

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

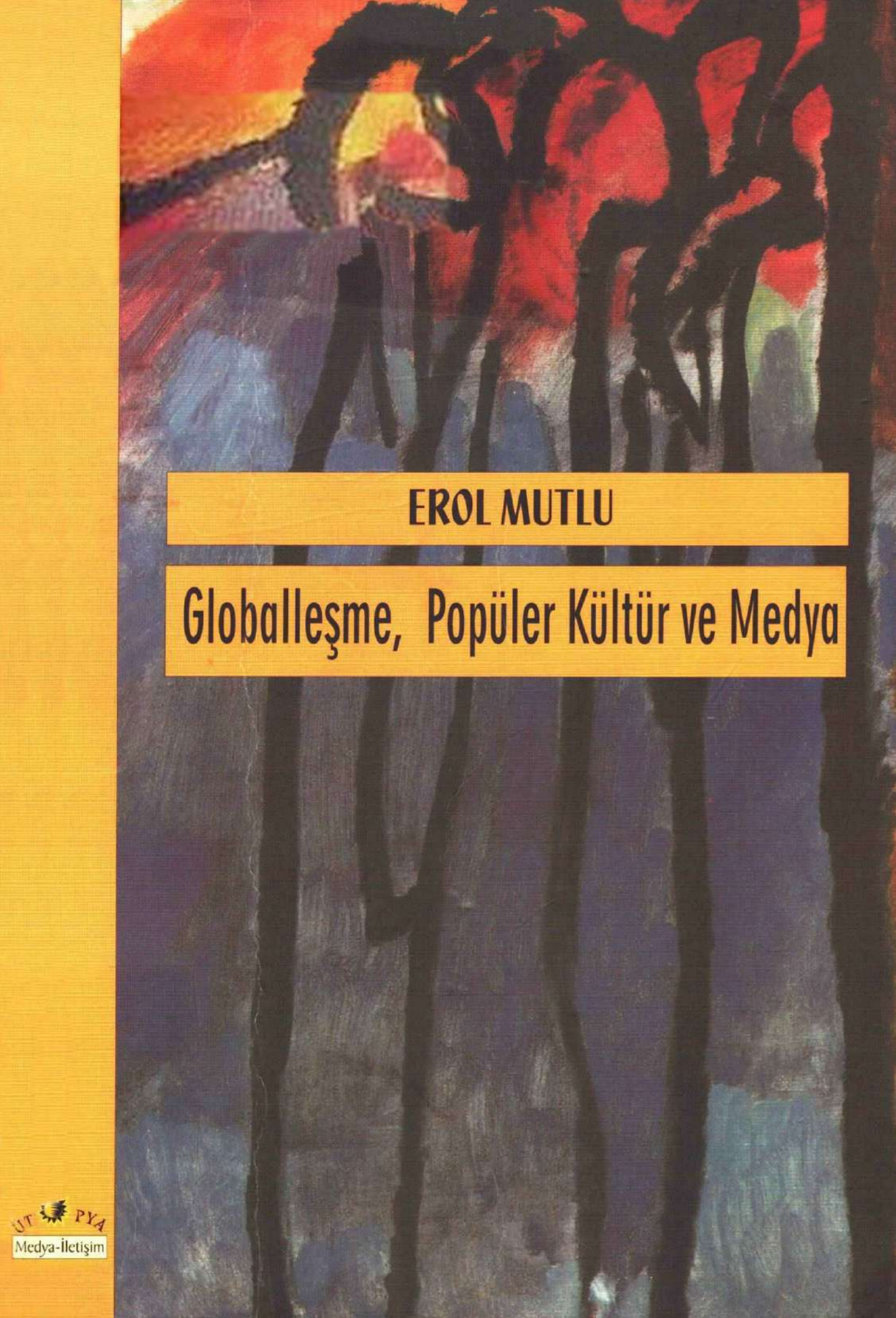
RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>



EROL MUTLU

Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya

Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya EROL MUTLU





Ütopya Yayınları: 125
Medya-İletişim Dizisi

© 2005 Ütopya Yayınevi

Yayına Hazırlayanlar

D. Beybin Kejanlıoğlu – Aytaç Yıldız

1. Baskı

Ütopya Yayınevi

Kasım 2005

Kapak ve Sayfa Düzeni

Sevgi Küçük Çoban

Baskı ve Cilt

Sözkesen Matbaası

Tel: (0 312) 395 21 10

ISBN 975-6361-36-0

Ütopya Yayınevi

Ataç I Sokak 33/15 Kızılay / Ankara

Tel-Fax: (0 312) 433 88 28

e-posta: utopyayayinevi@hotmail.com

EROL MUTLU

**GLOBALLEŞME,
POPÜLER KÜLTÜR VE MEDYA**

İÇİNDEKİLER

YAYIMA HAZIRLAYANLARIN ÖNSÖZÜ	9
KESİM 1: KİTLE İLETİŞİM, TELEVİZYON VE FİLM KURAMLARI	11
KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI ÜZERİNE	13
İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ALANINA AYKIRI BİR BAKIŞ: BİR ÜST-İLETİŞİM OLARAK İLETİŞİM ÇALIŞMALARI	28
KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI VE TÜRKİYE'DE BASIN-YAYIN EĞİTİMİ	50
BİR TOPLUMSAL BİLİM ALANI OLARAK İLETİŞİM	51
İLETİŞİM KURAMLARI VE ELEŞTİRELLİK	61
İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA BUGÜNKÜ DURUM	64
TÜRKİYE'DE İLETİŞİM DİSİPLİNİ VE BASIN-YAYIN EĞİTİMİNİN DURUMU	70
TELEVİZYONU DÜŞÜNMEK	75
BİR 'KALKINMA' ETKENİ OLARAK TELEVİZYON	75
BİR EĞLENCE ARACI OLARAK TELEVİZYON	77
KİTAP KÜLTÜRÜ-TELEVİZYON KÜLTÜRÜ	79
TELEVİZYONA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR	80
SONUÇ	83
NİÇİN TELEVİZYON SEYREDİYORUZ?	86
SEYRETSEN BİR TÜRLÜ, SEYRETMESEN... ..	88
KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI	93
KAÇIŞ İÇİN TELEVİZYON İZLEME	100
ETKİLER YAKLAŞIMI	108
TELEVİZYONUN KÜLTÜRLEYİCİ ETKİLERİ	123
İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARINDA DÖNEMEÇ	127
TELEVİZYON VE ÇOCUKLAR	165
DEĞERLENDİRME	186

FİLM KURAM(LAR)INI NİÇİN KURMA(MA)LI?	195
MÜDAHALE Mİ, MESAFE Mİ?	197
KURAMIN MASUMİYETİ	198
KISA BİR TARİHSEL DEĞERLENDİRME.....	200
BAZIN'IN MÜDAHALESİ	201
SONUÇ	203
KESİM 2: GLOBALLEŞME	205
GLOBALLEŞEN MEDYA	207
DİJİTALLEŞME VE MEDYA	208
GLOBALLEŞEN MEDYA.....	212
SONUÇ	216
SADDAM, İKİZ KULELER VE GLOBAL MEDYA AHLAKI	218
MEDYANIN 'KÖRFEZ SAVAŞI' SERÜVENİ	221
FİLMİN DEVAMI CNN'DE	223
DERSLER, SORULAR VE AÇIKLAMALAR.....	225
BİLGİ ALMA ÖZGÜRLÜĞÜ VE MEDYA	227
MEDYA ETİĞİNE TARİHSEL BİR BAKIŞ	231
PARTİZAN BASINDAN POPÜLER BASINA.....	233
MEDYANIN TOPLUMSAL SORUMLULUĞU.....	235
ETİK BİR DOKTRİN OLARAK 'NESNELLİK'	237
NESNELLİK ETİĞİNE ALTERNATİF ARAYIŞI: 'KAMU YA DA YURTTAŞ GAZETECİLİĞİ'	241
YENİDEN MEDYA ETİĞİ.....	245
DEĞİŞEN DÜNYA, DEĞİŞEN MEDYA.....	248
MEDYANIN ÖZGÜRLÜĞÜ, MEDYANIN ETİĞİ	250
MEDYANIN ÖZGÜRLÜK SINIRLARINI YENİDEN DÜŞÜNMEK	255
SONUÇ	257
ŞİRKETLEŞEN ÜNİVERSİTELERİN MÜŞTERİLERİ OLMAK YA DA ÜNİVERSİTELİ OLMAK...	259
ÜNİVERSİTE DEĞERLERİNİN KÖKENİ.....	263
TEHDİT ALTINDAKİ DEĞERLER!	266
GLOBALLEŞME	269
HÜKÜMETLER VE ÜNİVERSİTELER	272
ŞİRKETLEŞME VE AKADEMİK MESLEK	276
SON BİR İKİ SÖZ	278

GLOBALLEŞMENİN KÜLTÜREL İMKANLARI, PASAPORT VE TURİSTİK KALELER	279
PASAPORT VE TARİHİ-TURİSTİK KALELER.....	280
GLOBALLEŞME ÜZERİNE BİR NOT	283
ULUSAL KÜLTÜR-POPÜLER KÜLTÜR.....	287
SONUÇ	289
KESİM 3: POPÜLER KÜLTÜR VE FUTBOL	291
POPÜLER KÜLTÜRÜ ELEŞTİRMEK	293
POPÜLER KÜLTÜR VE ELEŞTİRİSİ	293
POPÜLER KÜLTÜR İÇİN ‘KİTLESEL’ BİR TEMİZLİK.....	306
POPÜLER KÜLTÜR NEDİR?.....	313
SON SÖZ.....	330
AVRUPA’YI SALLADIK İNGİLTERE’Yİ SARSACAĞIZ: FUTBOL, MİLLİYETÇİLİK VE ŞİDDET ..	334
DEĞİŞEN DÜNYA, DEĞİŞEN FUTBOL.....	337
SPOR: SAĞLAM KAFA MI, SAĞLAM VÜCUT MU?.....	339
SPOR VE TOPLUMSAL RİTÜELLER	340
SPOR VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI.....	341
MİLLİYETÇİLİK VE SPOR	343
FUTBOL, TELEVİZYON VE MİLLİYETÇİLİK	345
SONUÇ: AVRUPA’NIN FUTBOLLA AÇILAN ‘KAPISI’	347
KESİM 4: SİYASAL İLETİŞİM	353
ÖZAL VE ÖZALCILIK	355
SİYASAL İLETİŞİM, POPÜLER KÜLTÜR VE DİL	355
REAGAN-THATCHER VE ÖZAL	357
SİYASAL İLETİŞİM	362
POPÜLER KÜLTÜR	367
MODERNLİK	370
RETORİK	380
ÖZALCILIK: İŞ BİTİRME, ORTADİREK VE VİZYON	386
ÖZETLE	392
MEDYAKRASI VE DEMOKRASİ: REFAHYOL’UN MEDYATİK HİKAYESİ	395
MEDYATİK BİR DÜNYA SORUNU.....	395
ENTELEJENSIYA SORUNU	397

MEDYATİK AYDINLAR.....	398
MEDYAKRASI UYDURMASI	400
MEDYAKRASI VE MEDYATİK BİLGİNİN GÜCÜ	401
MEDYA VE REFAHYOL İLİŞKİSİ	405
SORUMLU KİM?	408
MEDYANIN SORUMLULUĞU	411
MEDYANIN MAGAZİNLEŞMESİ.....	414
MEDYAKRASI VE REFAHKRASI	417
REFAHYOL’UN MEDYATİK ÖYKÜSÜ	419
SONUÇ	431

YAYIMA HAZIRLAYANLARIN ÖNSÖZÜ

Bu kitapta toplanan yazılar, Erol Mutlu'nun 1992 ile 2002 yılları arasında çeşitli dergilerde yayımlanmış makalelerinden ve bir kitabının bir bölümünden oluşuyor. Erol Mutlu'nun isteği üzerine bir araya getirdiğimiz ve kendisinin de onayladığı bu derlemede yer alan yazılar, uslanmaz bir entelektüelin düşüncesinin uzantılarının yalnızca belli bir kısmını kapsıyor. Bu kapsam dahilinde iletişim, kitle iletişimi, televizyon, sinema, izleyici, kuram, globalleşme, üniversite, kimlik, popüler kültür, modernizm, postmodernizm, siyasal iletişim gibi kavramların sorgulanmasına, örneklerle açıklanıp tartışılmasına tanık oluyoruz.

