazetelerde kullanıldığına dikkat çekmektedir. Söylence bir üstdil(metalangue) olarak; gösterge, gösteren ve gösterileni aynı materyal üzerinde taşımaktadır. Anlam ve biçim arasındaki yönlendirilmiş benzerlik, anlamı tümüyle yok etmez. Ama, bozulmaya uğratır, saptırır. Anlam ve biçim arasındaki belli uzaklık bulunduğu için aralarında çatışma-çelişki olmaz. Boş biçimin içine yerleştirilmiş olan anlam, toplumda halihazırda vardır. Kesin formüller halinde sunulan biçim içindeki anlam, yorumlamaya izin vermez. Nedenler ve sonuçlar birlikte gösterildiği için gösteren ile gösterilen arasındaki ilişki doğal bir ilişki olarak algılanır[120].

118. Ünsal Oskay, a.g.e., s. 361.
119. Barthes, a.g.e., ss. 109-110.
120. A.g.e., ss. 115-157.

Böylece her yaşananı tarih içindeki yerinden ayırıp, doğala oturtan söylence; değiştirilemeyen toplumsal/tarihsel gerçekliğin etkinliğini saptamak, benimsenmesini sürdürmek, ona katlanılmasının verdiği acıları yumuşatmak işlevini üstlenmektedir. Söylencesel söylemin verdiği; "varolan, olabilecek olandır" mesajı, günlük yaşamın hafif sızlanmalarla sürdürülmesine olanak tanımaktadır[121].

Anlam ve biçim olarak söylencesel sunuma yatkın yapısıyla ölüm de, kitle iletişim araçlarının popüler ürünlerinde çarpıtılarak, kesinleşmiş yorumlarıyla birlikte doğallaştırılmaktadır. Oskay'ın sinema seyircileri için söylediği gibi; izleyici kendi bitimli hayatlarını yaşayan sahnedeki karakterleri izlerken "ölümsüz tanrılara" dönüşmektedir. Ölüm olgusunun estetize edilmiş görünümleri, bir çeşit yanılsamalı denetim duygusu vermektedir izleyiciye. Ölümle sinema ve televizyonda yakınlık kurma, bir yandan ölüm korkusunu hafifletmekte, bir yandan da "tekinsizliğe tutkunluk" duygusuna yol açmaktadır[122].

## *POPÜLER KİTLE İLETİŞİM ÜRÜNLERİNDE ÖLÜMCÜL ŞİDDET*

*Herkes bir şenlik bekliyor. Oturuyorlar işte kaygısızca, daha şimdiden kaşlarını dikmişler hayrete düşmeyi bekliyorlar... Ve her şeyden önce yeterince olay olmalı. Seyretmek için gelirler, en çok sevdikleri budur. Gözler önünde çoksa olup biten... Sonuçta herkes beğendiğini seçer. Bolluk sunan, herkese bir şeyler verir ve herkes memnun ayrılır müesseseden*[123]

Goethe'nin tiyatro müdürünün ifade ettiği haklı tecimsel kaygı bize hiç de yabancı gelmiyor. Seyirci/izleyici/okuyucunun ilgisi-

121. Ünsal Oskay, "Söylencenin Tarihsizliği", *Varlık*, 1015, Nisan. 1992, ss. 2-4.
122. Ünsal Oskay, *Çağdaş Fantazya*, ss. 60-77.
123. J. Goethe, *Faust*, Çev. Nihat Ülner, Öteki Yay., Ankara, 1992, ss. 7-9. (Tiyatro müdürünün oyun yazarına önerileri).

ni çekecek heyecan ve çeşitlilik unsurları tarihin her döneminde karşımıza çıkmaktadır. Ancak anlatıcının amacı bu heyecanın yönünü, dozunu ve sonuçlarını belirlerken, birbirinden çok farklı popüler kültürlerin doğmasına neden olmaktadır.

## *SANATSAL ANLATIMA KONU OLAN UYGAR BARBARLIK*

16. yüzyıl başında hümanist Erasmus'un dinleyenleri etkileyen "deli"si , gerçek akıldışının sahnede mi, dinleyicilerde mi olduğu sorusunu sordurmayı amaçlarken bir bilişsel hesaplaşmayı çağırıyordu[124]. Aynı dönemde Bosch'un resimlerindeki cehennem ve vahşet sahneleri, sanatta yalnızca yumuşak iyi ve güzelin kullanılması alışkanlığını kırıyordu[125].

Resimde Bosch ile başlayan çirkin şiddet aracılığıyla doğruyu arama kaygısı, El Greceo'nun dinsel tasvirlerinde Bruegel'in köylü kabalığında, Caravaggio'nun yoksul azizlerinde, Goya'nın aristokrasiye ironik bakışında, Blake'in iç dünya görüntülerinde sürerek 19. yüzyıl modern sanatına kaynak oldu. Van Gogh ve Gaugin alışılmışın çok dışında bir estetik anlayışın içindeydiler. Munch'un çığlığını bugün bile duyar gibiyiz. James Ensor, Picasso, Matisse, Kandinsky, Klee, Chagall, George Grosz, Otto Dix ve 20. yüzyıl başlarken daha pek çok ressam, dünya siyasetindeki insanlık dışı uygulamalara karşı hayal kırıklıklarını resimlerdeki acı ile ifade ediyorlardı. Hatta bu ressamlardan bazıları kendilerine "yeni barbarlar" diyecek kadar uygarlıktan yakınıyorlardı.

---

124. D. Erasmus, *Deliliğe Methiye*, Çev. Şerif Hulusi, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1956.
125. Norbert Lynton, *Modern Sanatın Öyküsü*, Çev. Cevat Çapan, Sadi Öziş, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1982, ss. 13-55.

## *POLİSİYE ROMANLARINDAKİ TEHLİKESİZ MACERALAR*

Edebiyatta, Shakespeare'den başlayarak, açık sözlülüğüyle tüm tepkileri üzerine toplayan Marki de Sade'dan, günümüz postmodern yazarlarına kadar okuyucuyu şiddet ile sarsmayı yeğleyen anlatımlarla karşılaşıyoruz.

Şiddet ve ölüm, 19. yüzyılda Edgar Allan Poe'un bir dedektif öyküsüyle, özel bir edebiyat türüne de konu olmuştur. Yazınsal değeri tartışmalı olsa da, polisiye romanlar özel incelemeleri hak edecek kadar büyük bir okuyucu kitlesi elde etti. Öte dünyayı konu alan korku romanlarından farkı, bu cinayet öykülerinin günlük yaşam ortamının gerçekliği içinde ve dedektifiyle birlikte sunulmasıydı.

Mandel'e göre cinayet öykülerinin, polisiye romanlardan çok satmasının iki temel nedeni vardır:[126]

1. Kitlesel okuryazarlık;
2. Şiddetin doğrudan uygulanmasının yerini şiddeti başkalarının deneyimlerinden öğrenilmesine bırakması.

Böylece polisiye romanların kitlesel tüketimi, uygarlığın gelişimi ile ilgili bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Şiddet hakkında yazılanları okumak, şiddete tanık olmanın ve bundan hoşlanmanın masum bir biçimidir.

Polisiye romanların özelliklerini inceleyerek okurun ilgisini çeken öğeleri bulmayı amaçlayan araştırmaların ortak kanısı; bu tür cinayet romanlarında önemli olanın altındaki gizemli bilmecede saklı olduğudur. Cinayeti kimin işlediği aslında pek de ö-

126. Ernest Mandel, *Hoş Cinayet: Polisiye Romanının Toplumsal Bir Tarihi*, Çev. N. Saraçoğlu, Yazı Yayınları, İstanbul, 1985, s. 87.

nemli değildir. Okuyucu umulmadık olaylar zincirinin heyecanına ve "sansasyonel" bir sırrı öğrenme beklentisinin yarattığı korku duygusuna kapılmaktadır[127].

19. yüzyıl iyimser rasyonalizminin, insanın bilimin gereklerine uyarak her şeyi çözümleyebileceğine duyduğu inanç, polisiye romanlarındaki bilmeceli suçlu avcılığına yansımıştır[128]. Polisiye romanlarındaki dedektif bazen kaba gücün, bazen ince zekanın yardımıyla cinayeti okuyucu için çözümlemektedir. Polo'nun gösterdiği gibi, örneğin Simenon romanlarındaki dedektif, Yunan tragedyalarındaki açıklayıcı öğe olan koronun yerini tutarak, yalnızca cinayeti kimin işlediğini değil, niçin işlendiğini de ortaya çıkarır. Tiplemesi nasıl olursa olsun dedektif sonunda başarıya ulaşan kahraman kurtarıcıdır. Okuyucu da dedektif aracılığıyla tehlikesiz bir maceraya girmenin keyfini yaşar.

Polisiye roman meraklıları, Mandel'e göre "potansiyel katil" değildirler, kriminoloji açısından zararsızdırlar[129]. Yalnızca başkalarının yaşadıklarına düşsel olarak katılmakla geçici olarak gerginliklerini atarlar. Bu romanlardaki belirsizlikler zinciri, okuyucunun günlük yaşamdaki belirsizliklerinde karşılığını bulur. Günlük yaşam sorunları karşısında polisiye roman yarı uygar, yarı yüceltici olduğu gibi, yarı kurtarıcıdır.

Aslında bu tür romanlarda okuyucu anlık heyecanlarla sarsıntı geçirmemekte, oturduğu yere biraz daha yerleşmektedir.

---

127. Edmund Wilson, "Who Cares Who Killed Roger Ackroyd ?", *Mass culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg, The Free Press, New York, 1964, ss. 149-153.
128. Charles J. Rolo, "The Metaphysics of murder for the millions", *Mass Culture*, ss. 165-175.
129. Mandel, a.g.e., s. 90.

## *SİNEMADA VAHŞET GÖRÜNTÜLERİ*

20. yüzyılın sanat aracı sinema yine ölümcül şiddeti bir toplumsal eleştiri biçimi ya da seyirlik eğlence olarak seçen örneklere sahne olmuştur, halen olmaktadır. Orta Avrupa dışavurumcu film yönetmenleri sinemanın yalnızca hoş bir eğlence aracı olmadığını karamsar filmlerle gösterdiler[130].

Bunuel'in fantastik görüntülerindeki ürkütücü görüntüler, Pasolini'de belki gerçek doruğuna ulaşarak izleyicinin tepkisizliğini olanaksız kılmıştır. İngiliz Dennis Hopper'ın "Easy Rider" (1969) ve John Sclesinger'in "Midnight Cowboy" (1969) filmlerinde Amerika'daki günlük yaşamın vahşetine dikkat çekiliyordu. Ancak Amerikan şiddetini en çarpıcı görüntülerle sergileyenler, yine Amerikan film endüstrisinin olanaklarından yararlanan F. Coppola, S. Peckinpah, M. Scorsese ve D. Lynch oldular[131].

Sanatsal anlatımda araçsal bir işlev taşıyan şiddet, çok gişe yapan filmlerde stilize edilerek kendisi için ve kendinde bir son olarak kullanılma görünümüne dönüşebilmektedir.

Sanatsal dışavurumda, stilize edilmiş şiddetin kullanılması, Adorno'ya göre seyirci kitlenin tanıklığını iyice zorlaştırmaktadır. Yumuşamış acıların stilize edilmesi, dehşet verici asıl görünümü hafifletmektedir. Bu ise kurbanlara karşı yapılmış yeni bir adaletsizlik demektir. Acıların sanatsal gösterimi karşısında duyulan üzüntü ve düş kırıklığı, ister istemez örtük bir olumlamanın bedeli olarak ortaya çıkmaktadır. Kimi zaman temsili gösterim, zulmün kabullenimine kadar vardırılmaktadır. Dramatize gösterimin elemanı olarak kurbanlar ve cellatlar birbirine karış-

130. Esra Biryıldız. "Dışavurumcu Alman Sineması", *Marmara İletişim Dergisi*, sayı: 1, Aralık 1992, s. 237.

131. Nijat Özön, *Sinema: Uygulayımı, Sanatı, Tarihi*, İstanbul, Hil Yayınları, İstanbul, 1985, ss. 162-332; Thorold Dickinson, *Sinemanın Evrimi*, Çev. Nurçay Türkoğlu, Çizgi Yayınları, İstanbul, 1986, ss. 73-96; Atilla Dorsay, *Sinemayı Sanat Yapanlar*,Varlık Yayınları, Istanbul, 1985, ss. 44-55;145-164; 210-219.

tırılabilmektedir[132]. Sinemada bu karmaşıklığı kırabilmek için belki de Pasolini'nin "Salo" ya da "Solom'un 120 günü" (1975) filmlerinde olduğu gibi doğrudan seyircide fiziksel tepkiye yol açabilecek zorlamalara başvurmak, sanatçının umutsuzluğunun sonucudur.

## *TELEVİZYON VE ŞİDDET İLİŞKİSİ*

Son yirmi yıl içinde, önceleri kamusal denetim nedeniyle yalnızca video kaset olarak televizyon ekranlarında aranan şiddet görüntüleri, artık çok kanallı yayın programlarında TV'de sinema veya TV filmi olarak kolayca izlenebilmektedir.

Yaygın bir kitle iletişim aracı olarak televizyonda şiddet öğelerinin bulunması, özellikle gençler ve çocuklar üzerinde onları saldırganlığa yöneltecek olumsuz etkilere neden olabileceği düşüncesine yol açtı. Televizyon izlemek ve saldırganlık/şiddet ilişkisi üzerine yapılan araştırmalar; şiddet görüntülerinin doğrudan davranışta şiddete yol açtığını söyleyememektedir. Televizyon, toplumsal öğrenme araçlarından yalnızca bir tanesidir. Öğrenilen bilginin eyleme geçirilmesi için uygun ve ödüllendirici koşulların varlığı gerekmektedir[133]. Kitle iletişim araçlarındaki gösterimden öğrenilen şiddet modelleri, ileriye yönelik olarak davranışa hazırlık biçimlerini oluşturmaktadır. İzleyicinin tepkiler dağarcığında yerini alan bu öğrenilmiş davranış modelleri, benzer bir durumla karşılaşıldığında harekete geçebilmektedir[134].

---

132. Thedor Adorno, "Bağlanma", *Estetik ve Politika*, Çev. Ünsal Oskay, Eleştiri Yay., İstanbul, 1985, s. 290.
133. James D. Halloran, "Televizyonun Toplum Üzerindeki Etkileri", *Televizyonun Etkileri*, Der. Halloran vd., Çev. Ayseli Usluata, İstanbul Reklam Yay., İstanbul, 1973, s. 16.
134. Ünsal Oskay, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*, s. 368.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal sorumlulukları olduğunu ileri sürenler; şiddetin insan doğasına dair olduğu için televizyonda yer alabileceğini ama mutlaka olumsuz, zararlı sonuçlarının vurgulanarak, izleyicileri şiddete yönelmekten alıkoyması/caydırması gerektiğini savunurlar[135].

Televizyon yayınlarındaki şiddet olayları ile ilgili ilk araştırmalar 1952-53 yıllarında Amerika'da National Association of Educational Broadcasters tarafından yaptırılmış, bu araştırmada yayınların içerikleri incelenmiştir[136]. Gerbner ve arkadaşları ise yalnızca yayın içeriklerini incelemekle yetinmemişler; televizyon programlarındaki şiddet eylemlerinin ve saldırgan karakterlerle saldırıya uğrayan karakterleri, polis raporlarındaki gerçek şiddet olayları ile karşılaştırarak; televizyon izleme yoğunluğu ile şiddet olaylarına karışma arasında doğru bir orantı bulmuşlardır[137].

Burada bizim üzerinde durmak istediğimiz konu, televizyondaki şiddetin gençlik üzerindeki etkisi değil, gerçekliğin sunum

---

135. Halloran, s. 17; Charles S. Steinberg, *The Communicative Arts*, Hastings House Publishers, NewYork, 1970, s. 271; Alemdar, Erdoğan, ss. 106-107.
136. George Comstock, Steven Chaffi vd., *Television and Human Behaviour*, Colombia University Press, NewYork, 1978, ss. 65-70.
137. A.g.e., ss. 72-81; 528'de G. Gerbner, "Measuring Violence on Television: The Gerbner Index", *Office of Telecommunications Policy*, Bruce M. Owen, Staff research paper, Annenberg School of Communications, University of Pennslyvania, Philadelphia 1972 basılmamış çalışma; G. Gerbner, Violence in Television Drama: Trends and Symbolic Functions", *Television and Social Behaviour*, Der. C. Comstock, E.A. Rubinstein, vol: 1., Government Printing Office, Washington, 1972, ss. 28-187; Gerbner, L. Gross, "Living with Television The Violence Profile", *Journal of Communication*, 26-27, ss. 173-199; G. Gerbner, L. Gross vd., *Violence Profile no: 7: Trends in Network Television Drama and Viewer Conceptions of Social Reality 1967-1975*, Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, Philadelphia 1976. Gerbner ve arkadaşlarının "Yetiştirme Çözümlemesi" (Cultivation Analysis) adıyla bilinen bu araştırmaları E. Mutlu'nun yerinde eleştirilerinin de gösterdiği gibi, izleyicinin tümüyle verilen mesajlı olduğu gibi aldığı ve dav-

biçimi arasından ölme/öldürme olayının televizyondan aktarılması olacaktır.