Kitap dört kesimden oluşuyor. Diğerlerinden görece ağırlıklı bir yer tutan ilk kesimde kitle iletişim kuramlarına ilişkin metinler yer alıyor. Bu metinlerde Erol Mutlu'nun 1992'den 2001'e uzanan düşünsel serüvenini, bu serüvendeki kırılma noktalarını izlemek mümkün. İlk metin, bir konuşma metni ve Mutlu'nun 'kitle iletişim kuramları'na ilişkin son dönemdeki görüşlerinin anahatlarını sunuyor. İkinci metin, kültürel çalışmalara açılan daha eski tarihli bir yazı; üçüncüsü ise 1992 tarihli, Türkiye'de basın yayın yüksek okullarının iletişim fakültelerine dönüşmesi dönemindeki ateşli tartışmalar sırasında alınan bir konumu işaretliyor. Konuları itibarıyla kesişen ancak Mutlu'nun iletişime ve kitle iletişimine bakışındaki farklılaşmaları da sunan bu üç metin, sadece bir düşünsel değişimin izini sürmek için değil, 'kitle iletişim kuramları'na giriş için de vazgeçilmez bir öneme sahip. 'Niçin Televizyon Seyrediyoruz?' başlıklı kitap bölümü ise televizyonu odağa alan ama aslında kitle iletişim kuramlarının daha ayrıntılı ve kolay anlaşılır biçimde işlendiği bir metin olarak karşımıza çıkıyor.

Yine birinci kesimde yer alan ‘Televizyonu Düşünmek’, televizyonun bir kalkınma etkeni olarak algılanması ile bir eğlence aracı olarak görülmesi biçimindeki iki görüşün, aslında nasıl birbirinin türevi olduğunu gösteriyor; ve bizi, televizyona kuramsal yaklaşımların farklı unsurlara (metin, endüstri, teknoloji, izleyici) odaklanarak ortaya çıkardıkları parçalı yapıyı eleştirel bir düşünümüne konu etmeye çağırıyor. ‘Film Kuram(lar)ını Niçin Kur(ma)malı?’ başlıklı yazı ise sinema özelinde kuram-pratik ilişkisini irdeleyen bir deneme niteliğinde.

İkinci kesim, Mutlu’nun ‘globalleşme’ kavramı etrafında farklı konuları ele aldığı görece yakın zamanlardaki dört yazısından oluşuyor. Bu konular arasında medya, medya ahlâkı, üniversite, kültür ve kimlik konuları öne çıkıyor. Bu kesimde popüler kültürün sorgulanmasına bağlanan son yazı, üçüncü kesimin izleğine geçişi de oluşturmuş oluyor: Hem genel olarak hem de futbol örneği üzerinden ‘popüler kültür’. Son kesimde ise Mutlu’nun ‘siyasal iletişim’ bağlamında değerlendirilebilecek Özalcılık ve Refahyol hükümetine ilişkin çözümlemeleri var.

Bir bütün olarak bu kitabın, Türkiye’de bir sosyal bilimcinin, bir akademisyenin, bir entelektüelin düşünsel serüvenine ilişkin kısmî de olsa bir izlenim sunduğu kadar iletişim, sosyoloji, siyaset bilimi alanlarında öğrenim görenlerin yararlanabileceği vazgeçilmez bir kaynak da oluşturduğu düşüncesindeyiz.

D. Beybin Kejanlıoğlu

Aytaç Yıldız

Eylül 2005, Ankara

KESİM 1

KİTLE İLETİŞİM, TELEVİZYON VE FİLM KURAMLARI

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI ÜZERİNE*

Kitle iletişim kuramları başlığı altında konuşurken aslında burada medya üzerine konuşacağımızı belirtmem gerekiyor. Kitle iletişim üzerine konuşurken kendi kişisel tarihimden yola çıkıyorum. İnsan nelerde yanıldı ya da neleri değiştirdi düşüncesinde, bunun yararlı olacağını düşünerek bu tecrübeleri aktarmak istiyorum. Nihayetinde yaklaşık yirmi yıldır bu işin içinde biriyim. Bu da belli bir süreç oluyor elbette ve bu süreç içinde de birtakım değişimler, yıkılmalar, gerilemeler, ilerlemeler, sıçramalar oluyor. Ciddi bir tarih yazarının ya da iyi bir tarih yazarının tespit edeceği dönüm noktaları oluyor.

Benim durumumda bu dönüm noktalarına bir örnek, başta düşünmeden kabul etmiş olduğum kitle iletişim kuramları tabirine epey bir zamandır karşı çıkıyor olmam. Bu beni rahatsız eden bir ibare. Niye? Çünkü bir kere en başta kitle kavramına kuşkulu bakıyoruz. Kitle kavramının özellikle Anglosakson ya da Amerikan versiyonunda bazı problemler olduğunu biliyoruz. Kitlenin atomize edilmiş birimler vesaire şeklinde yekpare bir bütünlük olarak tarif edilmesi yüzünden, ne geçmiş toplumları ne de bugünkü toplumları ifade eder bir kavram olmadığını ya da tanımlanabilecek nitelikte bir kavram olmadığını biliyoruz. Dolayısıyla kitle iletişim kuramları tabirini kullanmaktan kaçınmak gerektiğini düşünüyorum. Ama bunu mecburen kullanıyoruz, çünkü ders programımızda ‘kitle iletişim kuramları’ yer alıyor; isim olarak yer alıyor. Derslerden birini

* *İletişim*, Sayı: 9, 2001: 207-220 (Bu metin, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde düzenlenen Salı Toplantılarından birinde yapılan konuşmanın metnidir. Yazılı metin, konuşmanın doğrudan deşifresi olduğu için ortaya çıkan bazı cümle düşüklükleri düzeltilmiştir -yhn).

de ben veriyorum bu başlık altında, ama burada dediğim gibi medyayla sınırlamamız lazım.

Medyayı da kitle iletişim araçları şeklinde tarif etmemek lazım, tam doğrudan doğruya medya olarak, yani ‘araçlar’ anlamında almamız lazım. Ortam lafı daha hoş olabilir belki. Çünkü araçlar diye düşünecek olursak o da birtakım yanlışlıkları içeriyor. Neden? Çünkü bu kurumlardan söz ettiğimiz ya da artık medya dediğimiz zaman ne anlıyoruz? Televizyon diyoruz bunun teknolojisini mi anlıyoruz yoksa işlevlerini mi anlıyoruz, yaptığı işi mi anlıyoruz? Araçlar dediğimiz zaman sadece tekniğe indirgemiş oluruz bütün tartışmayı. Yani nedir, nasıl işliyor bunlar gibi. Medyanın bundan daha fazla nitelemeleri hak ettiğini düşünüyorum.

Dolayısıyla, kitle iletişim kuramları yerine medya kuramları demek daha doğru olur. Zaten giderek medya çalışmaları başlığı altında toplanıyor bu alanda yapılan çalışmalar. Ayrıca, medya kavramı demin söylediğim sakıncalarına rağmen kullanılması daha doğru olan bir terim. Daha iyi kabul edebileceğimiz bir kavram ya da terim üretilebilirse onu kullanmaya başlayabiliriz.

Şimdi kuramlardan söz ettiğimiz zaman, bu elbette akademik bir sınırlamayı ya da akademik bir disipline edici tarzı ifade ediyor. Bir disiplin olarak iletişim araştırmaları, çalışmaları üniversitelerde yer alınca ya da yer alma çabası içinde olunca ilk yapılması gereken bu disipline hemen bir tarih yazmak oluyor. Çünkü tarihsiz ne bir disiplin olur, ne de bir kuramlar bütünü olur. Çünkü tarih onu meşrulaştırmanın yoludur.

Tarih zaten bir sürü şeyi meşrulaştırmanın yoludur. En basiti meselâ millet meselesini meşrulaştırmanın yoludur. Nasıl ki bir millet kurarken ya da yaratırken aynı zamanda ona bir de tarih yaratmanız veya kurmanız gerekir; tarihi ölmeyen bir millet olamayacağına göre bir disiplinin de mutlaka önce tarihi olacak ki, o milletin varoluşunu nasıl meşrulaştıracaksak disiplinin varolmasını da öyle meşrulaştıralım. Ama hepimiz biliyoruz ki tarih yazmak aslında tam olan biteni belgelere dayanarak ardı ardına sıralamak de-

ğildir. Tarih büyük ölçüde ne kadar belgeye dayanırsa dayansın günümüzden, yani belli bir perspektiften yazılır. O zaman kitle iletişim kuramları tarihine baktığımız zaman muhtelif tarihler olduğunu görüyoruz. Bu muhtelif tarihler arasında bir seçme yapma imkânımızın elbette ki varolduğunu ama bu seçmeyi yaparken seçimimizi nasıl meşrulaştıracığımızı düşünmemiz gerekir. Böyle bir soruyla karşı karşıya kalıyoruz: Acaba hangi tarihi benimseyeceğiz yoksa yazılmış olan tarihlere ilave olarak, bu kez kendi perspektifimizden yeni bir tarih mi yazacağız? Aslında bütün disiplinlerle ilgili tarihlerde, yazılmış olan tarihlere dayanarak yeni tarihler yazıldığını görüyoruz. Peki bunu yazarken ne yapıyoruz? Bunu yazarken elbette bizim o an durduğumuz yere bakmamız gerekiyor. Yani bulunduğumuz konumdan yazıyoruz. Bundan on sene önce iletişim tarihi araştırmaları tarihi ya da iletişim kuramları tarihi yazacak olsaydım farklı yazardım, şimdi yazacak olsam farklı yazarım, işte onun için de bu kuramlar meselesi galiba, esasında çok tarif edici bir şey değil. Çünkü bugün benim bulunduğum pozisyon aslında kuramlara bakış tarzımdan ziyade benim zaten benimsemiş olduğum kuramsal yaklaşımı tarif ediyor.

Dolayısıyla her tarih yazını belirli bir kuramsal perspektiften yapılan bir iştir. Şimdi acaba ben bugünden, ki konumuz bu oluyor herhalde, kitle iletişim kuramları tarihi yazacak olsam nasıl bir tarih yazardım? Elbette bundan on beş sene önce, doktora tezimde yazmayı denemiş olduğum tarihi yazmazdım, yani Lazarsfeld'in o ikili ayrımını, iletişim araştırmalarını yönetsel araştırmalar ve eleştirel araştırmalar şeklinde ikiye ayırmasını kabul edip, oradan hareketle ben işte eleştirel pozisyonda yer alıyorum dolayısıyla eleştirel yaklaşım neymiş ona bir bakalım şeklinde bir tarih yazmazdım. Çünkü ondan sonra bir sürü başka gelişme oldu, aslında kafaları da karıştıran gelişmeler oldu. Ne gibi gelişmeler oldu? İşte Frankofonlar devreye girdi. Derrida, Lacan nerelerden girdilerse iletişim çalışmalarına ya da medya kuramlarına girdiler -bunu bilmek o kadar kolay değil, ama- onun da belki nasıl geliştiğine baktığımız olursak, o zaman bu kitle iletişim kuramları meselesinin ne ka-

dar karman çorman bir şey olduğunu ve tam da özünde ne kadar ideolojik bir şey olduğunu da ortaya çıkarmış olabiliriz. Çünkü Foucault ve diğerleri yıllardır mevcut, ama nedense özellikle Amerika'daki Academia'nın İngilizce bölümlerinde başladı isimlerinin duyulması. Bu isimler birden diğer bölümlerde de, özellikle dil bölümlerine çok yakın olan iletişim bölümlerinde de öne çıkmaya başladı ve kafaları da iyice karıştırdı tabii. Buna postmodernizm tartışmaları da eşlik etti. Böyle bir gelişmeye baktığınız zaman, araştırmalarını herkesin temel bir soruyla, kendine özgü temel bir soruyla karakterize ettiğini görüyoruz.

Tarih yazımları niye tarafsız değildir, dedik. Çünkü bir disipline, millete vs.ye dair bütün tarihler onu olabildiğince yüceltmeye yönelik olarak yazılır. İşte meselâ bir milletin tarihinde şunları kestik, bunları öldürdük, bunları bilmem ne yaptık şeklinde bir tarih yazılmaz ama bütün bunların nasıl cengâverce yapıldığı yazılır. Yani kötülükler yazılmaz, hep iyilikler yazılır, hep böyle olumlu unsurlar ön plana çıkarılır. Bu olumlu unsurlar aslında bugünün değerlerine göre olumlu unsurlardır. Tarihteki o olayların yaşandığı dönemde ise düşmanı kesmek, öldürmek olumlu değer olabilir. Ama işte tarih hep daha sonra ve o dönemin değerleri çerçevesinde yazılır.

Kitle iletişim kuramları tarihi yazanlar da meselâ Weber'in gazete araştırmaları yaptığını söyleyerek, bu disipline Weber'in dahi bir yerinden bulaşmış olduğunu, dolayısıyla ne kadar kıymetli bir iş yaptıklarını anlatma çabası içine girerler. Böyle bir yüceltmeye girmenin bir manası var mı? Manası var, çünkü nihayetinde belirli bir alan içinde o alanın elemanları olarak bir şeyler yapmaya çalışıyoruz. Dolayısıyla sırtımızı böyle yüceltilmiş, cengaverlik dolu, büyük isimlerle dolu bir tarihe dayamamızda beis yok. Meselâ iletişim çalışmaları ile ilgili bir yazısında Gerbner, alanın tarihini ta Platon'a kadar götürüyor. Ama eski Yunan'da iletişim lafı yok, kitle lafı yok, kuram lafı yok. Yani Platon'da bu anlamda kuram lafı ya da teori lafı yok, ama sonuç olarak, mesela Georgias'ın iletişimin temel kitaplarından birisi olduğunu söylüyor, Gerbner. Sonra Aristo'nun *Retorik*'i geliyor ve tarih böylelikle nihayetinde iletişim için dahi

eski Yunan'da bir kaynak bulmuş oluyor. Tabii kökleri en azından Eski Yunan'a kadar uzanan bir disiplinin de çok kıymetli bir disiplin olarak kabul görmesi kaçınılmaz oluyor.

Teori lafı o zamanda yok dedik. Tabii var biliyorsunuz. Çünkü teori lafının kaynağı Yunanca. Teorinin oradaki anlamı tarif edici ya da görüp anlatıcı olmak, çünkü orada felsefe ve bilim farklı olarak anlaşıyor. Yani hakikat başka, olan bitenin tasviri ve onun anlatılması başka bir şey. Teori bu anlamda kavram olarak o dönemde yani Antik-Yunan'da felsefenin düzeyinde olan bir şey değil. Ama günümüzde teorilere baktığımız zaman, kitle iletişim teorileri de dahil olmak üzere terimin bu anlamının son derece bulandırılmış, karıştırılmış olduğunu görüyoruz.

Şimdi madem ben bu konuyu kısıtlamak durumundayım, o zaman kafa karıştırıcı bazı gelişmeleri ya da son zamanda ortada olan kafa karıştırıcı manzarayı biraz temizlemeye çalışmakta fayda olduğunu düşünüyorum. Nasıl bir temizlik yapılabilir burada? Bir kere bazı iletişim çalışmalarının bazı indirgemeciliklerle malul olduğu düşüncesindeyim ve bu indirgemeciliğin kaynağının ideolojik olarak niye böyle olduğunu tespit edebilmiş değilim. Ama eleştirel düşünce ya da eleştirel yaklaşım adına eleştireliliğin giderek kısırlaştırıldığını tespit etmekteyim. Bu neden böyle oluyor? Belki bazı Frankofonların iletişim alanıyla doğrudan ilgili olmadıkları halde bu alana dahil edilmesiyle böyle oluyor. Tabii burada en büyük problem, post-yapısalcılık ya da ondan daha ileride postmodernizm yaklaşımlarının medya çalışmalarına ağırlığını koymasındır. Biliyorsunuz, dil, metin, metin ve okurun ya da izleyicinin buluşması ve bu buluşmanın anlamlar üretmesi vb. gibi tartışmalar çok ağırlıklı olarak hakim oldu medya çalışmalarına. Burada tabii izleyici sorunu ya da metin sorunu ya da bunların birlikteliği sorunuyla ilgili bir konu değil benim söylemek istediğim. Burada gözden kaçan bir şey oldu. Gözden kaçan şey, bizim içinde yaşadığımız toplumda bizi konumlandıran ya da sınırlandıran iktidar ilişkilerini gizler hale gelmesi oldu. O zaman eleştirelilik tikel anlamda ya da mevzi anlamında birtakım ironik değerlendirmelere indirgendi; eleştirel dü-

şünce ironik bazı değerdendirmelere ya da betimlere, tasvirlere indirgendi. Bunu günümüzdeki bazı akademik yazılarda da, akademik olduğunu iddia eden yazılarda da görüyorsunuz. Popüler kültür üzerine yazanlarda görüyorsunuz. Belli bir ironi var, bu ironi içinde bir betimleme var, ama bir türlü biz bunun arkasındaki iktidar ilişkilerini ortaya çıkarmıyor, tartışmıyoruz.

Medyada da bu tarz indirgemeciliklerin ve eleştirel düşüncenin çok garip bir şekilde iktidarı, iktidar ilişkilerini, eleştirel olduğunu iddia ede ede gizler hale geldiğini görüyoruz. Aslında bunun altında yatan neden şu tabii. Medya üzerinde odaklandığımız zaman medyanın nasıl tarif edileceği sorunuyla karşı karşıya kalıyoruz. Yani medyayı acaba biz araç olarak mı değerlendireceğiz yoksa medyanın malzemesi olan metinler, programlar, haberler vs. neyse onlara mı bakacağız? Eğer biz medyayı sırf araç olarak, kurum olarak değerlendirecek olursak, o zaman elbette ki onun toplumsal bir kurum olarak yapısına, işlevine bakmamız gerekir. Daha doğrusu nasıl yapılaştığına bakmamız gerekir. Yani o zaman medyanın otomobil endüstrisinden ya da buzdolabı üreten kurumlardan bir farkı kalmaz. Ama biz biliyoruz ki, medyanın önemli bir yanı, diğer endüstrilerden farklı olarak temsil yani gösterge değeri yüksek bir ürün üretiyor olması. Otomobil endüstrisine dair yapılacak bir araştırma ya da çalışma onun genel endüstri içindeki ya da ekonomi içindeki değeri ile ölçülebilecek bir şeydir. Onun temsil değeri elbette vardır. Ama bunun daha çok tüketicisine statü kazandırma anlamında bir temsil değeri olabilir. Medya ürünleriyle karşılaştırdığımız zaman ise, otomobil endüstrisinin bu temsil değerinin son derece düşük olduğunu görüyoruz. O zaman medyaya baktığımızda ya da medyayı araştırırken temsil değeri dediğimiz kavram daha fazla ön plana çıkmak durumunda kalıyor.

Temsil değerini neyin üzerinden kuruyoruz, elbette ki dilin üzerinden kuruyoruz. Dil dediğimizde, artık yine hepimiz tartışmalardan biliyoruz, sadece konuştuğumuz, yazdığımız doğal dili değil, fotoğrafı, resmi, görüntüyü, her türlü ifade yapısını anlıyoruz. Araç dediğimiz zaman da ideolojik bir şey söylemiş oluyoruz. Acaba dil

araç mıdır? Yani bütün bunları aktaran bir şey mi? Bunun da medya çalışmalarıyla çok yakından ilişkisi var aslında. Kitle iletişim araştırmaları ve kuramlarında ya da medya çalışmalarında kırılma noktasını da bu dil konusunun devreye girmesi ile birlikte görüyoruz. Tam o noktada, bir kırılma olduğunu görüyoruz; çünkü bu kırılmadan önce, medya, hatta medya ürünleri tamamen bir niyeti aktaran, realiteyi ya da gerçekliği olduğu gibi ya da çarpıtarak aktaran, daha doğrusu, manipülasyona en fazla açık olan, çarpıtmayı gerçekleştiren bir araç şeklinde görülüyordu. Burada dil de, medya da tamamen bir araç biçiminde değerlendirilmiş oluyordu. Tabii bunun etkisinin ne olduğu da etki paradigmasının içinde değerlendiriliyordu.

Paradigma lafını da biraz daha farklı biçimde değerlendirmek lazım. Belki parantez içinde bir tartışma olabilir mi diye düşünüyorum. Kafamı yoran bir konu olduğu için; aslında üzerinde çok da fazla düşünmüş olduğumu zannetmiyorum, ama tabii bilimlerdeki paradigma anlayışıyla sosyal bilimlerdeki paradigma anlayışı arasında bir fark var, ama sosyal bilimlerin de paradigma kavramını kullanmaya başlaması acaba, kendisini doğa bilimleri statüsüne yükseltme isteğinin bir tezahürü müdür sorusu da zihnimi yormuyor değil doğrusu. Şimdi aslında bilimsel paradigmalardaki kopuşlar ya da tabii bilimlerdeki bu tür kopuşlar sorulan soruların da farklı olmasından kaynaklanıyor. İşte Newton fiziğiyle Einstein fiziğinin birbirinden farklı olması gibi. Ama iletişim çalışmalarına baktığımız zaman aslında araştırma nesnesinin aynı olduğunu, yolların farklı olduğunu tespit ediyoruz. Yani *mainstream* (ana akım) dediğimiz araştırma geleneğinin çözemediği sorunları çözüyor diyemeyiz. Ya da onun bakıp bakıp da göremediği bir alanı eleştirel yaklaşım ya da kültürel çalışmalar yaklaşımı çözüyor. Ama ikisi de birbirinden farklı çözüyor. Eleştirel yaklaşım aslında hiçbir şeyi çözmiyor. Daha geleneksel eleştirel yaklaşım, *mainstream* yaklaşımın ipliğini pazara çıkarmakla meşgul. Paradigma dediğimiz zaman, Kuhn'un anlamındaki paradigmanın sosyal bilimlere uymadığını söylememiz gerekir; çünkü Lazarsfeld'den başlayarak e-

leştirel yaklaşımla *mainstream* yaklaşımın birbirini tamamlaması, birbirine destek olması gerektiği şeklindeki düşünce aslında tamamen ideolojik bir düşünce. Bakma görme ya da bilimsel araçların gereçlerin birbirinden farklılaşması ile ilgili bir şey değil. Bu bir gözlük farklılığı: Birinin baktığı yerde gördüğü farklı, öbürünün baktığı yerde gördüğü şey farklı. Çünkü birinin niyeti farklı, öbürünün niyeti farklı.