## *TELEVİZYON GERÇEKLİĞİ*

Televizyondan izlenen görüntüler, hangi adlandırma altında olursa olsunlar, belli bir seçme, kurgulama, yorumlama işleminden geçirilmektedir. Toplumda halihazırda kodlanmış bulunan "gerçeklik" televizyonda teknolojik olarak aktarılabilirlik özelliğine bürünmekte ve izleyici için uygun bir kültürel metin haline gelmektedir[138]. Bu kültürel metnin, söylencesel bir söylem biçimi içerdiğini görmek için, önceki sayfalarda Barthes'dan aktardığımız söylencenin özellikleri ile televizyonun şimdi özetleyeceğimiz sunum özelliklerini karşılaştırmak yeterli olacaktır.

Kültürel üretim sürecinde televizyondan izlenen görüntüler, birer değişim değeri içermekte ve tüketilmektedir[139]. Bir teknik araç böylesi bir kültürel biçimlendirmeye girdiğinde, Postman'ın dediği gibi bir "metafor" haline gelmektedir[140]. Gösterdiği/göndermede bulunduğu ile arasında yalnızca üzerinde toplumsal uzlaşmaya varılmış sembolik bir bağlantı bulunmaktadır.

19. yüzyıla gelinceye dek, insanların deneyimleri kendi doğal fiziksel gelişmeleriyle sınırlıyken, kitle iletişim araçları izleyici-

ranışa geçirdiği yolundaki davranışçı ekolün sınırları içinde kalmıştır. Sayısal verilerin kesinliği yoluyla bilimselliğe varma çabalarının bir örneği olmaktan öte gidememiştir. Bkz. Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan, Ankara 1991, ss. 80-83. Ayrıca, diğer kitle iletişim kuramlarıyla birlikte "Cultivation Analysis" Kuramının da toplu olarak verildiği bir giriş kitabı olarak Bkz. Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, 2. Baskı, Sage Publications, Londra, 1987.

138. John Fiske, *Television Culture*, Methuen, Londra, 1987, ss. 4-6.
139. Terry Lovell, *Pictures of Reality*, BFI Publishing, Londra, 1983, ss. 56-58.
140. Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death*, Methuen, Londra, 1989, ss. 13-15.

lerin başka yer ve zamanda olmuş veya hiç olmamış olaylara yarı-tanıklık sağlamaktadır[141]. Belirli klişeler içinde olmak koşuluyla sıradan insanlara da toplumsal enformasyona girmelerine izin verilerek, görünür olmaları sağlanmakta; izleyiciler kendilerine benzer bir özelliğe sahip gördükleri tiplemeleri benimseyebilmektedirler[142].

Televizyonun gerçekliği aktarma biçimi, olayların doğasını "formatlara" dönüştürme olanağına dayanmaktadır. Tüm olay ve deneyimleri gerçek ve sentetik olarak sınıflandırmak mümkün görünmese de, televizyondaki kurgusal/sentetik gerçekliğin aşağıdaki yollarla sağlandığı bilinmektedir:[143]

1. Hareketlerin hızlarının değiştirilmesi;
2. Bir sahneden diğerine anında kesme ile geçiş;
3. Olayı fragmanlara ayırmak;
4. Geniş bir zaman ve mekâna ayrılan olayları bir araya getirmek;
5. Bakış açılarını değiştirmek(kamera hareketleri, zoom mercekleri ve birden fazla kamera ile);
6. Farklı kaynaklardan gelen görüntü ve sesi bir araya getirmek(fon müziği, ses efektleri vb. ile);
7. Bilgisayar grafik teknikleri ve çoklu-poz(üst üste bindirme) işlemleri ile görsel imajları birleştirmek, ayırmak, bozmak;
8. Animasyon ve bilgisayar grafikleri ile "olaylar yaratmak".

Tek bir program içindeki bu "oynamaların" yanı sıra, artarda gelen programların izlenilirliğini sağlamak için sürekli bir yayın a-

141. Funkhouser, a.g.e., s. 78.
142. Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place: The Impact of Electronic on Social Behaviour*, Oxford University Press, New York, 1985, s. 309.
143. Funkhouser, a.g.e., s. 79.

kışı oluşturulur. "Şimdi de karşınızda..." sunumu, geçişleri kolaylaştırır. Bu sunum dünyanın haritasının hızlandırılmış elektronik medya tarafından çıkarıldığını, tüm gerçeklerin bu harita da bulunabileceği duygusunu verir. Öyle ki, hiçbir şey ciddiye alınmaya değmez. Hiçbir cinayet açıkça vahşi değildir, hiçbir doğa hareketi fazlaca zarar vermez, artarda gelen olaylar, hiçbiri üstünde fazla düşünmeye olanak vermez. Her yeni görüntü bir öncekinin önemini silmeye amaçlıdır[144]. Herşey anında şakaya çevrilebilir. Saptırılmış bir çocuksulukla sınırlı bir rahatlama sağlanmış olur bu yolla[145].

Televizyonda ciddiyetten arındırılmış şiddet gösterimlerinin fantazya (gerçek olmayan ve özneye problem çözmeye ve amaca yönelik edimde bulunma zorunluluğu getirmeyen bir etkinlik olarak) mı yoksa yaşanan gerçekliğin uzantısı mı olduğunun ayırdedilmesi, kitle toplumu insanı için gitgide güçleşmektedir[146]. Üstelik izlenen programdaki saldırganlık uyarıları ile günlük gerçekliğe ilişkin öğeler birbirine yakın şeyler olarak gösterildikçe programın fantazya olarak algılanma olanağı azalmaktadır. Konu çok ayrıntılı işlenmişse, karakterler ve kullanılan zaman, mekân, geçek yaşamdakilere yakın görünüyorsa, görüntünün fantasya olarak algılanması zorlanacaktır.

## *ÖDÜLLÜ BİR CİNAYET OYUNU*

Televizyonda şiddetin polisiye ve gerilim dizilerinde, sinema filmi yayınlarında, doğrudan televizyon için çekilmiş filmlerde, ba-

144. Postman, a.g.e., ss. 101-102.
145. Tetzlaff, a.g.e., ss. 13-32.
146. Ünsal Oskay, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*, ss. 370-371.

zı belgesel programlarda haber programlarında ve haber bültenlerinde yer alması artık izleyicileri yadırgatmıyor. Şiddetin izleyici katılımlı yarışma programlarına konu olması ise toplumumuz için yeni bir olay. Yine de şaşkınlıkla karşılanmıyor, ilgi çekerek izleniyor.

Dünya televizyonlarında pek çok örneği görülen bir popüler televizyon programı, tipik bir "ödüllü cinayet oyunu" görünümünde. İngiliz Chanel 1'da "Crimewatch", Alman ZDF Kanalı'nda Aktenceichen adıyla gösterilen bu programın Türk versiyonu, TRT TV1 Kanalı'nda, televizyon haber-eğlence programında "Katil Kim" Bölümünde, Mart 1992'de yayınlandı. Kısaca, polisiye dosyasında çözümlenmiş gerçek bir cinayet, televizyonda dramatize edilerek gösterilmekte, yayın akışı sırasında telefonla programa katılıp, adayların hangisinin gerçek katil olduğunu doğru bilen bir televizyon izleyicisine para ödülü verilmekte ve program sonunda olayın yine dramatize edilmiş düğüm anı ve kazanan talihli izleyici açıklanmaktadır.

Bölüm başında verdiğimiz seyirlik ölüm gösterilerinin ortak noktalarını(kamusal alanda, seyircilere maddi veya manevi çıkar sağlayan, törensel ve şiddet içeren ölüm olayı) bu programda ararken hiç zorlanmayacağız. Ancak bu özelliklere ek olarak televizyonun kendi yapısından ileri gelen "enformasyon oyunu" sunumu, izleyiciler açısından programı herhangi bir "tele-toto" programından ayırt etmelerini güçleştirmektedir.

Cinayet bilmecesinin kurgusal bir film olarak değil de, bir haber programı görünümünde olması, gerçek polis dosyasına dayanması, üstelik programın canlı sunulan stüdyo çekimlerinde olayı çözümleyen bir emniyet görevlisinin hazır bulunup, olay hakkında bilgi vermesi, izleyicinin algılamasını daha da karmaşık hale getirmektedir. Program sunucusunun "dikkatli ve sentez gücü gelişmiş" izleyicilere yaptığı katılım çağrısı ise, 10 milyon

liralık para ödülüyle ve kazananın adının televizyonda verilmesi beklentisiyle birleşince son derece çekici olmaktadır.

*Kamusal Alan*

Programa konu olan gerçek olay, hukuksal bir suç olan bir cinayettir. Gerçek cinayet fail ve kurban için özel eylemdir ancak, kişinin özel yaşamının kamu hukuku tarafından güvenceye alınmış, korunan bir alanına ilişkindir. Cinayetin suç olarak kabul edilen bir eylem olduğu olaya katılan ve (varsa) izleyen herkes tarafından bilinir. Bu durumda kurban, kendisine yöneltilmiş şiddete karşı kamudan yardım bekleme eğilimindedir. Suçlu için ise cinayet, kamudan gizlenmesi gereken bir eylemdir. Suçlu ancak cinayeti kamudan gizlemeyi başarabilirse kendince belli bir kazanç elde edebilir. İzlediğimiz televizyon programına konu olan cinayet olaylarında failin amacı genellikle kurbanı öldürüp parasal bir çıkar elde etmektir. Doğal olarak olayın kamusal alana açılması kurbanın yararına, suçlunun zararına olması gerektir. Toplum olarak kamunun gözünde ise olayın tanıklığı, bir tartışma, eleştiri ortamı sağlayabilir.

Kamusal organ olarak yargı kurumunun olay (cinayet) ile ilgisi, emniyet güçlerinin yardımıyla "yargıya özel" bir incelemeyi gerektirir. Yargı mekanizmasındaki incelemenin gerçekleşmesi için olayın televizyonda dramatize edilmesi gerekli değildir. Kitle İletişim araçlarında bir suç eyleminin yer alması, yargının ancak olayın bir başka boyutuyla ilgilenmesine yol açabilir. Basın karşısında kişilik haklarının korunması asıl suçtan ayrı bir olaydır.

Gerçek olayın kamusal alan karşısındaki durumu, televizyonda andığımız biçimde sunulurken, tüm bu özellikleri çarpıtılmakta, bir enformasyon oyunu görünümüyle farklı bir kimlik kazanmaktadır. Bu kez dramatizasyon, gerçek olayın yerine geçmekte;

görüntüler hem gerçeklik iddiası taşımakta, hem de tümüyle eğlencelik bir bilmece/yarışmaya malzeme olmaktadır.

Kamusallık açısından katil kim bölümünü daha önce ayırdığımız diğer seyirlik ölümlerden ayıran en önemli özellik, asıl olayın kesinlikle seyirlik olmak üzere gerçekleşmemesi, ancak seyirlik bir gösteriye malzeme olmasıdır.

*Törensel Düzenleme-Dramatizasyon*

Katil kim bölümü, televizyon programının içinde en çok izleyici çekecek biçimde konumlandırılmıştır. Programın açılışında bir dikkat ve sentez yarışması adıyla ve özel jenerikle verilmektedir. Katil Kim Bölümünün jeneriği, herhangi bir polisiye-gerilim filmini andırmakta, kanlı bir saldırı görüntüsü ve kurbanın çığlığı dikkat çekmektedir.

Dramatizasyonda yer alan kahramanlar, yaşadıkları günlük ortam içinde canlandırılır. Giysiler, mekân (ev içi ve sokak), yeme-içme, davranışlar ve diyaloglar; kahramanları içimizden biri olarak görmemizi sağlar.

İnandırıcılığı desteklemek için stüdyoda bulunan emniyet görevlisi ile program sunucusu olay hakkında konuşurlar. Böylece olaya gerçekten tanık olduğumuza inanırız. Ancak öldürme anını görmemiz kamera hilesi ile engellenir ve kameranın varlığını belki de yalnızca bu an hissedebiliriz.

Program hazırlayıcıları, kuşkuları gerçek katilden uzaklaştırmaya çalışırlar ve neredeyse kurban dışındaki herkes cinayet zanlısıdır.

Cinayet düğümünü çözmek üzere harekete geçmek isteyen izleyiciler için katılım telefon numarası verilir ve başka bölümlere geçilir. Konular çok çeşitlidir; günlük yaşamdan marjinal sosyal yaşantılara dek her şey ilgi çekici hale getirilebilir. Arada tek-

lamlar da vardır kuşkusuz. Katil Kim yarışmasına katılım süresinin bittiği, ilgisiz bir görüntü sırasında altyazıyla verilir. Bir süre sonra "gecenin düğümü" açıklanır; cinayeti kimin niçin ve nasıl işlediğini öğreniriz. Program sunucusu "keşke cinayetler hiç işlenmese, biz de böyle programlar yapmak zorunda kalmasak gibi bir şeyler söyler ve devam eder; şimdi de noter huzurunda talihli seyircimizi belirleyelim..."

Program hazırlayıcılarının denetiminde, belirli bir amaç için malzeme seçilmiş, belli kotlarla işlenmiş, izleyicilere sunulmuş ve öngörülen süre içinde, belirlenen biçimde katılım sağlanmış, tören tamamlanmıştır.

*Izleyicinin Elde Ettiği Kazanç*

İzleyici telefon rekabetini yenip para ödülünü kazanmasa da gerçekten talihlidir. En azından izlediği *cinayetin kurbanı kendisi olmadığı için*. Çünkü bir üyesi olduğu toplumda büyük bir çoğunluk -cinayet olayı gerçekleşinceye dek olayın gerçek kurban ve katilinin de olduğu gibi televizyon izleyicisidir. Bu ortak özelliğin yanı sıra, dramatize edildiği biçimiyle olayın kahramanları aslında sıradan insanlardır.

Programın vaat edildiği biçimiyle; eğitici, geliştirici bir özelliği de vardır; dikkat ve sentez gücü. Demek ki bu yarışma, *beceri* gerektirmektedir. Yalnızca bir şans oyunu olarak sunulmayışı katılımcıların heyecanını arttırmaktadır.

Yine sunulduğu biçimiyle program, bir olayın haberini vermektedir. İzleyicinin *haber alma* gibi bir çıkarı da söz konusudur.

Noter aracılığıyla nesnellik kazanan çekilişte *para ödülü* kazanmak, kuşkusuz izleyiciyi gerçekten mutlu edecektir.

Aktif olarak programa katılmayan izleyici yine de entrikalar-

la donanmış görüntüler zincirini heyecan ve ilgiyle izlemenin *rahatlığını* yaşayacaktır.

İzleyici aynı zamanda gerçek bir olaya tanık olarak ***katılma*** yanılsamasını da yaşamaktadır. Programa yarışmacı olarak fiilen katılım bile bir yanılsamadır. Yarışmacı olmanın beceri gerektirmesi, telefonla stüdyoya ulaşmanın heyecanı, noter çekilişinde isim yazılı kağıdın seçilmesi tümüyle şansa dayalıdır. Böylesi zararsız bir "olaya karışmama" mantığını desteklemektedir. Gerçek yaşamdaki toplumsal olaylara "müdahale etme" yeteneğini ve etkinliğini gerektiren demokratik katılım beklentisi, yalnızca bir yanılsama olarak yaşanmaktadır. Büyük kentlerde yaşayan sıradan vatandaşın çevresinde gördüğü, tanık olduğu toplumsal olaylara fiilen müdahale etmesi (olumsuzluğu durdurmak, olumluyu paylaşmak anlamında) gerçekten çoğu zaman rasyonel olmamaktadır.

Demokratik katılımın bir boyutu da, toplumsal olay ve olguların gerçek durumlarını değerlendirmek, mantıksal sorgulama yapabilmektir. Örnek olarak incelediğimiz programlarda zaten artık reel olarak müdahale edilecek pek bir şey kalmamıştır. "olur böyle vakalar..." mantığı doğrulanmakta, katılım yalnızca planlanan ve izin verilen biçimde gerçekleşebilmektedir.