Simdi hemen buradan geri dönüyoruz. Paradigma lafını kullanırken de hani alışageldiğimiz için kullandığımızı ifade etmek için söylüyorum, yoksa bunu kurucu anlamda bir paradigma gibi sosyal bilimlerde özellikle iletişimde böyle bir paradigma lafının belki bir araştırma programı olarak görülecek olursa geçerli olduğunu ama böyle bütünlüklü, ideolojisiyle, teorisiyle bütünlüklü bir yapıdan söz etmediğimi ifade etmek istiyorum.

Evet dille ilgili konuya gelmiştik. Eğer medya bir araçsa, dolayısıyla dil de bir araçsa yani bir yerde bir gerçeklik var, bir hakikat var ve bu hakikati çarpıtarak yansıtan ya da aktaran kurumlarsa, o zaman iletişim kuramlarının yaklaşımları elbette ki farklı olacaktır. İşte bu etki gibi kuramlar bir anlamda belki böyle bir anlayıştan kaynaklanmıştır. Ama medya sadece gerçekliği aktaran ya da yansıtan, çarpıtan, bozan, kaynağını gerçeklikten alan bir şey değil, tam da bizzat o hakikatin ve gerçekliğin kurulmasına fiilen müdahale eden bir yapıdır, araçtır ya da kurumdur. Araç demek bu anlamda doğru olmuyor dersek o zaman bizim kuramsal bakışımız da birden farklılaşmış oluyor. Dili bu şekilde farklılaştırdığımız zaman bunun en uç örneğini postmodernizmde görüyoruz. Aslında aynı nesneye dair farklı farklı tarihlerin yazılıyor olması sanki bu postmodernist iddiaya yani aslında doğrudan doğruya bir gerçeklik yoktur ama gerçekliğe dair birtakım anlatılar vardır, dolayısıyla da bu anlatılar aslında gerçekliğin kendisini oluşturur gibi bir iddiaya gidiyormuş gibi oluyor ama burada farklı tarihleri de yine belki post-yapısalcı anlamda yapı bozuma ya da çözüme uğratabiliriz. Yani daha doğrusu eleştirebiliriz ve onun altında bir hakikati, doğruyu arama şansımız vardır. Öbür türlü, tamamen bir rölativizme

ve benim doğrum senin doğrundan daha doğrudur kavgasına ya da mücadelesine devrilmekten başka bir şey yapamayız -yani eğer bu tür bir yaklaşım hakim olacaksa ki, öyle bir eğilim, çok popüler bir eğilim var gibi görünüyor; popüler bir eğilim bu postmodernist eğilim. Kendi kendini yadsıyan bir eğilim bu, çünkü eğer bir iddia da bulunuyorsanız o iddianın bir kere gerçek olduğunu söylemek durumundasınız. Daha doğrusu bir eleştiri yapıyorsanız -ki postmodernist eleştiri de var- o eleştiri belirli bir kıstasa göre yapılan, belirli bir dayanağa göre yapılan bir şeydir. O zaman bu kadar dayanaksız bir ilişkiler ortamında herhangi bir şeyi eleştirmek, sadece senin kaşını beğenmedim, gözünü beğenmedim gibi hazza, hoşlanmaya indirgenen bir şey olabilir. Dolayısıyla zaten böyle bir açmaz söz konusudur.

Ama bu şu anlama gelmesin, artık iletişim kuramlarında dilin öneminin ortaya çıkması medyanın sadece bir aktarıcı gibi nötr, boş bir kuvvet olduğunun düşünülmemesi realitede ya da gerçekliğin kurulmasında bizzat zihnın, düşüncelerin ve dilin de etkili olduğunun düşünülmesi, tabii ki medya çalışmalarının ya da iletişim kuramlarının gelişmesi açısından faydalı olmuştur. Ama eğer şu sorunlar varsa iletişim çalışmalarının buna bakması gerekiyor. Nasıl bir toplum içinde yaşıyoruz? Bu toplumdaki iktidar ilişkileri nedir? Nasıl bir dünya içinde yaşıyoruz? Bu dünya içindeki iktidar ilişkileri nedir? Bu iktidar ilişkileri ile medya arasındaki ilişki nedir? Ve bu ilişkiler çerçevesinde acaba daha iyi, daha mutlu, daha güzel bir dünyaya nasıl ulaşabiliriz sorusunu sormayan bir kuram manalı bir kuram değildir. Ne olur o zaman eğer o soruyu sormuyorsanız. Acaba medya insanların düşüncelerini mi etkiliyor yoksa ne düşüneceklerini mi belirliyor gibi ya da medyanın öyle bir etkisi vardır ki, çoğunlukta olan düşünce yansıtılmadığı sürece kendini azınlıkta hissedeceği için suskunluğa gömölüp kalır gibi varsayımlara indirgenen; aslında hayatımızda bizim de sorduğumuz bu okkalı soruya herhangi bir yerden müdahale etmeyip sadece burada bu alan içinde kendimizi işçi olarak bize gösteren, bizlere oyalanmamızı söyleyen; bu alanda çalışan diğerlerine işte bak ben de böyle bir araştır-

ma yaptım, sen de bir araştırma yap bakayım bu gerçek miymiş, doğru muymuş, değil miymiş, onu da sen de sına ya da ben senden daha çok araştırma yaptım, sen benden az yaptın tarzı toplumu ve başka insanları pek ilgilendirmeyen işler yapıp dururuz. İşin ilginç yanı, toplumun müdahalesi de hep şöyle oluyor, ‘aaa hiç araştırma yapmıyor üniversitelerimiz’. Halbuki yapıyoruz işte, bir sürü araştırma yapılıyor. Ama toplumu ilgilendirmiyor.

Aslında bu soruların temelinde doğrudan doğruya toplumsal formasyonun kapitalist yapıyla mı, ilişkilerle mi karakterize olduğu sorusu yatıyor. Ama bunu tabii böyle sormuyorlar. Peki biz bunlara cevap verebiliyor muyuz? Bilmiyorum. Todd Gitlin’in hani akademik yazma tarzıyla ilgili ‘İletişimin Politikası Politikanın İletişimi’ başlıklı yazısında dediği gibi, akademi artık iyice toplumdan koptu. Bu sadece Türkiye’de değil, Amerika’da da olan bir şey. İngiltere hâlâ akademinin daha etkili olduğu bir ülke. Mesela Anthony Giddens’in bu üçüncü yol meselesinde Tony Blair’e destek olması, yani onu teorik zeminde destekliyor olması gibi. Giddens’in adı bile Blair’ın sağ-sol refah politikasının en azından aydınlarla satılmasında fevkalâde etkili. Dolayısıyla onun herhangi bir teori geliştirmesine de gerek yok. Giddens’in zaten Blair’i destekliyor olması yetiyor. Yani orada daha etkili gibi görünüyor akademisyenler. Ama genellikle akademi toplumdan bu anlamda koptu. Tabii şimdi soruyu böyle söylediğimiz zaman bu aslında teoriye gömülmüş olmakla ilgili bir şey de değil. Bu durumda toplumun kitle iletişim kuramlarıyla uğraşan bizlerden beklentilerinin doğru beklentiler olduğunu düşünüp onların beklentileri doğrultusunda mı iş yapacağız? Yani toplum televizyondaki şiddetin çocuklar üzerindeki, cinselliğin toplum üzerindeki etkilerinin ne olduğunu merak ediyor mesela. Aslında bunu merak edenler cevabını da veriyorlar. Olumsuz olduğunu düşünüyorlar. Çünkü zaten böyle olduğunu düşünmeseler böyle bir soruyu sormazlar. Bunu mu cevaplandıracağız, ki o zaman zaten belirli bir teorik tercihi benimsemiş olmak durumunda oluyoruz; yoksa, aslında temel meselenin bu olmadığını mı söyleyeceğiz? Yani ekonomi alanından

örnek verilecek olursa, sen eğer enflasyondan eziliyorsan burada düşman IMF midir? Yoksa IMF'nin de bir parçası olduğu bir bütün dünya sistemi midir sorusunun ortaya atılıp bunun tartışılması gerekiyor. Bunu akademia bir zamanlar, 1960'larda Türkiye'de yaptı. Ama üniversitelerin şimdi artık giderek toplumdan uzaklaştırılmış, uzaklaşmış olduğunu görüyoruz.

Tabii bir ikinci noktaya daha değinmek lazım herhalde burada. O da şu: Kültürel çalışmalar diye bir gelenek ortaya çıktı, onun yanı sıra ekonomi politik çalışmalar diye bir şey var. Bütün bunların medya kuramları ya da çalışmaları içinde yeri nedir sorusunu gündeme getirmemiz gerekiyor. Bunlar hep böyle geniş konular, çünkü ekonomi politik yaklaşıma baktığımız zaman bunun Marksist bir temeli olduğunu görüyoruz. Endüstrinin mülkiyet kalıpları ve bu anlamdaki ilişkilerin ne olduğu, dolayısıyla medya çalışmalarının belki kuramsal altyapısının bu kuram çerçevesinde oluşturulması gerektiği söyleniyor. Marx'a atfedilen altyapı üstyapı metaforundan hareketle konuşacak olursak, o zaman burada bir problem oluyor. Demin sözünü ettiğimiz gibi otomobil endüstrisi olsaydı medya endüstrisi, orada hakikaten mülkiyet ilişkileri çok önemli olabilirdi. Ama medya sadece bu değil. Mülkiyet ilişkilerinin önemli olmadığını söylemiyorum tabii. Hatta bunu söylemek yanlış bir şey olurdu. Ama burada şu yanlış ortadan kaldırarak yaklaşmak lazım. Medyanın sahibi olan ya da mülkiyetini elinde bulunduran zihinleri de yönlendirir yollu, Marx'ın, *Alman İdeolojisi*'ndeki ünlü lafından kaynaklanan iddiayı düşünün. Marx'ın (ve Engels'in de) bu iddiasının yer aldığı metin aslında Alman ideologlarına cevaben polemik olarak yazılmış bir risale. Marx zaten buna bir daha hiçbir yerde değinmiyor.

Orada bir yanlış anlama var, yani biz o paragrafa dayanarak, Marx'a dayalı bir ideoloji anlayışı geliştiriyoruz. Orada da dikkat etmek gerekiyor. Böyle bir şey yok. Burada bu sözden hareketle, medyayı kim elinde tutuyorsa, sahibi kimse, o zaman demek ki onun fikri topluma hakim olacak, egemen olacak şeklinde bire bir tekabüliyet ve indirgemeciliğe yönelme var. Aslında bunu böyle düşünmemek lazım.

Çünkü işte o zaman medyanın toplumda oluşturduğu kültür mü önemli, yoksa medyada yayınlanan haberde şu söylenmiş, bu yapılmış, bu mu önemli? Esasında önemli olan medyanın bir bütün olarak oluşturduğu kültürdür diye düşünmemiz gerekir, bizim içinde yaşadığımız mekâna dair düzenlemeleri belirlemesi, tanımlaması bakımından. Şimdi gelelim ekonomi politik yaklaşıma. Elbette ki ekonomi politik yaklaşım, esasında iktidarın ve ileri kapitalizmin en hassas noktasına değiniyor. Mülkiyet ilişkilerine değiniyor çünkü. O yüzden çok önemli. Ama medyada ekonomi politik yaklaşımın çok abartılmaması gerektiğini de işte bu temsil değeri açısından söylüyorum. Çünkü medyada Aydın Doğan'ın ya da bir başka ismin herhangi bir gazeteye ya da bilmem neye sahip olmasının çok fazla önemi yok. Çok fazla önemi yok derken, bu konuda araştırmalar yapılmasın anlamında söylemiyorum tabii. Nasıl değişiyor mülkiyet ilişkileri? Ondan sonra diğer ekonomik faaliyetlere nasıl yansıyor? Bu anlamda nasıl kullanılıyor? Bunların hepsi bilgidir ve bizim için çok faydalıdır ama bizim esas sorduğumuz soruya, yani bu iktidar ilişkileri, toplumun içindeki iktidar ilişkileri acaba medyada nasıl kuruluyor ve bize nasıl aktarılıyor ya da biz buna nasıl dahil oluyoruz sorusuna doğrudan cevap verebilecek kolaylıkta ve basitlikte bir cevap vermez bize ekonomi politik çalışmalar dediğimiz bu çalışmalar.

Kültürel çalışmalar dediğimiz konuda ise, bu sefer de kültürelcilik problemi ile karşı karşıya kalıyoruz, yani birinde ekonomizmle karşı karşıyayız, temsil değerini ya da kültür değerini ikinci plana atıyoruz; öbür tarafta da bu sefer kültürelci bir çalışma içinde kalıyoruz. Yani her şeyin kültür olduğuna kadar uzanan bir varsayım ya da yaklaşım bu. Bu paradigmada da temel sorunlar var. Neden temel sorunlar var? Çünkü aslında postmodernizmi de en çok destekleyecek görüşler bunlar. Yaşadığımız sadece kültürel sınırlamaların ve dayatmaların bize çizdiği gözlüğün içinden gördüklerimizdir şeklinde bir tarife indirgeyebiliriz yaptığımız işleri. Elbette, bu da başka önemli bir problem yaratmaktadır. Dolayısıyla sanki günümüzdeki kitle iletişim kuramları ile ilgili çalışmaların ya da medya

çalışmalarının bir yanda kültürel çalışmalar denen, diğer yanda da ekonomi politik denen iki kutupluymuş gibi takdim ediliyor gibi olması da bence aslında bugünün tarihini yazma çabası içinde olanların, bugünün tarihini bugünden yazmaya çalışanların yaptığı kışkırtıcılıktan başka bir şey değildir. Yani acaba biz bunları nasıl buluşturacağız şeklinde, yani nasıl bunları yakınlaştıracamız şeklinde bir soru ortaya attığımız zaman aslında bu pehlivanları ‘hadi aslanım, hadi aslanım’ şeklinde kızıştırmaktan öte bir şey değildir. Tabii sadece böyle bir kızıştırmanın yanı sıra birkaç tane de akademik anlamda sağa-sola satabileceğimiz ‘işte ben bir tane daha yazdım’ şeklinde bir çabanın ürünü olarak görmekte yarar var bunları. İşin kötü tarafı, biz bütün bu yazılan yazıları, makaleleri fevkalâde akademik disiplin içinde görüyoruz. Çünkü biz ‘yayın yap ya da yok ol’ durumunda değiliz fazla. İşte akademiada terfi için aranan puanları biliyorsunuz atanmak için, bayağı düşük düzeyde. Üç tane makale yaz, tamam. Dostlar alışverişte görsün yani. Giderek belki ileride o hale geleceğiz, ama hakikaten biz bunları bilgiyi geliştirme, insanlarla paylaşma anlamında yazılmış şeyler olarak görüyoruz. Aslında dışarıda, akademik endüstri içinde varolabilme, varlığını idame ettirebilmeyi sağlama gayesinin daha fazla olduğunu düşünüyorum, o yüzden birden bir makale görürsek, acaba eleştirel yaklaşımlarla *mainstream* yaklaşımlar arasında bir ‘convergence’ (yöndeşme) söz konusu olabilir mi, niye olmasın, bakın bu ortak noktalar var gibi tartışmaların aslında ben buldum, bir de makale yazma imkanına kavuştum şeklinde bir düşüncenin ürünü olduğunu da göz ardı etmeyelim. Bu şu anlama gelmiyor tabii. Yani bu adamların hepsi sadece bu iş için bunu yapıyorlar, başka da bir şey değil anlamına da gelmemeli, ama bu ideolojik temizlemeyi yapmadan makale okumayalım. Hakikaten bize çok ilginç gelebilir oradaki fikirler, ama o fikirlerin niye bu makaleye konu olduğunu da bu anlamda düşünmemiz lazım. Şimdi tabii yine burada bu ‘yayın yap ya da yok ol’dan daha az etkilenen bazı kurumları ya da kişileri göz önüne almamız lazım. Mesela en son Justin Lewis’in bir yazısını okudum. Bu metodoloji problemine ağırlık veriyordu. Meto-

dolojinin aslında farklı ‘kuramsal yaklaşımları’ birbirinden ayırt etmekte, birbirinden uzaklaştırmakta kullanıldığını, aslında metodolojinin hakimiyetine karşı bir mücadele verilmesi gerektiğini söylüyordu. Yani bununla mücadele etmemiz lazım. Nedir bu mücadele? İşte nicel ve nitel teknikler arasındaki mücadele sanki temel bir sorunmuş gibi sunuluyor. Şimdi böyle bir sorun ortaya atıldığı zaman, kuramsal çalışmalar da elbette kısırlaşıyor. Neden? Çünkü iktidar nicel olarak da araştırılabilir, nitel olarak da araştırılabilir. O zaman teknik burada o kadar önemli değil. Önemli olan, sorduğumuz sorunun ne olduğudur. Zaten aslında nitel olarak yapıyorsanız araştırmayı, gene aynı zamanda sorduğunuz sorunun, soruyu sormadaki maksadınız neyse cevabını o şekilde alacağınız kesindir. Nicelde de bu böyledir, nitelde de bu genel olarak böyledir. Çünkü soruyu belli bir şekilde formüle etmek zaten onun cevabını bir anlamda veriyor olmak gibi de bir şeydir. Televizyon, çocukları nasıl etkiliyor sorusunun niyeti, çocukları kötü etkiliyor düşüncesinden temellenir. Araştırdığınız zaman cevabını mutlaka çocukları olumsuz etkiliyor olarak bulacağınız bir sorudur yani. Şunu demek istiyorum: İster nicel ister nitel hangi biçimde araştırıyorsanız, orada, zaten beklediğiniz cevabı alacaksınız demektir. Zaten beklediğiniz cevabı alamazsanız büyük ölçüde oradan bir şey çıkarma ya da yazma imkânınız da olmayacaktır. Ben işte böyle sayfalarca yazıp bunu araştırdım, benim varsayımım buydu, kusura bakmayın varsayımım doğru çıkmadı şeklinde bir cevap vermezsiniz. En az 15-20 sayfa yazıyorsunuz. 15-20 sayfa sonunda da yok böyle bir etki yokmuş, kusura bakmayın deyip kapatma imkânınız olmadığı için böyle bir nicel, nitel ayrımının da problem olduğunu düşünmüyorum.

Şu kuramlar tarihine şöyle yıkıcı bir şekilde bakmamız lazım. Yıkıcı şekilde bakarken kavramı temizliğini iyi yapmamız lazım. Kavram temizliği yaparken başka kavramsal problemlere de düşmüyor değiliz. Ama temelde bununla çok fazla uğraşmak lazım işte ben mesela medya dedim, ama burada konuşurken kitle diyorum. Yine kitle iletişim kuramları diyorum, aslında hani bunları kullanmamak lazım diyorum ama bunları kullanmamak lazım derken

kullandığımda orada ideolojik bir tarzı da ortaya koymuş oluyorum. Çünkü televizyon kitleleri etkiliyor dediğimiz zaman bu, son derece ideolojik bir laftır. Belli bir şey de ifade ediyordur ama çok ideolojik bir laftır, yani kitleler kimdir? Kitleler bizim dışımızda olan insanlardır. Burada temel sorun, sadece suya tirit sorular sormayıp gerçekten bir şey öğrenmek istiyorsak, bu öğrenmek istediğimiz şeyin aslında bence ciddi sorularla oluşturulan bir şey olması gerektiğidir. Cevabını biliyor olsak dahi bu ciddi sorular, medyanın etkileri gibi dar sorular olmayıp, medyanın da içinde yer aldığı daha genel iktidar ilişkisinin bizi birey olarak nerede konumlandığını ve ne kadar sınırlandırdığını araştırmamıza yol açan sorular olmalıdır. Böyle soruları araştırmak da tek bir kuramın altından kalkabileceği bir şey değildir. Bu, büyük çaplı düşünce sistemlerinin yapabileceği bir iştir. Günümüzde parçalana parçalana hiç büyük çaplı bir düşünce sistemine sahip olma imkânımızın kalmadığını görüyoruz, en azından bunu paylaşacak kimse olmadığını görüyoruz. Ama yine de biz kuram adına bu çabayı göstermekten ya da bu çaba içinde bulunmaktan kendimizi alıkoyamayalım diyorum. Kopuk kopuk ve parça parça sözlerle de olsa derdimi anlatabilmiş olduğumu umuyorum.

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ALANINA AYKIRI BİR BAKIŞ: BİR ÜST-İLETİŞİM OLARAK İLETİŞİM ÇALIŞMALARI*

İletişim sınırları ve kapsamı çok belirgin olmamakla birlikte, akademik dünyada giderek rağbet gören bir alan haline geldi. Gerek Türkiye’de, gerekse dünyada ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde iletişimin şu ya da bu düzeyini konu alan akademik yayınların, iletişimle ilgili üniversiter kurumların sayısında şu son yirmiyirmi beş yıl içindeki artış bu saptamanın açık birer kanıtı. Türkiye’de bugün adı doğrudan ‘iletişim fakültesi’ olan sekiz yüksek öğretim kurumunun yanı sıra, iletişimin herhangi bir alanıyla ilgili eğitim veren çok sayıda üniversiter birim bulunuyor. ABD Ulusal Eğitim İstatistikleri Merkezi’nin verilerine göre,¹ ABD’de lisans düzeyinde eğitim veren iletişim programlarını bitirenlerin sayısı 1970-71’den 1989-90’a gelindiğinde %385 artış göstermiş ve 10.324’ten 50.063’e yükselmiş. Yine bu merkezin verilerine göre ABD’de bugün iletişim okulu ve bölümünün sayısı 200’e ulaşmış durumda. İletişim alanındaki bu gelişmeye karşılık, örneğin toplumbilim alanında bunun tam tersi bir eğilim gözleniyor. Toplumbilim alanında lisans düzeyinde bir üniversite programını bitirenlerin sayısı 1970 yılında 36.000 iken, 1989-90’da 14.000’e inmiş.