Haber programlarındaki anlık, eğlencelik kurgunun söylem biçimini tanımlarken Postman'ın kullandığı gibi, iletişim, bir iletişim karşıtlığına (anticommunication) dönüşmektedir. Bu iletişim, karşıt söylem biçimine uygun yapısı nedeniyle televizyonda belki de yalnız eğlence paketlerinin sunulması "ciddi" bir uygarlık sorunudur.

Görüldüğü gibi, yaşadığımız çağın "iletişim çağı", televizyonun da mucize araç olarak yüceltilmesindeki yanılsama üzerine yeniden düşünmek zorundayız.

Evrensel uygarlık ölçütlerinin tartışıldığı zamanlarda, daha

önce bir arada düşünülmesi bile ürkütücü olan kavramların gündelik alışkanlıklar haline gelmesi; dünyadaki siyasal-ekonomik dengenin hızlı değişiklikler geçirmekte oluşu, yaşanan ne varsa, olduğu gibi kabul edilmesini kolaylaştırmaktadır. Zor olan, söylencesel gerçekliği sorgulama yolunu seçmektir.

Şiddet tutkusunun insanın doğasına değil, toplumsal çevresine, günlük yaşam koşullarına bağlı olduğunu düşünüyoruz. Bu ciddi yaşamsal sorunların bile seyirlik eğlenceler haline dönüştürülmesinde, anlaşılabilir bir rahatlama gereksiniminin var olduğunu yadsımıyoruz. Ancak bu rahatlamaların ileriye dönük bir yaşam enerjisi depolama işlevini yerine getirdiği tartışmalıdır.

Altıncı Bölüm

# *SEYİRLİK CÜMBÜŞLER*

# *Seyirlik Cümbüşler*

## *MEDYADAKİ TOPLUMSAL HİSTERİ*

*Herkes bir şenlik bekliyor... Bolluk sunan, herkese bir şeyler verir, ve herkes memnun ayrılır müesseseden*[1].

Rio de Janerio belediye başkanı, kentin anahtarını her yıl dört gün için, Brezilya karnavalını o yıl yönetecek olan "en şişman dansçı" seçilen Çılgın Kral'a teslim eder. Parlak renkli kostümler, geçit arabaları, dev maketler, hepsi "gözle görülebilir büyüklükte" olmalı. Büyüklük, fiziksel dikkat çekiciliğin, görkemliliğin vazgeçilmez bir unsuru. Kral da hacimli olmalı. Ülkenin dört bir yanındaki yetenekli gençler ve çocuklar, köle atalarının gizemli Orfeci başkaldırı cümbüşlerinin modernliğe ayak uydurmuş biçimi (kralın komikleştirilmesi boşuna değil!), işsizliğin tampon sığınağı olan Samba okullarında yıl boyunca gördükleri eğitimin hakkını vererek kendi okullarını başarıyla temsil etmeye çalışırlar. Artık bir eğlence endüstrisi haline gelen karnavalın dans ve gösteri yarışmalarında başarılı olanlar da, geleceklerini bir ölçüde güvenceye almış olurlar. Kuşkusuz kente gelen turistler için olduğu kadar Brezilyalıların çoğu için de çılgınca eğle-

1. J. Goethe, *Faust*, Çev. Nihat Ülner, Öteki Yay., Ankara, 1992, ss. 7-9.

nen kalabalığın yakınında olmak pek keyifli olsa gerek. Zaten kentte güvenlik önlemleri de festival zamanlarında arttırılır. Dünyanın bu köşesindeki bizler de, olayın bir özetini televizyon haberlerinden izlemekle yetinebiliriz.

Eski Roma'da şanslı köleler özel gladyatör okullarında beslenip yetiştirildikten sonra *circus* yani çember veya bildiğimiz adıyla sirk biçimindeki Forum'da veya amfiteatrlarda kanlı oyunlar için gösteriye çıkarlardı[2]. Sirklerin yöneticileri, izleyicilerin güvenliğini sağlamak üzere önlemler alır, gösterinin zevkli geçmesi için gerekli düzenlemeleri yaparlardı. Gladyatörler önce birbirleriyle, sonra vahşi hayvanlarla vuruşturulur, tabi ki hayatta kalan bir sonraki yarışa kadar en iyi biçimde ödüllendirilirdi. Sezar'ın yani imparatorun katıldığı oyunlar daha şenlikli olur ve birden çok vuruşma düzenlenirdi. Gösteri aralarında arenadaki kan kokularını gidermek üzere çiçekler, güzel kokular, taze kum serpilirdi. Alan yeni gösteri için temizlenirken cüceler, kadınlar ve palyaçolar dövüşüyormuş gibi taklitler yaparak seyircileri eğlendirirlerdi. Bu sırada halka piyango biletleri de dağıtılırdı. Neler yoktu ki dolu biletlerde; evler, köleler, elbiseler, hayvanlar... Dolu bilet yakalayamayanlar için de İmparator şerefine bedava yiyecek ve içecek dağıtılırdı, "herkes memnun ayrılırdı müesseseden". Sirkte hem eğlence hem ekmek vardı.

Hıristiyanlığın resmen kabul edilmesiyle MS 404 yılında gladyatör oyunları putperestlik dönemine ait Diyonizyak halk cümbüşlerini anımsattığı gerekçesiyle kilise tarafından yasaklandı. Ortak noktaları, toplu bir eğlence olarak, histeriye varan abartılı coşkuya izin vermeleriydi ama Apolloncu düzenlemeler var olsa da Diyonizyak cümbüşlerde köle-kurbanlar yoktu. Diyoniz-

2. Henryk Sienkiewicz, *Kovadis*, Çev. Berin Kurt, Milli Eğitim Bakanlığı Yay., İstanbul, 1989, s. 572; Arthur Koestler, *Spartaküs: Kölelerin İsyanı*, Çev. Zuhal Avcı, Toplum Yay., İstanbul, 1970, s. 9.

yak cümbüşlerdeki en önemli unsur eğlenceye katılım biçimiydi; herkes kendinden geçme noktasına gelebilir ama iş şiddet gösterilerine gelince seyirciler bir kenara çekilir, oyuncular ya da kutsal ruhla iletişime geçebilenler (aktörler) acı çekme oyunu sergileyebilirlerdi. Gerçek şiddet değil, şiddetin oyunuydu bunlar. Törenleri düzenleyip uygulamaları denetlemekle halk tarafından görevlendirilmiş "inanç koruyucuları" vardı[3]. Diyonizyak törenlerde histerinin bulunması Thomson'a göre, toplumsal değişim sürecinde yaşanan çelişkilerin yarattığı zorlamaların bastırdığı coşkuların zararsızca dışa yansıtılmasını sağlıyordu[4]. Düzenlenen kurallara göre yılda bir kez yüceltilmiş coşku gösterilerine, ritüellere katılan yurttaş kendini isyan duygularından temizleyerek rahatlıyor, kolektif yaşama daha kolay uyum gösteriyordu.

Düzenlenen eğlenceler, görkemli gösteriler, ritüel, şenlik, arınma, maliyeti en aza indirgenmiş kolektif coşkular ve uyumlanmalar. Bütün bunlar hiç yabancı gelmez bize. Yukarıda verdiğim örneklerin hepsinde kamuya açık bir alanda, büyük ölçüde seyirlik, belirli bir ritüel düzeni içinde tutulan coşkulu eğlencelerin görkemliliği mitsel sınırlar içinde gerçekleştirilir çünkü. Tıpkı bugün televizyonlarımızın karşısında, stüdyoda veya telefonla belirli bir mesafeden katıldığımız yarışmalı eğlence programlarında olduğu gibi. Mitsel, çünkü yalnızca görünen önemlidir. Görünenin anlam ve biçimi arasında saptırılmış bir benzerlik vardır[5]. Gördüklerimiz özlemlerimizi de, gerçekte içinde bulunduğumuz yaşamın koşullarını da hiç çatıştırmadan içinde barındırır. Bu sayede, Kastamonu'nun bir kasabasından telefonla yarışma-

3. Lewis Henry Morgan, *Eski Toplum I*, Çev. Ünsal Oskay, Payel Yay., İstanbul, 1986, s. 200.
4. George Thomson, *Aiskhylos ve Atina*, Çev. Mehmet H. Doğan, Payel Yay., İstanbul, 1990, s. 436, vd.
5. Roland Barthes, *Mythologies*, İngilizceye Çeviren Annette Levers, Suffolk, Paladin, 1976, ss. 109-110.

ya katılan, günlerini evde görücüye hazırlanmakla geçiren, kendini "ev kızı" olarak tanıtan X, programın sunucusuyla şakacıktan flört edebilir, üstelik babasından izin alarak. Ve yine bu sayede "65 yaşıma geldim oğlum bak, şimdiye kadar kimseye yalvarmadım, sana yalvarıyorum, araba olan kutuyu aç" veya "ben özürlü bir devlet memuruyum, bu arabayı herkesten çok ben hakkediyorum" diye yalvarmak hiç de onur kırıcı sayılmaz. Sunucunun ve ortamın parodi özelliği, "azcık yalvarmaktan bir şey çıkmaz" dedirtir izleyicilere. Ertesi gün ne ev kızı X camdan yolunu gözlediği tüpçüyle flört edebilecektir, ne 65'lik hanım dul maaşının birazcık arttırılması için bankaya yalvarabilecektir, ne de özürlü devlet memuru su faturasını ödemek için kuyruğa girmekten kurtulabilecektir. Mitsel, çünkü uzlaştırmacı bir oyun serbestisi sunar; fantazyalarımızla gerçekliklerimizin çocukça el ele verdiği bir oyun oynarız. Mitsel, çünkü oyun bitince aslında değişen hiç bir şey olmaz. Oskay'ın da belirttiği gibi "reel yaşamın içinde kalarak oyunda belli bir serbestinin yaşanması" negatif bir özgürlüktür[6].

Sergilenen gösterinin unsurları, gündelik yaşamımızda, halihazırda kullandığımız unsurlardır; "doğru zamanda, doğru yerde olmanın" getirdiği başarı, şans oyunlarıyla haklılaştırılır. Başarılı olmanın gözle görülür nesnelerle (araba, güzel sevgili-sarışın olursa daha iyi, para, mutfak robotu, elbise dolabı, salondaki kirli havayı temizleme cihazı, altın sandığı, vb.) kanıtlandığı ödüllü yarışmalarda kazanan hak ettiği için kazanmaktadır, kaybeden de şansı olmadığı için kaybeder. Zaten Wheels of Fortune adlı oyunun başarılı Türkçeleştirmesiyle Çark-ı Felek adı boşuna konmamıştır. Herkes hediye kazanamaz ama seyirciler için de hoşça vakit geçirtecek komedi ve müzik unsurları bulunmaktadır. Ana ha-

6. Ünsal Oskay, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, AÜ. SBF Yay., Ankara, 1982, ss.147-167.

ber bültenlerindeki bütün o başka yerlere ve başka insanlara ait kan-vahşet çığırtkanlığından sonra arena süslenir, içimize su serpilir. Facia korkuları gibi kendini gerçekleştiremeyen, özne olamayan birey olarak yaşayıp gitme kaygıları da abartılmış heyecanlarla ama yalnızca seyirci olarak kaldığımız, belki yerimizde büzülerek, iç çekerek izlediğimiz gerçek veya kurgusal yaşam görüntüleriyle birlikte bir coşku seline kapılır, aşırı uyarılmanın getirdiği dona kalmışlıkla yaşamaya devam ederiz. Herkes memnun ayrılır müesseseden.

## *MEDYADA ÜTOPYACI TÜKETİM*

Mitsel anlatımın yaşanan gerçeklerden yola çıktığını ve gerçeklikteki zıtlıkları, çatışmaları yanılsamalı bir kolektif uzlaşma çerçevesi içinde çözmeye çalıştığını söyledik. Hollywood müzikallerinden günümüz televizyon eğlence programlarına kadar, popüler mitsel söylemde, toplumsal gerilimlere, yetersizliklere ve yoksunluklara bir takım ütopyacı çözümler önerilir[7]. Bu çözümlere televizyonda bol bol armağan ve neşe dağıtan yarışmalı eğlence programlarını düşünerek bir kez daha bakalım:

*Kıtlık* (toplumdaki gerçek yoksulluk; çevre toplumlarda gözlenen yoksulluk), zenginliğin dağılımında eşitsizlik *yerine Bolluk* (yoksulluğun herkes için yok edilmesi, göz ardı edilmesi; zenginliğin eşit dağılımı). Hediyelerin stüdyoda gerçek boyutlarda topluca sergilenmesinin yanı sıra, verilecek hediyelerin de yakından çekilmiş videolarıyla ayrıca tanıtılması, herkese büyük-küçük bir çok hediye verildiği halde, stüdyodaki bolluğun devamlı olması.

7. Richard Dyer, "Entertainment And Utopia", *The Cultural Studies Reader*, Ed. Simon During, Routledge, Londra, 1993, ss. 277-278.

*Bitkinlik* (insanı tüketen çalışma yaşamı, yabancılaşmış emek, kent yaşamının getirdiği baskılar) *yerine Enerji* (iş ve oyunun bir arada olması, içinde dostça yaşanan kent ya da kırsal yaşama dönüş). Yerinde duramayan, sempatik, hatta komik ama oyunu düzenleyen kuralları bilip yarışmacılara öğreten, her an duruma hakim, sözü dinlenir bir otorite olan sunucuyla ve onun yardımcılarıyla özdeşleşme / yakınlaşma olanağı sağlanır. Stüdyoda bulunan seyircilerin de zaman zaman "Hey! Hey!" vb. nidalarla coşturulup alkışlamaları ve gülmeleri görüntüye gelir.

*Sıkıntı/kasvet* (monotonluk, her şeyin önceden tahmin edilebilmesi, gündelik yaşantının amaçsızlığı) *yerine, Yoğunluk* (heyecan, drama, yaşama sevinci). Dönen çark, açılan-açılmayan kutular, sorular, telefon bağlantıları, küçük skeçler, müzik, güzel stüdyo mankenleriyle yaşanan zararsız flörtler, cinsellik ve sürprizlerle donatılmış bir ortam (bunları kim istemez?).

*Manipulasyon/yönlendirme* (reklamcılık, burjuva demokrasisi, cinsiyet rolleri) *yerine Şeffaflık* (açık, anında karşılıklı, samimi iletişim ve ilişkiler). Yarışmacıların bazen meslek gruplarından seçilmesi ama bu rollerini bir süre için parodileştirme rahatlığı sunulması, ya da ünlü kişilerin (şarkıcı, oyuncu, vb.) aslında sesli-sessiz harfleri karıştıracak kadar okur-yazarlıktan yoksun olduklarının sergilenmesi (ünlülerin bizim koşullarımızda yaşamadıklarını düşünmeden, örneğin zaten bir kaç tane arabaları, Rolex saatleri, pahalı evleri ve giysileri olsa da bizim gibi hata yapabildiklerini görerek yakınlık hissetmemizi, empati duygusunu sağlıyor), telefon konuşmalarındaki şakalaşmalar, kazananın istediği hediyeyi seçme şansı vb.

*Fragmanlaşma/parçalanma* (meslek hareketliliği, yer değiştirmeler, yüksek kiralar, kolektif eylemin yasalarla sınırlandırılması) *yerine Topluluk* (herkesin aynı yerde toplandığı, ortak ilgi ve çıkarlar, ortak eylemler). İş yaşamımızda, sokakta, aile içinde,

özel ilişkilerimizde kendimizi bir birey olarak gerçekleştirememenin sancısını bir kenara bırakıp, aslında herkesin bizim gibi sıkıntılar içinde olduğunu, öyleyse hep birlikte gülebileceğimizi, bu yaşamı çekilir hale getirebileceğimizi gösterir medyadaki popüler programlar. Özellikle bol hediyeli yarışma programlarında nesneler, adeta Kızılderililer'in bir sonraki yıla kalmasın da topluluk içinde husumete yol açmasın diyerek tüm fazla ürünlerini ortaya koyup tüketinceye kadar yiyip içtikleri "potlaç" geleneğinde olduğu gibi paylaşılır. Burada nesneleri yani zenginliğini paylaşanlar, medyanın ve orada reklamı yapılan markaların temsil ettiği toplumun üst gelir düzeyindeki insanlardır. Yalvarmak, rahat cinselliği sergilemek, bilgili-bilgisiz olmak, şanslı-şanssız olmak da topluluk tarafından paylaşıldığı, onaylandığı için ayıplanmak, tek başına bırakılmak kaygısına yol açmaz.