Kısacası rakamlar iletişim akademisyenleri için, içinde çalıştıktan alana ilişkin çok doyurucu bir görünüm sergiliyor. Ama alandaki bu nicel artışın sağladığı doygunluk duygusuna karşın akademik çalış-

* Bu yazının bir versiyonu *Yeni Türkiye* dergisinde (1996) yayınlanmıştır. Bu yazının alındığı kaynak: *AÜ İLEF Yıllık ‘94*, 1996: 165-180.

¹ National Center for Educational Statistics, 1992, *Digest of Educational Statistics* 1992, (NCES Publication No. 92-097), Washington, DC: U.S. Department of Education, Office of Educational Research and Improvement.

malar açısından önemli sıkıntıların yaşandığına ilişkin çok sayıda belirti bulunuyor. İletişim alanında çalışanların dile getirdikleri bu rahatsızlık aslında bu alanın özgül sorunlarından kaynaklanıyor. Robert K. Avery ve William F. Eadie, bu sıkıntıyı, ‘bir alan olarak henüz ‘yeterince’ etkili değiliz. Ne toplum ne de çeşitli yüksek öğrenim alanlarına maddi destek verenler, henüz değerimize yeterince inanmış değiller’ diyerek dile getiriyorlar.² Ancak bu örnekten de anlaşılacağı üzere, sıkıntının nedeni çoğu kez alanı tanımamakta karşılaşılan zorluklar yerine, alanın başkalarına tanıtılmasındaki beceriksizliğe bağlanıyor. Aslında sorun böylesi bir halkla ilişkiler yetersizliği değil, akademik bir çalışma alanı olarak iletişim konusunda sağlam ve ortak bir kavramsal ve yönetimbilimsel bir zeminin varlığına ilişkin, büyük ölçüde haklı olan kuşku ve yaygınlığıdır. Nitekim Joshua Meyrowitz, iletişim alanında çalışan akademisyenlerin paylaştıkları sözlükçelerinin çok sınırlı olduğunu, birçok terimin farklı iletişim çalışmalarında çok farklı anlamlarda kullanıldığını, bunun da araştırmacıların birbirlerini yanlış anlamalarına neden olduğunu söyleyerek, alanın akademik anlamda ortak bir kavramsal zeminden yoksunluğuna dikkat çekiyor.³ Bu saptamalar nedeniyle bu yazı çok kısa da olsa bir ön-açıklama gerektiriyor. Böylesi bir açıklama iletişim alanında yaşanan kavramsal sorunlara bir miktar açıklık getirebileceği gibi, esas olarak yazının başlığındaki ‘aykırı’ nitelemesini de, daha en baştan birtakım olası ve yanıltıcı yan anlamlarından arındırabilecektir.

İletişim çalışmaları alanında ‘aykırılık’ savıyla ortaya çıkan bir durum kendini haklılaması hayli sorunludur. Çünkü ‘aykırı’lık, genellikle bütünlüklü, tutarlı ve ortak bir kavramsal zemin üzerine oturan konum(lar)a karşı tavır(lar)ı niteler. Oysa iletişim söz konusu olduğunda bu tür bütünlüklü ve tutarlı bir konumdan söz etmek, aka-

² Robert K. Avery ve William F. Eadie, “Making a Difference in the Real Word”, *Journal of Communication*, 43, 3, 1993.

³ Joshua Meyrowitz: “Images of Media: Hidden Ferment -and Harmony- in the Field”, *Journal of Communication*, 43, 4, 1993.

deminin disipline edici dayatmalarına karşın çok zordur. Aynı çalışmaların kimi yerlerde ve kimilerince ‘iletişim çalışmaları’, kimilerince ‘medya çalışmaları’, kimilerince ‘kitle iletişim çalışmaları’ olarak adlandırılması, daha bu alanın adı üzerinde dahi ortak bir anlayışa ulaşılamadığını göstermektedir. Bu ve benzeri anlaşmazlıklar aynı yö-rüngeye yönelik ayrı geleneklerden kökenlenen çözümleme yaklaşımları arasındaki tartışmalardan kaynaklansa, o zaman sorun alanın kimliği gibi temel bir tartışma konusuyla değil, başka bir düzeyle ilgili olurdu. Ama bu anlaşmazlıklar esas olarak araştırma konusuna ilişkin belirsizlikten kaynaklanmaktadır. Bu belirsizlik ise, tam da iletişimin kendisinin ele avuca gelmeyen doğası yüzündendir. Akademik mantık bu belirsizliği kuşatmak amacıyla iletişim konusunu, birbirlerinden kesin çizgilerle ayrılan, söz gelişi söz iletişimi (*speech communication*), örgüt iletişimi, kitle iletişimi gibi farklı alanlara ya da kişiler-arası iletişim, küçük küme iletişimi, kamusal iletişim gibi farklı düzeylere hapsedmiştir. Bu uygulamanın ilginç ve vahim yönü, yine bu alanların yakın zamana kadar birbirleriyle olan ilişkisinin, diyelim ki ruhbilim, toplumbilim, siyaset bilimi gibi akademik alanlarla olan ilişkilerinden daha mesafeli, daha dışlayıcı olmasıdır.

Bugün akademik kurumlaşma bünyesinde varlıklarını sürdü-re-gelen ayrımlar, iletişimin farklı alanlarında çalışanların, aralarındaki bu yapay sınırları sorgulayan müdahaleleriyle iyice sorunlu hale gelmiştir. Ne var ki iletişim dendiğinde hâlâ ağırlıklı olarak kitle iletişimi, kitle iletişim kurum, örgüt ve araçları, bunların iletileri ve izlerkümeleri anlaşılmaktadır. Üstelik tüm bu süreç ve kertelerde iletişimin diğer alanları ve düzeyleri de iş başında olmasına karşın...

Bu yazı akademik mantığın iletişimi birbirinden kesin çizgilerle ayrılan alanlara ve düzeylere bölme eğilimine şiddetle karşı çık-makla birlikte, bu ayrımlamayı sorunsallaştırma amacını taşımaktadır. Ama yine bu yazı, daha çok kitle iletişim araştırmalarındaki yaklaşımlarca ‘hakim’ çerçeveye ‘aykırı’ dururken, iddialarını iletişimin ‘söz iletişimi’ alanına girdiği varsayılan niteliklerinden esinle-nerek kurmaktadır.

Herhangi bir konular alanına el atmayı amaçlayan bir yazıyı kurarak en azından bir, kinî zaman da birden çok soruyla yola çıkılması gerekir. Soru(lar) yoksa, zaten o konuya el atmanın da bir anlamı yoktur. Yazı(lar) bu soru(lar) alana ilişkin bir konuyla temellendiği için açık ya da örtük bir iddiayı (ya da iddiaları) da içerir. İletişim alanına el atması tasarlanan bir yazı kurarken, böyle bir kalkış noktası bulmada hiç de sıkıntı çekilmez. Çünkü iletişim yaşamımızın hem çok önemli ama aynı zamanda elde bir, dolayısıyla sıradan görülen bir özelliği olsa da, bu alanın sorunsallaştırılması ve kavramlaştırılması tanı da bir sorunlar yumağıyla karşı karşıya bırakır insanı. Bu nedenle akademik çalışma alanı olarak iletişime el atacak bir yazıya kalkış noktası bulmak, hem bu sorun bolluğu nedeniyle çok kolaydır, hem de bu sorunlar yumağı içinden bir ya da birkaçını çekip çıkarma gereği yüzünden çok zordur.

İletişim çalışmalarını sorunsallaştırmayı amaçlayan bu yazının gizli saklı olmayan iki iddiası var: İlki iletişim çalışmalarının iletişim üzerine bir iletişim biçimi, yani bir üst-iletişim olması nedeniyle, diğer toplumsal ya da insan bilimlerindeki üst-dillerden farklı bir biçimde değerlendirilmeleri gerektiğidir. Böylesi bir değerlendirme iletişim çalışmaları alanında bugün yaşanan kargaşaya ve bu çalışmaların toplumsal ya da insan bilimleri karşısındaki konumlarına bir tanı koyma olanağı sağlayabilir. Yazının ikinci iddiası, iletişim çalışmalarının çok gevşek bir dokuya sahip olsa da, tek bir çatı altında toplanamayacak bir bolluğa doğru evrildiği ve bu bolluk görünümünün, diğer toplumsal bilim alanlarındaki çok olumlu uyarıcı ve kışkırtıcı etkilerine karşın, bütünlüklü, sınırları tanımlanmış bir iletişim çalışmaları alanının içini boşaltan, bu alanı yoksullaştıran, dahası belki de bu alanı yokalana dönüştürecek bir eğilimi gizlediğidir.

Bu iddialar birbirlerinden ayrı düşmezler: tam tersi bunlar Roma tanrısı Janus'un iki yüzü gibidirler. İkisi de iletişim çalışmaları diye adlandırılan alanın tarihsel serüveniyle bağlantılıdır ve bu serüvene ilişkin 'sapkın' sayılabilecek bir okumanın sonucudurlar.

Gerçekte ‘sapkınca’ okumanın yöneleceği bu tarihsel serüven de, iletişim çalışmaları diye adlandırılan ve özerk, kendine-yeterli bir akademik alanın varolduğu iddiasını temellendiren bir kurmacadır, bir öykülemedir; yani bugünden geriye bakışla, dolayısıyla bugünün bakışıyla tarih içinde yeniden kurgulanan, dizgeleştirilen ve sınıflandırılan araştırmaların derlemesi ve değerlendirilmesidir.⁴ Dolayısıyla bu iddiaların tartışılması büyük ölçüde bu kurguya yönelik bir müdahaleyi gerektirmektedir.

II

İletişim üzerine düşünmek, konuşmak, yazmak dönüşürlü, özdeşünümsel etkinliklerdir. Çünkü yapılan, iletişim üzerine bir iletişim etkinliğidir; iletişim üstüne iletişim kurmaktır. Demek ki, iletişimi sorunsallaştıran iletişim çalışmaları alanı, gerçekte bir yandan da kendi kendini sorunsallaştırmaktadır. Bu, iletişim alanındaki akademik çalışmaların diğer alanlardaki çalışmalardan ayrılan özelliğidir. Elbette, bir konuya el atan bir söylem, hakkında konuştuğu konuyla arasındaki mesafesini tanımlamak zorundadır. Örneğin, toplumsal bilimselci bakış açısı bu mesafeyi büyük bir özenle gözetir ve korumaya çalışır. Bu bakış açısının geçerlik iddiası için olmazsa olmaz bir koşuldur bu. Eleştirel ya da değil, tüm toplumsal bilimselci yakla-

⁴ Burada bir dipnot düşerek bu tür değerlendirme çalışmalarına kısaca değinmekte yarar var. İletişim çalışmalarının geldiği yeri geriye bakarak değerlendiren çok sayıda çalışma bulunuyor. Bunların ilk önemli örneği Bernard Berelson’un, *Public Opinion Quarterly*’nin Spring 1959 tarihli sayısında yayınlanan ‘The State of Communication Research’ başlıklı yazısı. Berelson bu yazısında, iletişim çalışmaları alanında yaşanan (ilk) ‘bunalım’a dikkat çekerken bu bunalımı farklı disiplinlere mensup olmakla birlikte iletişim alanında araştırmalar yapan akademisyenlerin (bunlar siyaset bilimci H. Laswell, toplumbilimci P. Lazarsfeld, toplumsal ruhbilimci K. Lewin ve ruhbilimci C. Hovland’dır) iletişimi konu alan çalışmaları bırakıp kendi alanlarına dönmesine bağlamaktadır, iletişim alanının soy kütüğünü çıkarıp, araştırmaları sistemli bir bütün olarak derleyen bu tür değerlendirme çalışmaları bu alanın tarihini öykülemekte gibiyse de, aslında bunların her biri içinden konuştuğu akademik söylemi bu alana dayatmak, alanın kimliğini bu doğrultuda kurmak belirtik ya da örtük amacıyla karakterize olmaktadır.

şımların ele aldıkları konuyla olan ilişkilerinde, kendilerini ‘diğeri’ olarak tanımlamaları bu yaklaşımların ortak özellikleridir. Eleştirel ile eleştirel-olmayan toplumsal bilimselci yaklaşımlar arasındaki bir fark, eleştirel yaklaşımların konularını dönüştürebildikleri ya da değiştirebildiklerini kabul etmeleridir. Hatta köktenci yaklaşımlar dönüştürmeyi kendilerinin temel işlevi olarak görürler. Yani bu yaklaşımlarda bilimsel söylem ile konusu arasında bakışsız ve dışsal da olsa bir etkileşimin varlığı yadsınamaz. Eleştirel-olmayan yaklaşımlar ise, kendileriyle konuları arasındaki sınırları sıkı sıkıya tanımlama eğilimi içindedirler. Bunların konuları kendi varoluş ve değişme mantık ve kurallarına sahiptirler ve kuramsal müdahalelerden etkilenmezler. Kendileri ise bu varoluş ve değişimleri ele alan ayrıcalıklı bir konuma yerleşmişlerdir ve bu konumdan konuşmaktadırlar. Bu eğilimlerin tam tersi, iletişim çalışmaları, ister eleştirel olsun ister olmasın, konusuyla içli dışlıdır, içsel bir ilişki içindedir; konusuna el attığında, konusu da ona el atmaktadır ve konusunu dönüştürdüğünce konusu da onu dönüştürür.

Buraya kadar söylenenler çok bildik, ‘alelade’ bir saptama gibi görülebilir; ama konunun püf noktası tam da gelip bu ‘alelade’ niteliği üzerinde düğümlenmektedir. Gerçekte aleladelik niteliği görece olmakla, yani zamana, uzama ve özneye göre değişmekle birlikte, basbayağılığın tanımlayıcı özellikleri değişmez. Bu özelliklerin en önde gelenleri de basmakalıplık, apaçıklık, dolayısıyla üzerinde zihinsel bir etkinlik yürütmeye değmezliktir. Ne var ki böylesi bir sıradanlık ve apaçıklık, tam da asıl sorgulanması gerekendir. Çünkü insanın dur durak bilmeyen ve asla sonuçlanamayacak hakikat arama serüveninin en amansız engellerinden biri olan ‘aldanım ve aldatım’ tam da aleladeliliğin işlevlerinden biridir. Çünkü alelade olan kendisini doğal olarak sunar; önemsiz ve apaçık görünümü de zaten bu sözde-doğallığındandır. Doğallık da üzerinde tartışılmayı bile gereksiz kıldığı, elde bir görülüp, öyle varsayıldığı için ‘aldatıcıdır’. İşte bu yüzden, Barthes’ın çağdaş söylenlerle cebelleşirkenki derdi ‘alelade’ görünenin foyasını meydana çıkarmak değil midir? Ya da *Grundrisse*’de Marx, bilimsel yöntemi anlatırken, aslında bi-

limsel çözümleme yönteminin işlevinin, özü bakımından alelade olanın ‘anlamsızlığı’ni (hiçbir şey anlatmazlığını) deşip, onu anlamlı biçimde yeniden kurmak olduğundan söz etmiyor muydu? Elbette bu yeniden kurulmuş aleladelik artık aleladelik değildir; zengin bir ilişkisel anlamlar örüntüsüdür.

İletişim çalışmaları alanındaki ‘aldatım’ yukarıda belirtilenlerin tam tersi biçimde, yani olanı gizlemek şeklinde işler. Çünkü iletişim üzerine her türden konuşmanın, her zaman ve her yerde bir üst-iletişim olduğu sıradan gerçeğinin, iletişim araştırmacılarınca ayrımlanmasının ve genel kabul görmesinin iletişim çalışmaları alanı için yıkıcı olabilecek uzantıları vardır. Herhangi bir pratiğin özdüşünümsel, dönüşürlü olması, onun her zaman öz-eleştirel ve öz-yapıbozumsal (*oto-deconstructive*) olabilirliğiyle sıkı sıkıya ilişkilidir. Yani doğru, değişmez, doğal olarak kendilerini sunan söylemlerin, özdüşünümsel olmaları durumunda, bu nitelikleri sürekli olarak tartışmalıdır, tartışmaya açıktır ve sorunludur.

İletişimi düşünme pratiğinin doğallıkla özdüşünümsel olması nedeniyle, iletişimi nasıl kavramlaştırırsanız, iletişime ilişkin ne tür kuramlar kurgularsanız fark etmez; el attığınız konu yaptığınız işe içkindir. Yani yaptığınız söylediklerinize doğrudan müdahale eder; söyledikleriniz de yaptığınıza. Edim sözün, söz edimin açmazlarını ele verir. Özne-nesne konumları öylesine kaygan ve değişkendir ki, bu konumların varlığı su götürür hale gelir. Öyle ya, iletişime el atan yazı ya da sözün etkililiğinden söz edilirken, aslında o anda yazılanlar ya da söylenenler de irdelenmekte, sorgulanmakta değil midir?

Ama iletişim çalışmalarının tarihsel serüvenine bakıldığında, bu çalışmaları niteleyen asal güdünün, sanki tam da bu niteliği olabildiğince gizlemek olduğu görülüyor. Gerçekten de en başından beri, iletişim çalışmalarının iletişim alanıyla arasındaki zorunlu sınırsızlığının yaratacağı düşünülen sorunlar, aslında pek de düşünülüp taşınarak değil, bir anlamda insiyaki olarak önlenmeye çalışıldı. Bu önlemlerin zaten akademik dünya içinde yerleşikleşmiş gelenek ve görenekler bakımından sağlam dayanakları da vardı. Bu nedenle bu sorunlar ve önlemler üzerinde kafa yormaya gerek bile duyulmadı.

III

Bu sorunları önlemenin yaygın (ve iletişim çalışmalarındaki hakim paradigma tarafından da benimsenen) bir yolu, iletişim alanını şu ya da bu olumlayıcı terimlerde kurarken, bu işlemi bilimsel söyleme, yani el atacağı konuya teslim olmayan, kendisini açık etmeyen ve ele vermeyen, nesnel bir pratiğe devretmek; özetle söylediğinde, söylemde konusunu birbirinden kesin çizgilerle, bağdaşmazcasına ayırmak, iletişim üzerine iletişim sıradan gerçeğini de gizlemektir. Böylelikle, iletişim çalışmaları bu paradigma içinde şu ya da bu iletişim modelinden söz edilirken, yapılan iletişimsel değil, sırf bilimsel bir etkinlikmiş gibi sunuldu ya da iletişimin etkinliklerinden söz ederken söylemsel bağlarının etkileme amacıyla uzak yakın bir ilgisi olmadığı varsayıldı.

İletişim çalışmalarının bu özelliği, aslında farklı iletişim kiplerinden söz ederken, örneğin geniş bir okur dinleyici ya da izleyici kümelerini çağıran iletişim araçlarıyla gerçekleştirilen iletişimden söz ederken kendisini daha fazla gizleyebilirdi. Çünkü burada sorunsallaştırılan iletişimin kendisi değil, iletişimin gerçekleştiği araçlardır. Ne var ki iletişim çalışmalarının araçları eksene alacak şekilde kurulması, bu çalışmalara el attıkları konu karşısında üstün ve ayrı bir konum sağlasa da, alanın gelişimi üzerinde iki olumsuz etkide bulundu. Bu etkilerin ilki, bu alanın sınırlarını iyice daraltmak, alanı büyük ölçüde toplumbilim, ekonomi, siyaset gibi akademik alanlara, bu alanların epistemolojisine mahkum etmek ve kendi özgün ve özgür gelişimini engellemek oldu. İkincisi, iletişim alanı iletişim araçlarına ilişkin çözümlemeler ve iletişim araçları ile izlerkümeleri arasındaki ilişkilere değgin çalışmalarla tanımlanır hale geldi. Böylelikle iletişim genel sorunsalı, büyük ölçüde teknoloji ve etkileri sorunsalına indirgendi.

Oysa iletişim çalışmalarının bastırılan öz niteliği, yani doğası gereği konusuna sürekli müdahale etmek durumunda olması, onu değiştirmesi ve sürekli sorunsallaştırması, kendi kurgusunu konusuna da dayatması, kendini sürekli ele vermesi, konusuyla iç içeliği,

bir üst-iletişim olarak kendi konusunun konusu olması, onu diğer akademik çalışmalardan ayıran bir üstünlüğüydü. Ne var ki konusunun kendisine el atıp, dönüştürmesini engellemek, böylelikle konusu karşısında ayrıcalıklı ve üstün, nesnel ve yansız konumunu korumak için iletişim çalışmaları ‘bilimselcilik’ kisvesine kurtarıcı ve koruyucu olarak sıkı sıkıya sarıldı. Böylelikle belki de en dinamik araştırma söylemi olması beklenen iletişim çalışmaları daha başından en kemikleşmiş, en kendini yineleyici ve nitel bir derinlik yerine, nicel şişkinliğe rağbet eden bir eğilime teslim oldu. Anglosakson pozitivist bilim felsefesi geleneği, iletişim endüstrisinin işlemleri ve müdahaleleri, nihayet Amerikan akademi dünyasının düşünsel ve maddi gelenekleri bu eğilimi meşrulaştırdı ve pekiştirdi.

İletişim alanında bu bilimselci yaklaşımın yaygınlık kazanmasının önemli etkenlerinden biri, iletişimin başka akademik alanlar içinde -toplumbilim, siyaset bilimi ve toplumsal ruhbilim, davranışçı ruhbilim gibi görece disiplinler tutarlılıkla nitelenen alanlar içinde sorunsallaştırılmış olmasıydı. İletişim kendi içinden sorunsallaştırılmış bir araştırma alanı olarak kurulmadı. Dolayısıyla değişik akademik alanların iletişime müdahalesinin, konusuyla belli bir uzaklığı koruyacak şekilde olması da, bunların kendilerini araştırma konuları dışında, farklı bir söylem olarak sunmaları da çok normal. Bu söylem(ler)de iletişim, dilin marjinal bir unsur olarak neredeyse yoksandığı bir etkinlik olarak tanımlanıyordu. Ayrıca bunlar iletişime Jacobsongil anlamda sırf ‘etkileyimsel’ bir işlev yüklüyorlardı. Üçüncüsü iletişim olumsuzlayıcı bir süreç olarak kavramlaştırılıyordu. Dördüncüsü pratik iletişim sorunları, istem-sunu bağlamında, yani talep üzerine kuşatılmaya çalışılıyordu.