Tüketimin ütopyacı, yanılsamacı yanı ve içinde hayali olarak eritilen gerçeklik tanımlamalarına karşı kanıt olarak "dayanıklı tüketim mallarına" sahip olmanın getirdiği kıskandırıcı zevk ve genellikle ev-içi gündelik yaşamımızı kolaylaştıracak işlevselciliği konulacaktır. Araba, buzdolabı, çamaşır-bulaşık makineleri, mutfak robotları vb. araçları edinmek, örneğin refah düzeyi gelişmiş ülkelerdeki orta sınıf insanı için olduğu kadar kolaylıkla mümkün olsaydı durum biraz daha farklı olurdu sanıyorum. Hemen burada, başvurduğumuz örnek ülkelerde bu araçların "ikinci el" ucuz mal piyasasında elde edilebilir olduğunu hatırlatmakta fayda var. Türkiye gibi tüketimin gösterişçi / kıskandırıcı boyutunun ağır bastığı piyasalarda "ikinci el" piyasalarının hâlâ yerleşememiş olmasının iktisadi analizine ihtiyacımız var, ancak ben burada yalnızca konunun önemine işaret etmekle yetineceğim. Tüketim tercihlerinin bir ülkedeki ekonomik üretim ve siyasal yapı arasındaki ilişkiyle bağlantılı olduğu gerçeğinden hareketle; özellikle 1980'lerden sonra taşınabilir ve taşınamaz mal-

larda giderek artan taksitli ve kredili satış olanaklarının, müşteriyi tek taraflı olarak bağlayan bankacılık ve şirket hizmetlerinin yetersizliği, vb. tüketici kitlenin büyütülmesine yönelik piyasa çabalarına gölge düşürmektedir. Taksitli satışlardaki bürokrasi, taşra pazarındaki alışageldiğimiz karşılıklı rızaya dayalı ufak-tefek aldatmacalı pazarlıklara izin vermemekte, aylıklı veya haftalıklı çalışarak geçimini kazanan müşteri, çoğu kez ödeyemeyeceği borçların altına girmekte, bu sıkıntılara da kendisine öğretildiği gibi, modern dünyada yani endüstriyelleşmiş toplum içinde tüketebildiği kadar "birey" olabilmek için katlanmaktadır.

Nesneler yoluyla ilişki kurulan bu gerçeklik artık kişinin kendisini yalnızca müşteri veya memur değil, vatandaş olarak, birey olarak içinde yer aldığı toplumsal gerçekliği ikâme eden bir gerçeklik haline gelmektedir. Tüketicinin bilinçlenmesiyle ilgili söylemlerde ise tüketici, gereksinimlerini gidermek ve zevk elde etmek konusunda en makul ve mantıklı kararı verebilecek rasyonel bir varlık olarak ele alınır. Tüketimin duygusal ve bedensel kimliğin korunmasıyla olan bağlantısından pek söz edilmez. Dış dünyayla nesneler dolayımıyla bağ kurabilmek mümkünse de (mağazada senetlere ismini yazıp imzalamak, arkadaşlarından veya televizyondaki reklamlardan gördüğü cep telefonu, kredi kartı vb. gösterişli ürünleri kullanma "ayrıcalığını" elde etmek, vb.), dışsal gerçekliğin hayal kırıklıklarıyla, engelleriyle başa çıkmada bu kalkanlar sanıldığı kadar yardımcı olamamaktadır. Ancak birey bu hüsranlarında yalnız değildir, başkalarının da kendisi gibi bu beyhude adreslere gide-gele nesneleri aşındırdığının da farkındadır. Kolektiflik, yanılsamalı çözümler için de olsa rahatlatıcıdır.

Tüketimin zevk verici boyutunu abartarak öne çıkartanlar için tüketim gerçekten özgürlüğü vaat eden, yaratıcı ve dönüştürücü bir eylem olarak görülmektedir. Çoğulcu yaşam biçimlerine izin

verecek, daha demokratik bir tüketici kültürünün oluşması için ihtiyaç ve tercih çeşitliliği sunacak piyasalar yaratılması için çalışmalar yapılmakta. Akademik ortamlarda da piyasa/tüketici/insancıllık arasında dostluk kurulduğu gözlenebilir. Örneğin, medya araştırmaları, izleyicinin aldıkları mesajlardan, yani TV'de izledikleri görüntülerden ya da gazete ve dergilerde okuduklarından ne derece memnun olduklarını, bunları doyurucu bulup bulmadıklarını yine izleyicilere sormaktan ibaret kaldığı zaman, ortaya medya/piyasa-halk/tüketici-bilimsellik/rasyonellik üçgeninin mutlu bir tablosu çıkar. Medya halka istediğini vermekle, izleyici bir parça kafa boşaltmaya hakkı olduğunu söylemekle, araştırmacılar da araştırmalarının tamamen objektif ölçütlerle (hatta el değmeden bilgiişlem ortamında yapıldığını, mesela rayting ölçümlerinde olduğu gibi denetim mekanizmalarının sahtekârlığı önlediğini vb.) oluşturulduğunu sayılarla ortaya koymakla kendilerini savunurlar.

Medyaya karşı geliştirilen ahlâkçı eleştirilerin yerini bugün artık genellikle daha mikro düzeyde yapılan ve tutkudan yoksun araştırmalar almıştır. Tüketimciliği "Baştan Çıkarıcı Öteki" olarak gören yaşlı kültür eleştirmenleri kuşağından, "tüketici kültürünün ilginç bir yenilik, rahatlatıcı ve eğlenceli özellikleriyle, gevşetici değil enerji verici olabileceğini" onaylayan daha genç bir araştırmacı kuşağına doğru gidildiği söylenebilir[8]. Popüler kültürü sapkın bir alana dönüştüğü için kutlayan yeni kuşak araştırmacılar, tüketim deneyiminin, kişinin kendini ifade etmesi, kimlik ve zevk sorunlarıyla bağlantısını açıklamaya çalışırlar. Ancak zevk alma, acı çekme gibi duyguların algılanma ve yaşanma biçimlerinin tarihsel ve toplumsal boyutlara göre aldığı farklılıklara, insan doğasının karmaşıklığına pek fazla değinilmeden,

8. Kevin Robins, *İmaj: Görmenin Kültür Ve Politikası*, Çev. Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, 1999, İstanbul, ss.107-126.

insanın zevk alma güdüsüyle hareket ettiğini söylemek de pek yeni bir görüş olmasa gerek.

## *KORKUYA KARŞI PARODİLEŞTİRİLMİŞ HİSTERİ*

Tüketim, gerçek dünyayla başa çıkmak için geliştirdiğimiz, kurumsallaşmış bir toplumsal savunma stratejisi olarak görülebilir; tüketim yoluyla, dünyayla olan ilişkilerimizden kaynaklanan kaygı ve korkulardan sakınabilir, bu tehditleri tecrit edebiliriz. Robins'in aktardığı gibi Freud, insani davranışta hoş olmayanın engellenmesinin, hoş olanı, zevk vereni elde etmekten daha önemli bir itici güç olabileceğini ileri sürer. Freud'a göre kaçışçı stratejiler acı veren gerçeklikleri elemek, süzgeçten geçirmek biçimini alabileceği gibi, alternatif olarak gerçekliğin biçim değiştirmesine (dönüştürülmesine) veya yerini almaya yönelik olarak da işleyebilir. Birinci durumda (yani süzgeçten geçirme durumunda) gelebilecek etkiyi azaltmak söz konusudur. Kısaca, Freud'un dediği gibi, "acı çeken şey, duygudan başka bir şey değildir, hissettiğimiz sürece acı çekeriz". Böyle olunca, gerçekliğin ıstırabını sınırlayarak denetim altına almanın; acı çekmekten uzak durmanın yollarını bulmamız gerekmektedir. Aranan çare, duyguların bir çeşit uyuşturulma biçimidir.

Modern gündelik yaşamda bastırılmış enerjilerin, duygulanımların, modern öncesi karnavallarda olduğu gibi parodileştirilerek dışa vurumu, bir hayatta kalma biçimine karşılık vermektedir. Freud'un histeri vakalarını çözümlerken 19. yüzyıl Avrupası'nın aristokrat hanımefendilerinin düşlerinde sömürge ülkelerindeki maskelerin, ritüellerin izini sürmesi de, "korkusuzca kahkaha atmanın", sinir boşalmasının, duygulara gem vurmadan yaşamanın ancak vahşi kültürlere özgü olduğunu benimsetmeye

çalışan burjuva kültürünü doğru çözümlediğinin bir göstergesidir. Sosyolojik analizlerde "dekadans" veya kültürel çökme, sapma denilen aşırılıklara baktığımızda da, bir geriye gitme biçiminde tezahür eden çılgınlıkların, moderniteye uyum sağlamakta zorlanmalar yaşayan birey ve topluluklar için bir hayatta kalma mücadelesi olduğunu görürüz. Realite reddedilmekte ancak yerine konacak bir başka gerçeklik bulmakta zorluk çekildiği için, en yakınımızdaki fiziksel sınırlamaya, bedene odaklanıp, bedensel zevklerin dışa yansıtılmasının yollarını aramaktayız.

Medyadaki histeri, işte en insani güdülerimizin (korkusuzca gülmek, cinselliği özgürce yaşamak, vb.) bastırılmasının haklı gerekçelerini bulmaya, yani içimizde gerçekten de bastırılması gereken bir şeytan olduğuna bizi inandırmaya yardımcı olmaktadır. Dekadans sembolü olarak görülen medyatik figürler kendilerinin de safça, önseziyle dile getirdikleri gibi "halkın gönlünde taht kuran" şişman Krallar, Kraliçelerdir. Bastırılmış özne olma enerjilerimizin parodileştirilmiş dışavurumlarıdır. Ancak özgürleşme fantazyalarının gerçekleşmesini sağlamaları imkânsızdır. Çünkü burjuva histerisi üzerine çalışanların da söyledikleri gibi günümüz karnaval biçimi seyirlik olmaktan öteye geçememektedir. Uzaktan ve ancak duygusallıkla röntgenlenen karnavallar oldukları için her gün yeniden üretilen ve tüketilen, zamandan ve coğrafyadan kopartılmış yanılsamalar olarak yaşanmaktadır[9].

Bastırılmış zevkler, dışa çıkmasından korkulan iblislere dönüşmüş ve ancak "Ötekilere" yansıtıldığı taktirde tanıyabildiğimiz, bizden uzaklaştırabildiğimiz oranda kontrol edebileceğimizi sandığımız tehlikeler haline gelmiştir. Bu yüzden, korku kolayca nefrete, kine dönüşmekte, ister cinselliğin dışavurumu, is-

9. Peter Stallybrass ve Allon White, "Bourgeois Hysteria And The Carnivalesque", *The Cultural Studies Reader*, Ed. Simon During, Routledge, Londra, 1993, ss. 284-292.

ter radikal politikalar halinde olsun, kahkaha ve linç duygusu bir arada bulunmaktadır. Parodileştirilmiş histerinin medyada izlenmesi kolayca husumeti çağırmakta, kolektif öfke duygusunu körüklemektedir. Yine bu yüzden, armağanlar vererek eğlendirmek ve bunu her gün yinelemek, insanları keyiflendirmekle birlikte, hiç de masum olmayan dış gerçekliğin anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Bu durumda halk neyi görmek istiyor vb. sorular sormak, magazinleşmenin ve skandalların tarihin her döneminde dikkat çekici olduğunu haklılaştırma kanıtı olarak sunmak, medya patronlarını ve medyatik figürleri iblisler olarak görmek, kolektif histeriyi arttırmaktan başka her hangi bir yarar getiremeyecektir. Korkunun Ötekine yansıtılarak kolayca adlandırılmasının önüne geçmek, herhalde insani güdülerimiz ve akıl arasında tercih yapmaya çalışmakla değil, kendimizi ve insanlığımızı, bize benzeyen ve benzemeyen diğer insanları, toplumu ve diğer toplumları anlamaya çalışmakla mümkün olacaktır.

## *TELEVİZYONDA ŞENLİK VE VATANDAŞLIK*[10]

Televizyonda "dünyanın en popüler formatı" gibi sıfatlarla ve global kültür iddialarıyla orta sınıfın vazgeçilmez eğlencesi haline gelen şenlik görüntülerine baktığımızda "bır parça şöhret tozu" sahibi olmanın, sanki vatandaşlıkla eşdeğer hale geldiğini görmekteyiz. Yaşanan günün gerçeği, piyasaya uygun davranma rasyonalitesine dayanmakta. Ulusal düzenlemelerden ulus aşırı televizyon pazarlarına, dijital yayınlardan diyasporik kimliklere, global politik haberler ve eğlence programlarına, toplumsal hare-

10. Nurçay Türkoğlu, "Bereketli Kimlikler ve Televizyonda Kültür Vatandaşlığı", adı altında, *Kültürel Üretim Alanları: Renkli Atlas*, Babil Yay., 2004 İstanbul'da yayınlanan makalenin kısaltılarak değiştirilmiş halidir.

ketlerin ve azınlık gruplarının ekranlarda yer almasına, şenlikli bir rasyonalite hakim. Bir çeşit güne uydurulmuş karnaval kültüründen söz ediyoruz.

Türkiye'deki popüler televizyon programlarına baktığımızda şu saptamayı yapabiliriz: İstanbul'un TV stüdyoları köylüleştirilirken, Anadolu'yu konu alan televizyon dizilerinin evleri de kentlileştirilir. Adeta bütün mekânlar ancak melezleştirilerek medyada yer alabilir. Yalnızca alanın maddi düzenlenişinde değil, buralardaki yaşam alışkanlıklarında da melezlik çeşitliliği, bir çeşit kültür bereketi vardır. Yaşanılan ortam, gelinen yere benzetilir olabildiğince, ilişkilerde de insanın dolaştığı ortamların izi vardır. Bu üst üste binen izlerin yanı sıra, hatta bunları sarmalayan bir medya tavrı da açıkça kendisini gösterir.

Popüler medya tavrında: demokratik kültürün yurttaşlık hakları ve sorumlulukları yerine ezilen vatandaşlık söylemi; iç ve dış göçle ilgili toplumsal sorunlar yerine yersiz-yurtsuzluğun kurbanın kendi yazgısı olduğu; sosyal dayanışma yerine gündelik yaşam rasyonalitesi; kimliklerin melezliği ve çokkültürlülük yerine Anadolu'nun kültürel zenginliği, bereketi vurgulanmaktadır. Popüler kültür ürünlerindeki gelip-geçicilik özelliğini, bir ürünün yerinin kolayca doldurulabilir olma özelliğini göz ardı etmemek gerekir. Televizyonda kurulan çeşitli birliktelik biçimleri, insanın kendi seçimi olmasa da kaçamadığı birlikteliklerle başa çıkmaya çalıştığı bir kültürel alan oluşturur.

## *KÜLTÜREL YURTTAŞLIK/VATANDAŞLIK*

Kültürel gelenekler ve yurttaşlık arasındaki ilişkinin sorunlu tarihçesi, modernlik ve evrensellik terimleriyle birlikte ele alınır. Göçlerle birlikte kültürel farklılaşmanın çoğalması karşısında ise

ya evrenselcilik yegâne konsensus biçimi olarak önerilmekte, ya da evrenselciliğin artık yaşamadığı iddialarıyla kısmi/tikel kimlikler kutsanmaktadır. Bu ayrımcılığı doğru bulmayan Ernesto Laclau ise "atadan miras bir kültürel otantiklik zaferinin" yaşanan onca tarihsel değişim anından sonra olanaklı olmadığına dikkat çekerek, melezleşmenin mutlaka kimlik yitimi olarak düşünülmemesi gerektiğini, melezliklerin, kimliklere yeni olanaklar kazandırabileceğinin görülmesi, fark edilmesi gerektiğini söyler[11].

Belli bir ulus sınırı içinde yaşayan insanların ulusa bağlılık duygusunun, vatandaşlık haklarıyla ilgili sorunlardan ayrılması gereği; kültürel haksızlıklar, kültürel tanınma, farklı ulusların vatandaşlarının, kendilerini komşularıyla ilişkili olarak nasıl gördüklerinin dikkate alınması gereği, kültürle ilgili küreselleşme tartışmalarında ele alınan başlıca konular. Küreselleşme ve kültürel kimlik bağlantısında, dahil olma, entegrasyon olarak tanımlanan kültürel kabul süreçleri; kendi kimliğini gerçekleştirme, kendini ifade etme sorunu yaşayanlara göre sindirilme olarak tanımlanır. Bir yandan da kültürel çoğulculukla ilgili olarak küreselleşmenin getirdiği temel çatışmaların, merkez-çevre ilişkilerine dair terimlerle ele alınmasının yetersizliğini vurgulayan Arjun Appadurai, küresel düzeyde farklı kültürel uzamların (etno-uzamlar, finans-uzamlar, tekno-uzamlar, medya-uzamlar ve ideo-uzamlar), ulusal kimlik politikalarının çıkmaza girdiğinin göstergesi olduğuna inanır[12]. Appadurai ve onun gibi post-kolonyel düşünürlerin, küresel-kültürel melezliği özgürleştirici bir durum olarak kutsamalarına karşın, küresellik gurur duyulacak bir evrensellik olarak değil de, acı bir kabullenme biçimi olarak yaşanır.

---

11. Ernesto Laclau, *Evrensellik, Kimlik ve Özgürleşme*, Çev. Ertuğrul Başer, Bırikim Yay., İstanbul, 2000, ss.18-19, 46.
12. Don Mitchell, *Cultural Geography*, Blackwell, Oxford, 2001, ss. 276-277; Anthony King (Der.), *Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi*, Çev. Gülcan Seçkin, Ümit Hüsrev Yolsal, Ankara, 1998.

Ulaşılabilen unsurlar pratik yaşamda bir biçimde uygulamaya konulur. Bölgesel uygulamaların yol açtığı çeşitli geçişler, birleşimler, maddi kültür unsurları daha kolay yayılırken, maddi olmayan kültür unsurlarının gecikmeli olarak yayıldığına dair kültürel-gecikme teorilerinin, özellikle 1950'lerdeki "modernleşmede kitle iletişim araçlarından yararlanma" tartışmalarında çok sık kullanıldığını hatırlatmakta yarar var.

Kendi coğrafyamıza ait olan terimlerin, tarihsel geçişlerin farkında olarak yeniden ele alınması, zihniyet yapılarımızın medyadaki serüvenine bakmamıza katkıda bulunacaktır. Türk televizyonlarındaki sürekli akışlarıyla popüler olma iddiasındaki programlar, dışarıdan bakan bir insanın Türk kültürüyle ilgili özgün ipuçlarını bulmakta zorlanacağı coşkulu ve eğlence çığırtkanlığıyla dolu dışavurumların yer aldığı bir görünüm sunar. Ekonomik ve toplumsal gerçekliğimiz hangi çalkantılarla dolu olursa olsun, yurttaşlık bilincine dair sorgulayıcı kültür programlarının sayısı yok denecek kadar azdır. Eğlence programlarının yanı sıra, izleyici katılımlı yerli stüdyo tartışma programlarında ve yerli dizi filmlerde de, ortak kültür vurgulanacaksa öne çıkan sıfatlar "hemşehrilik" ve "Anadolu insanı" gibi tanımlamalardır.

Melezliğin yeni bir şey olmadığı bir kültür coğrafyasında yaşamamıza karşın, melezlik tartışmalarının henüz sadece akademik zeminde yapılıyor olması, kendi yurttaşlık algılayışımız açısından sorunlu bir bölgeye işaret etmekte. Öteden beri, Anadolu'nun kültürel zenginliğinden, dinlerin kardeşliğinden söz eder, sürekli bir radikal değişim sürecinin merkezinde olduğumuza, kültürel yozlaşmanın peşimizi bir türlü bırakmadığına dair bir inanç taşırız. Köylerden şehirlere, tebaa'dan yurttaşa, esnaflıktan holding patronluğuna, çadır tiyatrosundan gösteri merkezlerine, medreseden üniversitelere, gecekondudan villalara, eyvandan jakuzili evlere geçişlerimiz bir çok yaşam hikayesi biriktirmemize

neden olmuştur. Arıtılmış, rafine yaşamları bu coğrafyada aramanın beyhudeliğini bazen hayal kırıklığıyla, bazen de kutlamayla hissederiz.

Yaşamdaki göreceli yoksunluklarını gidermek amacıyla, daha iyi yaşam vaat eden coğrafyalara göç edenler, gittikleri yerlerde, belki de geriye dönüp bakmak istemedikleri coğrafyalarının merkezi politikalar tarafından kolonileştirildiğini fark edeceklerdir. Doğal yaşamın potansiyel zenginlikleri, bu saklı hazineleri gören, ortaya çıkartan, cilalayıp işlevsel hale getirerek yeniden merkezi politikalar ve sermaye akışları içinde değerlendirebilen girişimciler tarafından ilgi konusudur. Buradaki girişimcilik, kendisini sınırlayan koşullar ile güvenli kökler arasında bir medcezir yaşayan denizin üzerindeki korsanlarınkine benzer adeta[13]. Yani hep gidilecek yerler, alınacak hazineler vardır ve bir şeyler kazanabilmek için hep hareket halinde olmak gereklidir; kısaca, "harekette bereket vardır". Kentin inceliğine, gelecek ve bilime verilen önemin karşısında (ve yanı başında) kırsal köylülük, geçmişe ve büyüye verilen önem yer alır. Köyden gelenlerin ilk önceleri daha çok kentin varoşlarına yani fiziksel olarak kır / kent sınır çizgisine yerleşmeleri de bu çelişkili birlikteliğin zeminidir. Ancak, Türkiye'de köylerden kentlere ve kentlerden kentlere göç olgusuyla ilgili olarak yapılan araştırmalar, ekonomik ve toplumsal eşitsizliklerin sürmesiyle, bireylerin geride bıraktıkları köyleri özlemle anmak yerine, kentte "yaşam mücadelesi" vermeye, kentin karmaşasıyla başa çıkmaya çalıştıklarını göstermektedir[14]. Simmel'in, üzerinden bir asır geçmesine karşın parlaklığını yitir-

13. Girişimciliğin korsanlık metaforuyla ele alınması konusunda görüşlerinden ilham aldığım sosyolog Osman Akbay'a teşekkür borçluyum.
14. Ferhunde Özbay, "İstanbul'da Göç ve İl İçi Nüfus Hareketleri, *75 Yılda Köylerden Şehirlere*, Der. Oya Baydar, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul, 1999, ss. 277-294.

meyen "metropolitan zihniyet" çalışmasında söz ettiği dünya kenti insanı, kendisini tehdit eden dışsal çevresindeki dalgalanmaya karşı kendisini korumak için duygusal tepkilerinin yerine akılcı tepkiler koymuştur[15]. Büyüme, göç ve teknoloji, bugün dünyanın hemen bütün metropollerini birer kozmopolit kente, çoğul kültürlerin yaşandığı mekânlara dönüştürmüştür. Kozmopolit kentte yaşamanın cazibesi, farklı kültürel kökenlere sahip bireylerin, birlikte solumak zorunda oldukları havayı nasıl ve hangi yollarla paylaşacakları konusunda belirsizlikleri de beraberinde getirir.

Kent ve popüler kültür ilişkisi de işte, yaşanabileceklerin çokluğu karşısında (seçeneklere ulaşabilme ve seçim yapabilme kılavuzu gibi) bir temsil alanı olma iddiasındaki medyada kurulmaktadır. Kuşkusuz ortada bir temsil varsa, dışarıda bırakılanlar da vardır. Dışarıda bırakılanların varlığı, temsilin tamamen yanlış olduğunu göstermese de, bütünlüklü olmadığı, tamamlanmamış olduğu anlamına gelir. Tamamlanmamış olan tarih, simgesel gelenekte yer aldığı ölçüde gerçektir. Slavoj Zizek, bir toplumun tam üyesi olmanın, gözler önündeki "simgesel gelenek" ile özdeşleşmenin yanı sıra, bu geleneği sağlayan hayalet-vâri boyutu da üstlenmeyi içerdiğine dikkat çeker[16]. Bu hayalet-vâri boyut, travmatik fantazilerin gizli tarihini taşıyarak, yaşayanı rahatsız etmeyi sürdürür. Fiili gerçeklikte nasıl yaşanmış olursa olsun, hatta isterse hiç yaşanmamış olsun, adını koyamadığımız için ürktüğümüz mitsel varlığıyla gerçekliğini sürdürür.

15. George Simmel, "Metropol ve Zihinsel Yaşam" Çev. Celal A. Kanat, *Defter*, sayı:16 Metis Yay., İstanbul Bahar, 1990, ss. 83-94.
16. Slavoj Zizek, *Kırılgan Mutlak*, Çev. Mehmet Öznur, Encore Yay., 2003, s. 76.

## *TELEVİZYONDA KÜLTÜREL VATANDAŞLIK*

Dışarlıklı bir araç olan televizyonu yerleştirdiğimiz evlerimizde nasıl ilk zamanlarda dantel örtülerle, plastik çiçeklerle süsleyerek bu yabancıyı evcilleştirmeye çalışmış idiysek, artık bize hemen tanıdık gelen evcil mekân görüntüleriyle donanmış dizileriyle, tartışma, yarışma programlarıyla televizyon da kendini bizim evlerimizde "evinde hissetmektedir". Rafine olmayan ama yine de yaşayan hemşehrilik, memleketlilik ihtiyaçlarımızı sağlamaya yönelik popüler televizyon programlarında kimlik savaşları hafifletilerek, uysallaştırılarak yaşanmaktadır.

Televizyon dizilerindeki toplumsal gerçeklik yansımaları ve temsil tartışmalarıyla ilgili olarak kısaca tarihsel sürece ve yapısal özelliklere bir göz atarsak; 1930'lu yıllarda ABD'deki yaygın radyo skeçlerinin, deterjan reklamlarına dayanmasını ve ardından gelen televizyondaki hafif eğlencelik diziler için de "soap opera" adı verilmesini, 1960'larda İngiltere'de sabun köpüğü değil ama İngiliz kamusal yayıncılığının yansıması olan "sosyal gerçekçi" diziler izlendiğini anımsarız. Coronation Street ve daha sonra Eastenders gibi diziler, endüstriyelleşmenin getirdiği, yabancılaştırıcı toplumsal değişimin zorluklarını iyi kalplilik, komşu dayanışması gibi nostaljik mahalle ortamlarında karşılamaya çalışıyordu[17].

Popüler kültürün uzlaştırıcı alanı olarak televizyonun, yaşadığımız hayatın gerçek ve hayali (tasarlanmış anlamında) izlerini taşıması kaçınılmazdır. Televizyondaki program türleri her ne kadar birbiri içine geçmiş olsa da, "televizyon dizisi" olarak adlandırılan drama serilerinin prime time'da önemli bir yer tutma-

17. Robert Allen, "Audience-Oriented Criticism and Television", ss. 101-137, *Channels of Discourse, Reassembled*, Der. Robert Allen, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1992.

sının, toplumsal temsil ihtiyacına karşılık verdiğini söyleyebiliriz. Türk televizyonlarındaki uzun sürmüş Perihan Abla, Bizimkiler ve kısa sürmüş olsa da belleğimizde bir yeri olan Şehnaz Tango, İkinci Bahar gibi dizilerde bazı karakterler ve ilişkiler gerçekten de, o zamana kadar televizyonlarda sesini bulamamış temsiller barındırdığı için sevilmişti. Popüler televizyon dizilerinin ortamında, yitirilen ya da yitirilmekte olan zamanın, yaşanan zamanla karşılaştığı yer olan gündelik yaşam, geleceğe dair belirsizliklerle, sürekli erteleyerek canlı tuttuğu umutlarla periyodik bir akışa tabi tutulur.

Televizyon dizilerindeki popülerlik ölçütlerine baktığımızda kısaca şu özellikleri görürüz: Film seti hangi tarihsel dilimde kurgulanmış olursa olsun, gündelik yaşamda geçmesi, bölümlerin kendi başına bağımsız birimler değil, birbirini izleyen açık uçlu anlatımlara sahip modüller olmaları; çatışmaların olay rastlantılarına değil, güçlü kadın duygularına dayanması, olaylar değil, olayların yol açtığı durumların önemli olması, televizyon dizilerini, her ne kadar bu türlerin geleneksel yapılarından yararlansa da, dramalardan, melodramlardan ayırır[18]. Anlatım tarzının bu açık uçlu yapısının dişil bir yapı olduğu ileri sürülür. Ancak kuşkusuz bu anakucağı, söylemin erilliğini beslemekten uzak durmaz. Evlilikler, ayrılıklar, kaybolmalar ve ölümlerle açığa çıkan rahatsızlıklar, huzursuzluklar; çözümlerin sürekli ertelenmesi, birden fazla karakter olması, izleyiciyi anlatının içine çeker.

Başlangıçta kadın izleyiciyi hedeflemiş olarak yola çıkan dizi filmlerde akıl almaz ilişkiler zinciri kurulur, çünkü kadınların "meraklı" olduğuna dair bir anlayış yaygındır; bu "meraklı olma" halinin domestik yaşamla bir bağlantısı vardır, ev dışı dünyayla ilişkisi sadece çalışan erkek aracılığıyla olan kadın, dışın-

18. Sarah Kozloff, "Narrative Theory and Television", *Channels of Discourse, Reassembled içinde*, a.g.e., ss. 67-100.

da kaldığı bu erkek dünyasını merak eder, bilgi eksikliği iktidar eksikliğini de getirir. Ancak bugün ne kadınların çoğu bu geleneksel anlamda domestiktir, ne de ev-dışı dünyada çalışan erkek geleneksel olarak mutlak bir toplumsal güce sahiptir.

## *GLOBALLEŞTİRİLMİŞ-YEREL DİZİLER*

Televizyon dizilerinin temsili karakterlere dayanan anlatı formatı içinde, televizyon izleyen herkesin kendisine göre bir şeyler bulabileceği vaat edilir, geniş bir oyuncu kadrosu, dizilerin bu vaadini taşımaya çalışır. Yine de, asıl karakterlerin hedef kitlelerinde belli bir ayrım mutlaka yapılır; belirli yaşam biçimleri, belirli kimlikler (köylü, kentli, mahalleli, okullu, vb.) temsil edilir. Çekim yerleri daha çok İstanbul olsa da, toplumsal temsil açısından Anadolu'nun farklı coğrafyalarının farklı kültürlerinin İstanbul'da (bire bir olmasa da) yaşanmasından yararlanılır. Dizi filmlerin seti çoğunlukla ev içinde veya ev gibi bir işlev gören (mahalledeki kahve, taksi durağı, muhtarlık, vb.) bir domestik (ev içi gibi mahrem sayılabilecek, ev içinde yaşanabilecek ilişkilerin yaşandığı yer anlamında) mekânda ve gündelik yaşamda geçer. İşte bu mekânlar izleyicinin aşina olduğu gündelik yaşam mekânlarıdır. Dahası, her bir bölüm bağımsız bir birim değil, önceki ve sonraki bölümlere bağlanabilmek üzere açık uçlu anlatımlara sahiptir; çatışmaların olay rastlantılarına değil, yoğun duygulara dayanması, olayların kendilerinin değil, olayların yol açtığı durumların önemli olması, sorun çözmeye yönelik konuşmalara yapılan vurgular bir gerçeklik duygusu yaratır. Bütün bunlar izleyiciyi televizyon dizilerindeki anlatının içine çeker. Televizyon izlemek bazılarına göre, zevk veren bir deneyimdir; eğlence işlevi, gerçekçilik yanılgısı (karakterler gerçek gibidir),

duygusal gerçekçilik (duygulanma durumu), melodramatik etki (karakterlerin yaşamları tamamıyla kendi ellerinde değildir, öngörülemez, tesadüfler ve başka karakterlerin stratejileriyle etkilenirler, kader girer devreye...) seyircinin her şeyi görmesi gibi çekicilik unsurlarından söz edebiliriz.

Köy-kent ilişkilerinin canlandırıldığı "globalleştirilmiş yerel" dizilerde kültürel karmaşa bir biçimde ele alınır. İstanbul dizilerinin de kendine özgü bir kültürel ortam yarattığından söz edebiliriz. Öyle ki, coğrafyanın ötesinde bir vatandaşlık kültürünün bu dizilerde oluşması mümkün gibi görünür. Bütün popüler anlatılarda olduğu gibi, çarpıtılmış efsaneler, bu ortak kültür zemininin ana örgüsünü oluşturur.

Televizyondaki kurgulanmış görüntülerin üzerine konuşulmasının, neleri nasıl hayal ettiğimizle, tasarladığımızla yakın ilgisi vardır kuşkusuz. Popüler kültür ürünlerinin yalnızca gösterdiği ile değil, bu gösterilenlerin gölgesinde duran ancak görünmeyen arzu nesneleri ile de ilgilenmeye başladığımızda, belki sistemle değil ama sistemleştirme süreciyle karşılaşabiliriz. Kültür tasarımının, oluştuğu coğrafya ve zaman ile olan yakın bağlantısı, bugün popüler televizyon dizilerinin mekânlarının "globalleştirilmiş yerel" mekânlar olmasına yol açar.

Gündelik pratiğimizde önemli bir yeri olan televizyonun, toplumsal anlam ve değerlerin yalnızca taşıyıcısı değil, kültürel deneyimlerin yaşandığı bir yer olduğunu da söyleyebiliriz. Yine kültürün toplumsal hareketlerle, pratiklerle işlendiğini, çatışmalı ilişkilerle oluştuğunu ve popüler medyanın kurgusal anlatıları ile hayatiyet kazandığını düşünmeliyiz. İşlenmeyen, bir köşede unutulan unsurlar, kültüre tutunamaz, zamanla kültürden "düşer". Televizyon dizilerinde, Türkiye'de eğitim ve toplumsal yer değiştirmelere bağlı olarak tek bir insanın bile yaşamı boyunca pek çok kimlik değiştirdiğini; toplumsal rollerimizde, toplumsal cin-

siyet rollerimizde yaşanan değişimlerin belirsizliklere neden olduğunu; kimlik tanımlamaları için eskiden olduğu gibi sadece köylü/kentli veya meslek sahibi/ev kadını ayrımların yeterli olmadığını; bu sıfatların her birinin bir çok farklı yaşam biçiminin mevcut olduğunu; kısaca bizim asıl gerçekliğimizde bulunan kimlik karmaşalarının da temsil edildiğini görebiliriz. Bütün bunlar, kurgusal kimliklerle, efsaneleştirilerek temsil edilen bu karmaşık yaşam biçimleri, temsil edilme iddiasıyla karşılaşan izleyicinin "yaşam mücadelesinde" nereye oturmaktadır? Temsil edilebilmek için öncelikle görünür olabilmek gereklidir, görünür olmayanın konuşabilme ve eylemde bulunabilme yeteneklerini kullanabilmesi ve kültürün işlenmesine katkıda bulunabilmesi mümkün olmayacaktır. Televizyonun, "ikonik bir gösterge" oluşunun getirdiği liberal iyimserlik, uzak bir olasılık olmaktan öteye geçemez oysa.

Popüler televizyon dizilerinin izleyicilerine, ekranda yer alma izni verilen program türleri, televizyonla kuşatılmış yaşamların acıklı bir panoramasını verir. Stüdyo katılımlı televizyon programlarında görünen rahatsız edici duygu patlamaları (ağlamalar, yakarmalar, yalvarmalar, vb.) belki de yaşamı boyunca kalabalık önünde konuşma fırsatı yakalayamamış olan, kendini toplum içinde ifade etme olanağı bulamamış olan yurttaşlarımıza aittir.

## *Sonuç*

Televizyonda toplumsal temsil meselesi, sırf görünür olma olgusunun ötesinde, kültürel vatandaşlık çerçevesinde ele alınabilmelidir. Popüler medyanın sınırsız gibi görünen olanaklarından yararlanma arzusu, televizyonda özgürleştirici bir ortak kültürel kimlik görüntüsüyle sunulan popüler diziler ve stüdyo katılımlı

eğlence programlarına boşuna bel bağlayan izleyicileri, şehir efsanelerinin yeniden üreticisi konumuna getirmektedir.

Toplumsal bir iletişim aracı olarak televizyon, hayatı kuşatıcılığı açısından, toplumsallaştıran, ortak kodlar geliştiren, ortak hafıza oluşturan ve aynı zamanda günlük konuşmalarımıza referans haline gelen bir kültürel alana dönüşmüş durumdadır. Toplumsal eğlencenin, toplumsal dayanışmanın, toplumsal ortaklıkların televizyon dışında başka alanlarda, başka mekânlarda, farklı ortamlarda değişik araçlarla sağlanması gerekir. Yalnızca televizyonda kurulan yurttaşlık deneyimi, her şey hakkında bir parça bilgisi olan, ancak duygu patlamalarından başka biçimde kendisini ifade etmekten ürken, dilsiz kaçak avcılar olmayı getirir, ki bu durum yaşamı deneyimlerle zenginleştirmek yerine, hiç tükenmeyecekmiş gibi kimliklerin harcanmasından başka bir şey değildir.

## *Kaynaklar*

Abelson, Robert, "İnanç İkilemi Ve Çözüm Yolları", Ünsal Oskay (Der.) *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, Sevinç Mat. İkinci Baskı, Ankara, 1973.

Adorno, T. "Bağlanma", *Estetik Ve Politika*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul, Eleştiri Yay., 1985.

————, "Walter Benjamin'e Mektuplar", *Estetik Ve Politika*, Çev. Ünsal Oskay, İst., Eleştiri Yay., 1985.

————, "Television And The Patterns Of Mass Culture", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg. (New York: Free Press,).1964.

————, *Eleştiri: Toplum Üzerine Yazılar*, Çev. M. Yılmaz Öner, İstanbul, Belge Yay. 1990.

————, *The Culture Industry, Routledge*, Londra. 1991.

————, *Minima Moralia*, Çev. Orhan Koçak, Ahmet Doğukan, İstanbul, Metis Yay., 1998.

Agee, K. Warren. P. H. Ault, E. Emery, *Introduction To Mass Communication*, Seventh Ed. New York, 1982.

Aldgate, A., *Cinema and History: British Newsreels and the Spanish Civil War*, Londra: Scholar Press, 1979.

Alemdar, Korkmaz Raşit Kaya (Der.), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Ankara, Savaş Yay., 1983.

Alemdar, Korkmaz ve İrfan Erdoğan, *İletişim Ve Toplum*, Ankara, Bilgi Yay., 1990.

Allen, Robert, "Audience-Oriented Criticism and Television", ss. 101-137, *Channels of Discourse, Reassembled*, Der. Robert Allen, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1992.

And, Metin, *Osmanlı Şenliklerinde Türk Sanatları*, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yay., No. 529, 1982.

Anders, Gunther, "The Phantom World Of Tv", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg.(New York: Free Press), 1964.

Arendt, Hannah, "On Violence" *Crises Of Republic*, (New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc.), 1972.

————, *The Human Condition*, The University Of Chicago Press, Chicago/Londra, 1958.

Aries, Philippe, *Batılının Ölüm Karşısındaki Tavırları*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İstanbul, Gece Yay., 1991.

Armes, Roy; *On Video: Video As A Creative Medium*, Londra & New York: Routledge, 1988.

Artuk, Emin, "Ölüm Cezası" *Prof. Dr: Jale Akipek'e Armağan*, Konya Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yay. No.11 (Ayrı Basım), 1991.

Bakhtin, M. M., *Dialogical Imagination*, University of Texas Press, Austin, 1981.

————, *Karnavaldan Romana*, Çev. Cem Soydemir, İstanbul, Ayrıntı Yay., 2001.

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

————, *Mythologies*, İngilizceye Çev. Annette Lavers, Paladin, Suffolk, 1976.

————, "Rhetoric Of The Image", *Image, Music, Text*, Der. Ve İngilizce'ye Çev. Stephen Heath; Fontana, Glasgow, ss.32-51, 1990.

Bassala, George, *Teknolojinin Evrimi*, Çev. Cem Soydemir, Ankara, Tübitak Popüler Bilim Kitapları, 1996.

Batmaz, Veysel, "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", *İletişim*, A.I.T.A. Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Y.O. Yıllığı, 1981/1, S.176, 1981

Baudrillard, Jean, *Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*, Çev. Oğuz Adanır, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1991.

Bauman, Zygmunt, *Postmodern Etik*, Çev. Alev Türker, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1998.

———, *Sosyolojik Düşünmek*, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yay., 2. basım, 1999.

———, *Parçalanmış Hayat*, Çev. İsmail Türkmen, İstanbul, Ayrıntı Yay., 2001.

Bell, Allan, *The Language of News Media*, Oxford & Cambridge: Blackwell, 1991.

Belsey, Andrew ve Ruth Chadwick (Der.), *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*, Çev. Nurçay Türkoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1998.

Benhabib, Şeyla, *Modernizm, Evrensellik ve Birey: Çağdaş Ahlâk Felsefesine Katkılar*; Çev. Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1999.

———, (Der.) *Demokrasi Ve Farklılık: Siyasal Düzenin Sınırlarının Tartışmaya Açılması*, Çev. Zeynep Gürata, Cem Gürsel, Demokrasi Kitaplığı, Dünya Yerel Yönetim Ve Demokrasi Akademisi (WALD), İstanbul, 1999.

Benjamin, Walter, "The Work Of Art in The Age Of Mechanical Reproduction", *Mass Communication And Society*, Der. James Curran, et. al.The Open University, Londra, 1977.

———, *Estetize Edilmiş Yaşam*, Çev. Ünsal Oskay, Ankara, Dost Yay., 1982.

———, *Brecht'i Anlamak*, Çev. Haluk Barışcan, Aydın İşisağ, İstanbul, Metis Yay., 1984.

———, "Tarih Felsefesi Üzerine Tezler", *Estetize Edilmiş Yaşam*, Ünsal Oskay Der. ve Çev., Ankara, Dost Yay., ss. 165-182, 1982.

———, "The Storyteller", *Illuminations*, Hannah Arendt (Der.). İngilizce'ye Çev. Harry Zohn, Londra: Fontana, (a), ss. 83-107, 1992.

———, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", *Illuminations*, ibid. (b), ss. 211-244, 1992.

Bennett, Tony; "Media, Reality, Signification", *Culture, Society and the Media*, Michael Gurevitch, Tony Bennett, et.al. Der., Londra: Routledge, ss. 287-308, 1986.

Berger, Arthur Asa; *Media Research Techniques*, Londra: SAGE, 1991.

Berger, John, *Görme Biçimleri,* Çev. Yurdanur Salman, Metis Yay., 1986.

Berman, Marshall, *All That is Solid Melts Into Air*, Verso, New York, 1991.

Best, Steven ve Douglas Kellner, *The Postmodern Turn*, The Guilford Press, New York, 1997.

Black, Cyril E., *Çağdaşlaşmanın İtici Güçleri*, Ankara, Türkiye İş-Bankası Kültür Yay., 1986.

Bloch, Marc, *Feodal Toplum*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara, Savaş Yay., 1983.

————, *Tarihin Savunusu ya da Tarihçilik Mesleği*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara, Birey ve Toplum, 1985.

Blumer, Herbert, "The Mass, The Public And Public Opinion", Berelson Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, 1966

Bogart, Leo, "Comic Strips And Their Adult Readers", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg. (New York: Free Press), 1964.

Bordwell, David, Kristin Thompson, *Film Art-An Introduction*, Mcgraw-Hill, New York, 1990.

Bottomore, T.B., *Toplumbilim*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul. Beta Yay., s. 324, 1984.

————, *Frankfurt Okulu: (eleştirel kuram)*, Çev. Ahmet Çiğdem, İstanbul, Ara Yay., 1989.

Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique Of Judgement Of Taste*, İngilizce'ye Çev. Richard Nice, Routledge: Londra, 1989.

Braudel, Fernand; *Akdeniz: Mekân Ve Tarih*, Çev. Necati Erkurt; İstanbul, Metis Yay., 1990.

Brecht, Bertolt, *Sinema Yazıları*, Çev. Bertan Onaran, Yurdanur Salman, İstanbul, Görsel Yay., 1977.

Briggs, Asa ve Peter Burke, *A Social History of Media*, Polity Press, Cambridge, 2002.

Brown, Bruce, *Günlük Hayatın Eleştirisi*, Çev. Yavuz Alogan; İstanbul, Ayrıntı Yay., 1989.

Buchanan, William ve Hadley Cantril, "Ulusların Stereotip Yakıştırmaları", Oskay (Der.) *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, Sevinç Mat. İkinci Baskı, Ankara, ss. 305-327, 1973.

Bulfinch, Thomas, *Mythology*, (New York:Thomas Y. Crowell Company, 1970.

Burgelin, Olivier, "Structural Analysis And Mass Communication", McQuail (Der.) *Sociology Of Mass Communications*, Penguin, Suffolk, Londra, 1977.

Burton, Graeme, *Görünenden Fazlası*, Çev. Nefin Dinç, Istanbul, Alan Yay., 1995.

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), ss. 101-164, 1993.

Cassirer, Ernst, *İnsan Üstüne Bir Deneme*, Çev. Necla Arat, İstanbul, Remzi Kitabevi Yay., 1990.

Caudwell, Christopher, *Ölen Bir Kültür Üzerine İncelemeleri(I)* Çev. Mehmet Gökçen, İstanbul. Metis Yay.. 1982.

Charters, W. W., "Motion Pictures And Youth", Berelson, Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, s. 381-390., 1966.

Childe, Gordon, *Kendini Yaratan İnsan*, Çev. Filiz (Karabey) Ofluoğlu, İstanbul, Varlık Yay., 1978.

Clastres, Pierre, *Devlete Karşı Toplum*, Çev. Mehmet Sert, Nedim Demirtaş, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1991.

————, *Vahşi Savaşçının Mutsuzluğu*, Çev. Alev Türker, Mehmet Sert, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1992.

Cohen, Bernard C., "The Press, The Public And Foregn Policy", Berelson, Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, 1966.

Comstock, George, Steven Chaffi et.al, *Television And Human Behaviour*, New York: Colombia Universty Press, 1978.

Connerton, Paul, *Toplumlar Nasıl Hatırlar?*, Çev. Alâeddin Şenel, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1999.

Contreras, Eduardo, James Larson, vd., *Cross-Cultural Broadcasting*, UNESCO, Paris, 1975.

Cooley, Charles, "The Significance Of Communication", Berelson, Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, ss. 148-149, 1966.

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. Londra:Edward Arnold, , ss. 267-284, 1992.

Curran, J. ve M. Gurevitch (Der.), *Mass Media and Society*, Edward Arnold, Londra, 1992.

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), ss. 134-153, 1992.

Dayan, Daniel ve Elihu Katz; "Electronic Ceremonies: Television Performs a Royal Wedding", *On Signs, Marshall Blonsky* (Der.), Blackwell, Londra, 1985.

————, *Media Events*, Harvard University Press, Cambridge, 1996.

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

de Certeau, Michel, "Walking in The City", The Cultural Studies Reader, Ed. *Simon During*, Routledge:Londra, ss. 151-160, 1993.

de La Boetie, Etienne, *Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev*, Çev. M. Ali Ağaoğulları, B.F.S. Yay., 1987.

Defleur, Melvin L., Everette E. Dennis, Understanding Mass Communication, *Houghton Mifflin Company*, Boston, 1991.

Dominick, Joseph, et.al. *Broadcasting/Cable And Beyond*, New York, Mcgraw-Hill, 1990.

Dora, Serkan, *Büyüyen Fotoğraf Küçülen Sosyoloji*, Babil Yay., İstanbul, 2003.

Duby, Georges, *Erkek Ortaçağ*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1991.

Durham Peters, John, *Speaking Into the Air*, The University of Chicago Press, Chicago, 1999.

Duverger, Maurice, *Sosyal Bilimlere Giriş*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul, Bilgi Yay., 1980.

Dyer, Richard, "Entertainment And Utopia", Movies And Methods-II, Der. Bill Nichols, *University Of California Press*, 1985.

————, "Entertainment And Utopia", The Cultural Studies Reader, Der. *Simon During*, Routledge, Londra, 1993.

Eco, Umberto, *Günlük Yaşamdan Sanata*, Çev. Kemal Atakay; İstanbul, Adam Yay., 1991.

————, "Yorum ve Tarih", Çev. Yurdanur Salman, *Kuram, Kitap 3*; ss. 19-28. İstanbul, Kur Yayıncılık, Eylül 1993.

Enzensberger, Hans Magnus, "Constituents Of A Theory Of The Media", McQuail Der. *Sociology Of Mass Communications*, Penguin, Suffolk, Londra, 1979.

Erasmus, D., *Deliliğe Methiye*, Çev. Şerif Hulusi, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1956.

Erhat, Azra, *Mitoloji Sözlüğü*, İstanbul, Remzi Kitabevi Yay., 1978.

Erkman, Fatma, *Göstergebilime Giriş*, İstanbul, Alan Yayınları, 1987.

Ewen, Stuart, *Captains of Consciousness*, McGraw Hill, New York, 1977.

————, *All Consuming Images*, Basic Books, New York, 1988.

Fay, Brian, *Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi*, Çev. İsmail Türkmen, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1996.

Festinger, Leon, "Bilme-Tanıma Uyumsuzluğu Teorisi", Oskay (Der.) *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, Sevinç Mat. İkinci Baskı, Ankara, ss. 57-70, 1973.

Fiske, John, *Television Culture*, Londra:Methuen, 1987.

————, "Cultural Studies And The Culture Of Everyday Life", Cultural Studies (Der.), *Lawrence Grossberg*, et.al., Routledge:New York And Londra, ss. 154-173, 1992.

Foucault, Michel, Huck Gutman, Patrick H. Hutton, *Kendini Bilmek*, Çev. Gül Çağalı Güven, İstanbul, OM Felsefe Yay., 1999.

Foucault, Michel, "Space, Power And Knowledge", The Cultural Studies Reader, Ed. *Simon During*; Routledge, Londra, ss. 161-169, 1993.

Franklin Fearing, "Influence Of The Movies On Attitudes And Behaviour", McQuail (Der.) *Sociology Of Mass Communications*, Suffolk, Londra, 1979.

Freedberg, David, *The Power Of Images: Studies in The History And Theory Of Response*, The University Of Chicago Press:Chicago, 1989.

Freud, Sigmund, *Totem Ve Tabu*, Çev. Niyazi Berkes, Istanbul, Remzi Yay., 1971.

————, *The Interpretation of Dreams*, Penguen Books, Londra, 1991.

————, *Kitle Psikolojisi ve Psikanaliz Üzerine*, Çev. Kamuran Şipal, İstanbul, Cem Yay., 1990.

Frith, Simon, "Good, Bad And Indifferent", *Diacritics*, Kış, 1991.

Fromm, Erich, *Sevgi Ve Şiddetin Kaynağı*, Çev. Yurdanur Salman, Nalan İçten, İstanbul, Payel Yay., 2. Basım, 1979.

Funkhouser, G.Ray, Eugene F. Shaw, "How Syntethic Experience Shapes Social Reality", *Journal Of Communication*, 40-2, Bahar, 1990 S. 75-78, 1990.

Gallagher, Margaret, "Negotiation of Control in Media Organizations and Occupations", *Culture, Society and the Media, Michael Gurevitch*, Tony Bennett, et.al. (Der.), Londra:Routledge, ss. 151-173, 1986.

Galtung, Johan, *Peace By Peaceful Means*, Sage Publications, Londra, 1995.

Garnham, Nicholas, *Capitalism And Communication: Global Culture And The Economics Of Information*, Londra: Sage, S. 29, 1990.

Gerbner, G., Violence in Television Drama: Trends And Symbolic Functions" (Der.), C. Comstock, E.A. Rubinstein, *Television And Social Behaviour*, Vol, 1. (Washington D.C Government Printing Office, ss. 28-187, 1972.

Gerbner, George, L. Gross, et.al, *Violence Profile No:7: Trends in Network Television Drama And Viewer Conceptions Of Social Reality 1967-1975*. (Philadelphia: Annenberg School Of Communications, University Of Pennsylvania,) 1976.

———, "Mass Media And Human Communication Theory", Denis McQuail (Der.), *Sociology Of Mass Communications*, Suffolk, s. 42, 1979.

Gerbner, George, et.al. (der) *The Analysis of Communication Content*, New York:John Wiley & Sons, 1969.

Giddens, Anthony, *Sociology*, Polity Press, Cambridge, 1992.

Gitlin, Todd. "Media Sociology: The Dominant Paradigm" *Theory And Society*, 6, ss. 205-233, 1978.

———, "The Politics of Communication and the Communication of Politics", *Mass Media and Society*, James Curran ve Michael Gurevitch der. Londra:Edward Arnold, ss. 329-341, 1992.

Glasgow University Media Group, *Bad News*, Londra:Routledge & Kegan Paul, 1976.

Goethe, J., *Faust*, Çev. Nihat Ülner, Ankara, Öteki Yay., 1992.

Goffman, Erving, *Presentation Of Self in Everyday Life*, Doubleday, New York, 1959.

———, *Stigma* (Notes On The Management Of Spoiled Identity), Touchstone Books, New York, 1986.

Gökberk, Macit, *Felsefe Tarihi* Istanbul, Remzi Kitabevi,4. Basım, 1980.

Gombrich, E.H. *Sanatın Öyküsü*, Çev. Bedrettin Cömert; İstanbul, Remzi Yay., 1986.

Grossberg, Lawrence, 'Can Cultural Studies Find True Happiness in Communication?' *Journal Of Communication*, 43(4), Güz, ss. 89-97, 1993.

————, et.al. Der. *Cultural Studies*, Routledge, NY, Londra, 1992.

Gurevitch, Michael, et.al., Der. *Culture, Society and the Media*, Routledge, Londra, 1990.

————, et.al, Der., *Culture, Society and Media*, Routledge, 1990.

Habermas, Jürgen, "On Social Identity" *Telos*, No.19., Bahar, 1974 ss. 101-102, 1974.

————, *Moral Consciousness And Communicative Action*, Cambridge, MIT Press, 1990.

————, *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, Çev. Tanıl Bora-Mithat Sancar, İletişim, 1999.

————, *"Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü"*, Çev. Tanıl Bora; Defter, Sayı:16, Bahar, İstanbul, Metis Yay., ss. 53-63, 1990.

Hall, Stuart, "İdeoloji ve İletişim Kuramı", *Medya Kültür Siyaset*, Çev. Ahmet Gürata, Der. Süleyman İrvan, İstanbul, Ark Yayınları, 1. Baskı, 1997.

————, "The Rediscovery of 'ideology': return of the repressed in media studies", *Culture, Society and the Media*, ed. M. Gurevitch, et.al., Routledge, Londra, ss. 56-90, 1990.

————, "Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik", ve "Eski ve Yeni Kimlikler, Eski ve Yeni Etniklikler", *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi*, Anthony D. King, Der., Çev. Gülcan Seçkin-Ümit Hüsrev Yolsal, Ankara, Bilim ve Sanat Yay., 1998.

————, et.al., (der.) *Culture, Media, Language*, Centre for Contemporary Cultural Studies, 6. baskı. Birmingham, 1990.

————, "Encoding / Decoding", *Culture, Media, Language*, Ed. S.Hall, D.Hobson, A.Lowe, P.Willis; Centre For Contemporary Cultural Studies, Londra, ss. 128-138, 1990.

Halloran, James.D. *Televizyonun Etkileri*, Çev.Ayseli Usluata, İstanbul, İstanbul Reklam Yay., 1973.

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, ss. 43-73, 1992

Hardt, Hanna. *Critical Communication Studies: Communication, History And Theory in America*. Routledge, Londra, New York, 1992.

Harvey, David, *The Condition Of Postmodernity*, Blackwell:Cambridge, 1992.

Hegel, G.W., *Tarihte Akıl, Türkçesi ve Bir İnceleme*, Önay Sözer, İstanbul, Ara Yay., 1991.

Herodotos, *Herodot Tarihi*, Çev.Müntekim Ökmen, İstanbul, Remzi Yay., 3. Basım, 1991.

Hobsbawn, Eric ve Terence Ranger (Der.), *The Invention of Tradition*, Cambridge University Press, (Canto edition) 1993.

Hobsbawn, Eric, *Kısa Yirminci Yüzyıl, Aşırılıklar Çağı (1914-1991)* (Çev. Yavuz Alogan, İstanbul, Sarmal Yay., 1996.

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), ss. 105-114, 1990.

Hoggart, Richard, "Television And İts Place in Mass Culture", *International Encyclopedia Of The Social Sciences*, Cilt III, Free Press, 1968.

———, *The Uses Of Literacy*, Penguin Books, Londra, 1968.

Hood, Stuart, "The Politics Of Television", McQuail (Der.) *Sociology Of Mass Communications*, Penguin, Suffolk, Londra, 1979.

Horton, Paul B., Chester Hunt, *Sociology*, Mcgraw Hill, Londra, 1980.

Hovland, Carl I., Arthur A.Lumsdaine, Fred D.Sheffield, "Tartışmalı Bir Konuda Kanaat Değiştiriminde Tek Yanlı Sunuma Karşı İki Yan-

h Sunumun Etkisi", Ünsal Oskay (Der.) *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, Sevinç Mat. İkinci Baskı, Ankara, ss. 211-234, 1973.

Hovland, Lumsdaine, Sheffield, "Short-Time And Long-Time Effects Of An Onientation Film", Berelson, Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, ss. 391-401, 1966.

Huberman, Leo, *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*, Çev. Murat Belge, Ankara, Dost Yay., 1982.

Huizinga, Johan, *Homo Ludens: A Study Of The Play Elements in Culture*, (Londra:Routledge-Kegan Paul,) 1949.

Huxley, Aldous,*Brave New World Revisited*, (New York: Harper And Row,) 1965.

İnal, M. Ayşe, *Haberi Okumak*, İstanbul, Temuçin Yay., 1996.

Inglis, Fred; *Cultural Studies*, Oxford:Blackwell, 1993.

İsen, Galip, Veysel Batmaz, *Ben ve Toplum*, İstanbul, Om Yay. 2002.

Jameson, Frederic, *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*, Çev. Nuri Prümer, İstanbul, YKY, 1992.

Jay, Martin; *Diyalektik İmgelem*, Ünsal Oskay Çev. İstanbul, Ara Yay., 1989.

Jhally, Sut, Bill Livant, "Watching As Working: The Valorization Of Audience Consciousness", *Journal Of Communications*, S.36. (Yaz, 1986) ss. 124-143, 1986.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem, *İnsan Ve İnsanlar*, İstanbul, Duran Ofset Mat. 1977.

Kaha, C.W., "Memory as Conversation", *Communication*; Vol.11, n.2, Urbana, ss. 115-122, 1989.

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

Katoğlu, Murat, "Cumhuriyet Türkiye'sinde Eğitim, Kültür, Sanat", *Türkiye Tarihi*, 4. Cilt. Derleyen Sina Akşin, Cem Yay. İstanbul, ss. 393-502, 1995.

Kejanlioğlu, D. Beybin, "Kitle İletişim Tarihyazımları Üzerine: Bir Alanın Tanımlanması", *Medya Ve Kültür*, 3-5 Mayıs 2000, Birinci Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, Ankara, 2000.

Kellner, Douglas "Cultural Studies, Multiculturalism, And Media Culture", http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/SAGEcs.htm

King, Anthony, der., *Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi*, Çev. Gülcan Seçkin, Ümit Hüsrev Yolsal, Ankara, 1998.

Koestler, Arthur, *Spartaküs: Kölelerin İsyanı*, Çev. Zuhal Avcı, İstanbul, Toplum Yay., 1970.

Kongar, Emre, *Toplumsal Değişme Kuramları Ve Türkiye Gerçeği*, İstanbul, Remzi Kitabevi Yay., 1981.

Kozloff, Sarah, "Narrative Theory and Television", *Channels of Discourse, Reassembled içinde*, ss.67-100 (Der.), Robert Allen, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1992.

Kracauer, Siegfried; "Temel Kavramlar", Çev. Erol Mutlu, *Sinema Kuramları*, Seçil Büker ve Erol Mutlu (Der.), Ankara, Dost Yay., ss. 7-98, 1985.

Krech, David, Richard Crutchfield, *Sosyal Psikoloji*, Çev. Erol Güngör, İstanbul, Ötüken Yay., 1980.

Kuhn, Thomas S., *Bilimsel Devrimlerin Yapısı*, Çev. Nilüfer Kuyaş, İstanbul, Alan Yay., 1982.

Kültür Girişimi, *Türkiye'de Kültür Politikaları* [26-28 Ekim 1998] Doğan Kitapçılık, 2. Baskı, 2003. (Kültür Girişimi'nin üyeleri: İsmail Cem, Şakir Eczacıbaşı, Ufuk Esin, Nilüfer Göle, Bozkurt Güvenç, Talat Halman, Hüsrev Hatemi, Doğan Hızlan, Ekmeleddin İhsanoğlu, Emre Kongar, Ioanna Kuçuradi, Metin Sözen, Hıfzı Topuz, Stefan Yerasimos ve Tahsin Yücel'dir.)

Kuzu, Hüseyin, "Hareketli Görüntü Alanlarının Evrimi ve Yeni Boyutları Üzerine"; *Antrakt*, Sayı 40 ve 41, Ocak, Şubat, 1995.

Kymlica, Will, *Çokkültürlü Yurttaşlık*, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1998.

Laclau, Ernesto, *Evrensellik, Kimlik ve Özgürleşme*, Çev. Ertuğrul Başer, İstanbul, Birikim Yay., 2000.

Lang, Kurt ve Gladys Lang; "Collective Memory and the News", *Communication,* , Vol.11, ss. 123-139, 1989.

Lang, Kurt, "Mass Appeal And Minority Tastes", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg.(New York: Free Press,) 1964.

Lasswell, Harold D. "The Structure And Function Of Communication in Society", Berelson, Janowitz (Der.), *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, 1966.

Lazar, Judith, *İletişim Bilimi*, Çev. Cengiz Anık, Ankara Vadi Yayınları, 1. Baskı, 2001.

Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson, Hazel Gaudet, "Time Of Final Decision", Berelson, Janowitz (Der.), *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, ss. 110-117, 1966.

Lerner, Daniel, "*Çağdaşlaşma Sürecinde İletişimin İşlevi*", Çev. Nabi Avcı. Kurgu, Eskişehir İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Ekim 1980, Sayı: 3, 1980.

Levi-Strauss, Claude, *Yaban Düşünce,* Çev. Tahsin Yücel, İstanbul, Hürriyet Vakfı Yay., 1984.

Lippmann, Walter, *Public Opinion*, Macmillan, New York, 1922.

Lipson, Leslie, *Demokratik Uygarlık*, Çev. Haldun Gülalp, Türker Alkan, Ankara, Türkiye İş Bankası Kültür Yay. 1984.

Livingstone, Sonia M., "Audience Reception: The Role of the Viewer in Retelling Romantic Drama", *Mass Media and Society*, James Curran ve Michael Gurevitch (Der.), Londra: Edward Arnold, ss. 285-306, 1992.

Lovell, Terry, *Pictures Of Reality*, Londra:BFI Publishing, 1983.

Lunaçarski, A.V., *Sanat ve Edebiyat Üzerine*, Çev. K.Kavala; İstanbul, Adam Yay., 1982.

Lundberg, A. ve C. Schrag, N. Larsen, *Sosyoloji*: Cilt 1 Çev. Özer Ozankaya, Ankara, Işın Yay., 1985.

Lynton, Norbert, *Modern Sanatın Öyküsü*, Çev. Cevat Çapan, Sadi Öziş, İstanbul, Remzi Kitabevi, Yay., 1982.

Lyotard, Jean-François, "Defining the Postmodern", *The Cultural Studies Reader*, Simon During der. Londra:Routledge, ss. 170-173, 1993.

————, *Postmodern Durum*, Çev. Ahmet Çiğdem, İstanbul, Ara Yay., 1990.

Malinowski, Bronislaw, *Büyü, Bilim Ve Din*, Çev. Saadet Özkal, İstanbul, Kabalcı Yay., 1990.

Mandel, Ernest, *Hoş Cinayet: Polisiye Romanının Toplumsal Bir Tarihi*, Çev. N. Saraçoğlu, İstanbul, Yazı Yayınları, 1985.

Mann, Michael "The Roots And Contradictions Of Modern Militarism" *States, War And Capitalism* (Oxford: Basil Blackwell Itd.

Marcuse, Herbert, *Tek Boyutlu İnsan*, Çev. Afşar Timuçin, Teoman Tunçdoğan, İstanbul, May Yay., 1975.

Marvin, Gary, "İspanyol Boğa Güreşinde Şeref, Haysiyet Ve Şiddet Sorunu", *Antropolojik Açıdan Şiddet*. Der. David Riches, Çev. Dilek Hattaoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1989.

Mattelart, Armand *İletişimin Dünyasallaşması*, Çev. Halime Yücel, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001.

————, "İletişim Kültüre Karşı (mı?)", *Kültürel Açıdan Avrupa Birliği'ne Yaklaşım Sempozyumu* (22-24 Kasım 2001, İstanbul), Kültür Girişimi ve İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı Yay., ss. 39-47.

Mattelart, Armand ve Michele. *İletişim Kuramları Tarihi*, Çev. Merih Zıllıoğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, 1998.

Mc Neill, William, *Dünya Tarihi*, Çev. Alaaddin Şenel, Ankara, İmge Yay., 2002.

McLuhan, Marshall, *Understanding Media*, Mcgraw Hill, New York, 1964.

————, "İleti, İletişim Aracının Kendisidir", Alemdar, Kaya (Der.), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Ankara, Savaş Yay., 1983.

McLuhan, Marshall, Quentin Fiore, *The Medium is the Massage*, Bantam Books, New York, 1967.

McNall Burns, Edward, *Çağdaş Siyasal Düşünceler*, Çev. Alaeddin Şenel, Ankara, Birey ve Toplum Yay., 1984.

McQuail, Denis, (Der.) *Sociology Of Mass Communications*, Penguin, Suffolk, Londra.

————, "Kitle İletişim Araçlarının Etkileri", Alemdar, Kaya (Der.), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Ankara, Savaş Yay., 1983.

————, *Media Performance-Mass Communication And The Public Interest*, SAGE, Londra, 1992.

————, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage Publications, Londra, 1994.

McQuail, Denis, J.G.Blumler, J.R.Brown, "The Television Audience A Revised Perspective", McQuail (Der.), *Sociology Of Mass Communications*, Suffolk, Londra, ss. 135-165, 1979.

Merrill, John C., John Lee Ve E.Jay Friedlander, *Modern Mass Media, Harper And Row*, New York, 1990.

Meyersohn, Rolf B., "Social Research in Television", *Mass Culture*, (Der.), David M.White, Bernard Rosenberg, Free Press, New York, s. 352, 1964.

Meyrowitz, Joshua, *No Sense Of Place: The Impact Of Electronic On Social Behaviour*, New York: Oxford University Press, 1985.

Michaud, Yves, *Şiddet*, Çev. Cem Muhtaroğlu, İstanbul, İletişim Yay., 1991.

Mills, C. Wright, *İktidar Seçkinleri*, Çev. Ünsal Oskay, Ankara, Bilgi Yay., 1974.

————, *Toplumbilimsel Düşün*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul, Der Yay., 2000.

————, *The Sociological Imagination*, Harmondsworth:Penguin, 1970.

Mitchell, Don, *Cultural Geography*, Blackwell, Oxford, 2001.

Mitchell, W.S.T., *Iconology: Image, Text, Ideology*, The University of Chicago Press, Chicago, Londra, 1986.

Morgan, Henry Lewis, *Eski Toplum I*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul, Payel Yay., 1986.

Morley, David, *Television, Audiences And Cultural Studies*, Londra, Routledge, 1993.

———, "Aidiyetler ve Sahiplikler: Dolayımlanmış Dünyada Alan, Mekân ve Kimlik", *European Journal of Cultural Studies*, Vol.4, no. 4, Kasım, ss. 425-448, Sage, Londra. (Yayınlanmamış çeviri Bahadır Ahıska.) 2001.

———, "Belongings: Place, Space And Identity In A Mediated World", *European Journal Of Cultural Studies*, (Vol. 4, Sayı 4) Sage Publications, Londra, November 2001, ss. 425-448, 2001.

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

Murdock, Graham, "Large Corporations And Control Of The Communications Industries" *Culture, Society, And The Media*, Der. Gurevitch, et.al. (Suffolk: Routledge, 1989.

Mutlu, Erol, *İletişim Sözlüğü*, Ankara, Ark Yayınları, 1994.

Mutlu, Erol, *Televizyonu Anlamak*, Ankara, Gündoğan Yay., 1991.

Neght, Oskar, Alexander Kluge, "Kamusal Alan ve Deneyim" Çev. Ahmet Doğukan, *Defter*, İstanbul, Metis yay. ss. 65-71, 1990.

Nerone, John ve Ellen Wartella; "Studying Social Memory", *Communication*, Vol.11, ss. 85-88, 1989.

Nerone, John; "Professional History and Social Memory", *Communication*, Vol.11, ss. 89-104, 1989.

*New Webster's Dictionary And Thesaurus*, Lexicon, Danbury, 1992.

Nietzche, F.W., *Zerdüşt Böyle Diyordu*, Çev. Osman Derinsu, İstanbul:Varlık Yay., 1972.

Nordenstreng, Kaarle, "From Mass Media To Mass Consciousness", *Mass Media Policies in Changing Cultures*, (Der.George Gerbner), John Wiley And Sons Mc., TJSA, 1977.

———, "Policy For News Transmission", McQuail (der.) *Sociology Of Mass Communications*, Penguin, Suffolk, Londra, 1979.

Norris, Christopher; *What's Wrong With Postmodernism*, Londra & New York: Harvester/Wheatsheaf, 1990.

O'Sullivan, Tim, et.al. *Key Concepts in Communication And Cultural Studies*, Routledge, Londra, 1996.

Ong, Walter J., *Sözlü Ve Yazılı Kültür*, Çev. Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul, Metis Yay., 1991.

Orr, John, *Cinema And Modernity, Polity Press*, Cambridge, 1993.

Oskay, Ünsal, "Gelişme Açısından Kültür Değişimi", Basılmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, SBF, Ankara, 1971.

———, *Toplumsal Gelişmede Radyo Ve Televizyon*, Ankara Üniversitesi SBF, Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara, 1978.

———, "David Riesman'ın Görüşleri", A.Ü. Basın Yayın Y.O. Yıllığı, VII, Ankara, ss. 49-69, 1982.

———, "Walter Benjamin'de Tarih, Kültür ve Fantazya", *Estetize Edilmiş Yaşam*, Der. ve Çev.Ünsal Oskay, Ankara, Dost Yay., 1982.

———, *Çağdaş Fantazya*, Ankara, AYKO Yay., 1982.

———, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, A.Ü. SBF. Yay., 495, Ankara, 1982. Ayrıca İstanbul, Der Yay., 2000.

———, "Söylencenin Tarihsizliği", *Varlık*, 1015, (Nisan,1992) ss. 2-4.

O'Sullivan, Tim, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske, Ed. *Key Concepts in Communication And Cultural Studies*, Routledge: Londra, 1994.

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

Oxford, "Clichés And Modish And Inflated Diction", *The Oxford Guide To English Usage*, B.0. Appendix B. Oxford University Press, READ/DOS For The ISSC Library, 1995.

Özbay, Ferhunde, "İstanbul'da Göç ve İl İçi Nüfus Hareketleri", *75 Yılda Köylerden Şehirlere*, Der. Oya Baydar, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul, , ss. 277-294, 1999.

Özön, Nijat, *Sinema: Uygulayımı, Sanatı,Tarihi*, İstanbul, Hil Yay., 1985.

Paik, Nam June, "La Vie, Satellites, One Meeting-One Life", *Video Culture- A Critical Investigation*, Der. John Hardhardt, Visual Studies Workshop Press, New York, ss. 219-222, 1990.

Park, Robert E., "Reflections On Communication And Culture", Berelson, Janowitz (Der.), *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, ss. 167-177, 1966.

Piaget, Jean, "Criteria Of Play", *Mass Leisure*, Ed. Eric Larrabee, Rolf Meyersohn, (Glencoe: Free Press, ss. 69-72, 1960.

Pieper, Annemarie, *Etiğe Giriş*, Çev. Veysel Atayman-Gönül Sezer, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1999.

Postman, Neil, *Amusing Ourselves To Death*, Londra: Methuen, 1989.

Probyn, Elspeth, "Technologizing The Self", *Cultural Studies,* Der. Lawrence Grossberg, et.al. Routledge:New York, Londra, ss. 501-511, 1992.

Propp, Vladimir, *Masalın Biçimbilimi*, Çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat, BFS Yay., 1985.

Rabassiere, Henry, "In Defense Of Television", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg.(New York: Free Press,) 1964.

Ramonet, Ignacio, "Beşinci Kuvvet", Çev. Yasemin İnceoğlu, Uraz Aydın, *Varlık Dergisi*, Nisan, ss. 3-7, 2004.

Reader, Keith, *Cinema-A History*, Teach Yourself Books, New York, 1979.

Reading, Hugo, *A Dictionary Of Social Sciences*, Routledge & Kegan Paul, Londra, 1977.

Recaizade Mahmut Ekrem, *Araba Sevdası*, İnkılâp Yay., 1985.

Richards, Jeffrey, "Frank Capra And The Cinema Of Populism", *Movies And Methods-1*. Der., Bill Nichols, Berkeley, Los Angeles, Londra: University Of California Press, 1976.

Riches, David Der. *Antropolojik Açıdan Şiddet*, Çev. Dilek Hattaoğlu, İstanbul:Ayrıntı Yay., 1989.

Riesman, David, *The Lonely Crowd*, Yale University Press, New Haven, 1967.

Rıfat, M., *Dilbilim Ve Göstergebilim Kuramları*, YAZKO, İstanbul, 1983.

Robins, Kevin, *İmaj, Görmenin Kültür Ve Politikası*, Çev. Nurçay Türkoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1999.

Rogers, Everett M., *Modernization Among Peasants: The Impact Of Communication*, Halt, Rinehart And Winston, Mc., New York, 1969.

————, *Diffusion Of Innovations*, (Dördüncü Baskı), The Free Press, New York, Londra, 1995.

Rolo, Charles J. "The Metaphysics Of Murder For The Millions" *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg.(New York: Free Press, 1964.

Sapir, Edward, "Communication", Berelson, Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, ss. 162-166, 1966.

Schudson, Michael; "The Present in the Past versus the Past in the Present", *Communication*; 1989, Vol.11, ss. 105-113.

Seiter, Ellen, et.al. der. *Remote Control: Television*, Audiences & Cultural Power, Londra: Routledge, 1991.

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

————, *Eski Yunanda Siyasal Düşünüş*, Ankara, Sevinç Mat., 1968.

Sennett, Richard, *Kamusal İnsanın Çöküşü*, Çev. Serpil Durak-Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1996.

Schamın Wilbur, *Mass Media And National Development*. Unesco, Stanford, 1964.

Shayon, Robert L., *The Crowd Catchers*, New York, Saturday Review Press, 1973.

Shils, Edward A., Mornis Janowitz, "Cohesion And Disintegration in World War II", Berelson, Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, , ss. 402-417, 1966.

Short, K.R.M. ve S.Dolezel (der.), *Hitler's Fall: The Newsreel Witness*, Londra: Croom Helm, 1988.

Sienkiewicz, Henryk, *Kovadis (Quo Vadis)*, Çev. Ş.Berin Kurt, İstanbul, Milli Eğitim Bakanlığı Yay., No: 888, 1989.

Skillen, Anthony, *Pop-Porn-Pulp-Politics*, University of Kent at Canterbury, 1992.

Simmel, George, "Metropol ve Zihinsel Yaşam" Çev. Celal A. Kanat, *Defter*, sayı:16, İstanbul, Metis Yay., Bahar, ss.83-94., 1990.

Smith, Stephen, *Electronic Iraq*, 4 Eylül 2003, "Furious Envy-Baudrillard and the looting of Baghdad", http://electroniciraq.net/news/1065.shtml

Smythe, Dallas W., "Some Observations On Communications Theory", McQuail (Der.) *Sociology Of Mass Communications*, Suffolk, Londra, 1979.

Soja, Edward; "History: geography: modernity", *The Cultural Studies Reader*, Simon During der. Londra:Routledge, ss. 135-150, 1993.

Stallybrass, Peter ve Allon White, "Bourgeois Hysteria And The Carnivalesque", *The Cultural Studies Reader*. Ed. Simon During, Routledge, Londra, 1993.

Steeves, H.Leslie, "Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları", der. ve Çev. Mehmet Küçük, *Medya, İktidar, İdeoloji*, Ankara, Ark Yay., ss. 105-167, 1993.

Steinberg, Charles S., *The Communicative Arts*, New York: Hastings House Publishers, 1970.

Stone, Gregory, "American Sports: Play And Dis-Play", *Mass Leisure*, Ed. Eric Larrabee, Rolf Meyersohn, (Glencoe: Free Press, s. 253-264, 1960.

Şenel, Alâeddin, *Siyasal Düşünceler Tarihi*, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fak. Yay., No. 498, Ankara, 1982.

Şerif, Muzaffer, *Sosyal Kuralların Psikolojisi*, Çev. İsmail Sandıkçıoğlu, İstanbul, Alan Yay., 1985.

Tanpınar, Ahmet Hamdi, *Beş Şehir*, 7. basım, Dergâh Yay., 1987.

Tetzlaff, David, "Divide And Conquer: Populer Culture And Social Control in Late Capitalism", *Society Media, Culture And Society*, 131(Ocak 1991) ss. 9-33, 1991.

Thomas, Louis-Vincent, *Ölüm*, Çev. Işın Gürbüz, İstanbul, İletişim-P.U.F. Yay., 1991.

Thomson, George, *Aiskhylos Ve Atina*, Çev. Mehmet H. Doğan, İstanbul, Payel Yay., 1990.

Tolan, Barlas, *Toplum Bilimlerine Giriş*, Ankara, Savaş Yay., 1983.

Tomlinson, John , *Kültürel Emperyalizm*, Çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yay., 1999.

Topuz, Hıfzı, *Uluslararası İletişim*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fak.Yay. Eskişehir, 1984.

Türkoğlu, Nurçay, *"The News Media, The War, The Opera And The Spectators"*, IAMCR ve İLAD'ın *Newsmedia And International Conflict* Başlıklı, 19-20 Haziran 1991'de İstanbul'da Düzenlenen Toplantıda Sunulan Bildiri, 1991.

———, *Görü-Yorum Gündelik Yaşamda İmgeler*, İstanbul, Der Yay., 2000.

———, (der.) *Kültürel Üretim Alanları: Renkli Atlas*, İstanbul, Babil Yay., 2004.

Tylor, Edward Burnett, *The Origins Of Culture-I*, (New York:Harper And Brothers, 1958.

Uğur, Aydın, "Batı'da ve Türkiye'de Sivil Toplum: Kavram ve Olgunun Gelişim serüveni", *75 Yılda Tebaa'dan Yurttaş'a Doğru*, dizi koord. Oya Baydar, ed. Artun Ünsal, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul, ss. 213-226, 1998.

Unesco, *Many Voices, One World*, (The Macbride Report, Abridged Ed.) Londra, 1984.

Ünsal, Artun, "Yurttaşlık Zor Zanaat", s.1-36, *75 Yılda Tebaa'dan Yurttaş'a Doğru*, dizi koord. Oya Baydar, ed. Artun Ünsal, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul, 1998.

Van Den Haag, Ernest, "Of Hapiness And Of Despair We Have No Measure", *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg.(New York: Free Pres) 1964.

Van Dijk, Teun "Söylem ve İdeoloji: Çokalanlı bir Yaklaşım", Çev. Nurcan Ateş, *Söylem ve İdeoloji*, der. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, İstanbul, Su Yay., 2003.

*Webster's New World Dictionary*, 2nd College Edition, 1992.

Wilensky, Harold L., "Mass Society And Mass Culture", Berelson, Janowitz (Der.) *Reader in Public Opinion And Communication*, The Free Press, New York, 1966.

Williams, Raymond, *Culture And Society,* Chatto And Windus, Londra, 1958.

————, *Keywords*, Fontana:Londra, 1983.

Wilson, Edmund, "Who Cares Who Killed Roger Ackroyd?" *Mass Culture*, Der. David M. White, Bernard Rosenberg. (New York: Free Press, 1964.

Winston, Brian; "The CBS Evening News, 7 April 1949:Creating an ineffable television Form", *Getting The Message*, John Eldridge der. Glasgow University Media Group, Londra:Routledge.

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

Woollacott, Janet, "Messages and Meanings", *Culture, Society and the Media*, ed. M. Gurevitch, et.al., Routledge, Londra, ss. 91-111, 1990.

Zizek, Slavoj, *Kırılgan Mutlak*, Çev. Mehmet Öznur, Encore Yay., 2003.

İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara

# Toplumsal İletişim

## Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar

Nurçay Türkoğlu



İletişim kurmanın amacı "anlaşabilmek" mi? Kendimden başkalarının varlığından haberdar olduğumu belirtmek mi? İşaretlere neden ihtiyaç duyuyorum? İletişim her zaman hareketli midir? Sessizlik ve hareketsizlik bir şeyler anlatmaz mı? Mağaranın iç duvarlarına geyik resmi çizen avcı kiminle iletişim kurmaya çalışıyordu? Peki Roma imparatorları devasa büyüklükteki anıt binaları neden inşa ettirdiler? Duman işaretlerinden internete uzanan iletişim serüvenini insanlığın serüveninden ayrı düşünemeyeceğimiz apaçık.

Elinizdeki kitap yalnızca bir kavram sözlüğü ya da kuramsal tarihçe olmakla yetinmemekte, toplumsal iletişim alanında akademik çalışmalar yapmak isteyenlere bazı inceleme örnekleri sunma çabası göstermektedir.

Babil
Toplum Bilim

babil@seyhanmuzik.com

ISBN 975-8480-66-9