IV

İletişim çalışmaları alanının temeli ABD’de, 1920 ve 1930-larda, farklı disiplin ve ilgi alanlarının iletişimi konu alan araştırmalarıyla atıldı. Dolayısıyla bu alan, özellikle başlangıç yıllarında disiplinlerarası bir niteliğe sahipti. Siyaset bilimi alanında propa-

ganda ve kamuoyu üzerine, toplumsal ruhbilim alanında propaganda ve ikna etme süreçleri üzerine ve toplumbilim alanında, özellikle başlıca temsilcileri R. Park, A. Small ve C. Cooley gibi toplumbilimciler olan Chicago Okulu'nun modernleşme ve kentleşme süreçleri üzerine çalışmaları, akademik iletişim çalışmaları alanını tanımlayan müdahalelerdi.⁵ Bu iletişim ortak alanı üzerinde buluşan farklı disiplinler çalışmaların ortak keseni ise J.B. Watson'un 'davranışçı ruhbilim'i oldu.

Stuart Hall, iletişim çalışmalarındaki 'davranışçılığın' kendisini, hem iletişimin 'etki' kavramıyla sorunsallaştırılmasında hem de yöntembilimsel olarak iletişim araçlarının etkilerine ilişkin sayıltıların kesinlikli görgül sınamalarla geçerlilenmesinin dayatılmasında ortaya koyduğunu belirtiyor.⁶ Hall'e göre, iletişim çalışmalarındaki bu baskın yönseme, anlam ve anlamlama, dil ve simgeleştirme gibi özsel iletişim konularını tutarlı bir şekilde ham davranışsal göstergelere tahvil eden bir tür davranışsal indirgemecilikle karakterize olmakta ve bu niteliğini düzmece bir 'bilimselcilik'le haklılamaktadır.⁷

Gerçekte iletişim alanındaki baskın 'bilimselci' eğilimin kökleri Amerikan toplumsal bilimini de eni konu etkileyen Amerikan pragmacılığında bulunmaktadır. Hanno Hardt, Amerikan pragmacılığının, Amerikan toplumunun (ve Batı uygarlığının) ve bu toplumun teknolojik-endüstriyel yapısının üstünlüğü ortak inancıyla ve bilimsel

⁵ Jesse G. Delia: "Communication Research: A History", içinde C.R. Berger ve S.H. Chaffe *Handbook of Communication Science*, Sage, Newbury Park, 1987.

⁶ Stuart Hall: "The rediscovery of 'Ideology': Return of the repressed in media studies" içinde, M. Gurevitch. T. Bennett. J. Curran ve J. Woollacott (der.), *Culture, Society and the Media*, Methuen, London, 1984 (Türkçe'si: "İdeolojinin yeniden keşfi..." içinde, M. Küçük (der. ve çev.), *Medya, İktidar, İdeoloji*, Ark, Ankara, 1994, 2. basımı 1999 -yhn)

⁷ Stuart Hall: "Ideology and Communication Theory" içinde, B. Dervin, L. Grossberg, B.J. O'Keefe, E. Vartella (der.), *Rethinking Communication*, vol. I, Paradigm Issues, Sage, Newbury Park, 1989 (Türkçe'si: "İdeoloji ve İletişim Kuramı" içinde, S. İrvan (der.), *Medya, Kültür, Siyaset*, çev., A. Gürata, Ark, Ankara, 1997 -yhn).

bilgiye duyulan sarsılmaz güvenle nitelendiğini; buna karşılık toplumsal, siyasal ve ekonomik güçlerin çözümleme çerçevesinden dışlandığını belirtmektedir. İletişim çalışmaları alanının programatliğini çok uzun süre tanımlayan ‘kim, kime, neyi, hangi kanalla ve ne etkiyle söylüyor’ modelini formüle eden H. Lasswell’in de Amerikan pragmacılığının bir öğrencisi olduğuna dikkat çeken Hardt, iletişim çalışmalarındaki asıl belirgin özelliğin, yine bu pragmacılığın güncel konu ve sorunların açıklanması ve çözümü üzerinde ayak diremesi nedeniyle ‘tarih’in yok sayılması olduğunu öne sürüyor.⁸

Bilimselci davranışçı ‘etki’ araştırmaları, iletişim çalışmaları alanında sorulan soruları ve yöntembilimleri tanımlayan baskın bir gelenek durumuna gelmekle birlikte, bu alanın el attığı konunun karmaşıklığıyla başa çıkabilecek bir kuramsal yeterliğe ulaşamadılar. Bu yetersizlik bir yandan ‘etki’ yaklaşımının içinde daha incelikli kavramsal ve yöntembilimsel formülleştirmelere yol açarken, öbür yandan da, araştırma sorunsalını ‘etki’ yaklaşımının kinin tam karşısına kaydırmayı tasarlayan ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımını gündeme getirdi. Bu yaklaşım iletişim çalışmalarındaki sorunun odağını ‘ileti’den alıp ‘izlerkümeler’e kaydırıyordu. Elihu Katz bu yaklaşımı şöyle tanımlamaktadır: “İletişim araçlarına işlevsel bir yaklaşım (olan) ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımı, ‘iletişim araçlarının insanlara ne yaptığı’ sorusunu değil, ‘insanların iletişim araçlarıyla ne yaptıkları’ sorusunu soran (bir araştırma) programıdır”.⁹ Böylelikle ‘etki’yi temel sorunsal olarak alan ve erki iletiye veren formülleştirimdeki ‘ileti-izlerküme’ bakışsız ilişkisi, bu yeni formülde tersine çevrilmiş oldu ve bu ilişkide erk ve denetim izlerküme aktarıldı.

‘Kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımı, ‘etki’ araştırmaları geleneğine bir karşıt-seçenek olarak önerilmekle birlikte, varolan yöntembilimsel sorunları çözmediği gibi, yeni yeni sorunlara yol açtı. Bu yeni araştırma programında, izlerküme üyelerinin iletileri kullanımları,

⁸ Hanno Hardt: *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*, Routledge, New York, 1992.

⁹ Elihu Katz: “Mass Communication Research and the study of Popular Culture”, *Studies in Public Communication*, 1959, vol. 2.

onların ruhbilimsel ve toplumsal olarak bilinen ‘gereksinimleri’ne indirgendi. ‘Kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımının temel sorunlarından biri, bu gereksinimleri tanımlayan etkenler arasında bulunması gereken iletişim araçları iletilerinin varlığını göz ardı etmek oldu. Bu, ‘etki’ araştırmalarının izlerkümeleri iletiler karşısında zayıf ve umarsız, ‘edilgin’ görme eğiliminin tam karşıtıydı ve bu kez iletişim araçları tümüyle etkisiz bir konuma getiriliyordu. Ayrıca iletilerin izlerküme gereksinimlerinin birer ‘işlev’ine indirgenmesi, bu kez karmaşık bir göstergeler yapısına sahip olan iletilerin bu karmaşıklığını göz ardı etmek demekti. Bu tür bir indirgemecilik, ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımını ‘etki’ araştırmalarının iletişiminin karmaşıklığını kuşatacak bir kuramsal yetersizlikle sakat olması ve sorunsalını kendinden-tanıtlı olarak tanımlaması nedeniyle bu zaafından kurtulamamasına benzer bir duruma düşüyordu. Kısacası, ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımı ‘etki’ sorunsalının kuramsal ve yöntembilimsel zayıflıklarına bir tepki olarak, yine bu sorunsal içinden türeyen ve benzer kuramsal ve yöntembilimsel zaafarla ‘malul’ bir araştırma programı olmaktan ileri gidemedi. Üstelik bu yaklaşımın kuramsal ve yöntembilimsel zaaflarına bir de ‘retorik’ sorunu eklenmişti; çünkü ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımı, iletişim sürecinde ‘alımlayıcıyı’, yani okuru, dinleyiciyi, seyirciyi saltık egemen unsur olarak tanımlamak suretiyle, kendi sorunsalını da akademik izlerkümesi karşısında ‘etkisizleştiriyordu’. Etkisiz bir yaklaşım olmaktan kurtulmanın yolu da, kendini bir üst-iletişim olarak değil, ‘bilimsel’ bir üst-dil olarak tanımlamaktı.

İletişim çalışmalarındaki bu ‘bilimselcilik’ yönsemesine, yine bu alanın içinden kimi eleştiriler yöneltilmişse de, bunlar hem nicel olarak çok yetersiz kalmış, hem de bu yönsemeyi çürütecek iddialarla temellendirilememişlerdir. Örneğin Dallas W. Smythe, 1954’te iletişim alanındaki ‘bilimselciliğe’ karşı çıkarken, ‘bilimselci-olmayan’ bir yaklaşımın çerçevesini de çizmeye çalışır.¹⁰ Smythe’ye göre, bilimsel-

¹⁰ Dallas W. Smythe: “Some Observations on Communications Theory”, *Audio-Visual Communication Review*, vol. 2, 1954.

ci yaklaşımın kökeninde ‘tam denetimli deneyler’ ile tanıtılanlar dışında hiçbir şeyin bilgi olarak kabul edilemeyeceği, iletişim araçlarının içeriğiyle bu araçların izlerkümelerinin tutum ve davranışları arasında yalın bir neden-sonuç ilişkisi olduğu sayılıları yatmaktadır. Smythe’nin önerdiği ‘bilimselci-olmayan’ yaklaşım ise, izlerkümenin iletişim araçları karşısındaki konumunun ‘kişilik dinamikleri’ göz önüne alınarak yeniden formüle edilmesi, böylelikle yalın bir neden-sonuç ilişkisinin sorgulanması üzerine temellenmektedir. Burada Smythe, yaklaşımının kavramsal çerçevesini T. Adorno ile arkadaşlarının *The Authoritarian Personality* araştırmasının sonuçlarına, H. Innis’in teknoloji-kültür ilişkisinde teknolojik yakınlıkla karakterize olan çözümlemesine ve D. Riesman ile arkadaşlarının tarihsel dönemler ile karakter tipolojileri arasındaki ilişkiye dair öngörülerine yaslanarak kurmaktadır.

Smythe’nin çalışması iletişim çalışmaları alanında baskın sorunsala bir seçenek önermek dileğiyle nitelenmekle birlikte, bu tür seçenek önerileri, 1970’lerin başlarına değin alanda kayda değer bir etkide bulunamadı. Baskın ‘bilimselci’ yaklaşım, en etkili kuşkusuz kaynağını Kıta Avrupası’nın toplumsal eleştiri geleneğinden alan Frankfurt Okulu’nun ‘Kültür Endüstrisi’ çözümlemesi olan karşıt akıntıları ‘lafazanlık’la, ‘bilime karşıtlık’la ve esas olarak da ‘ideolojik’ olmakla eleştirerek göz ardı etti, ta ki 1970’lere kadar.

V

1970’ler iletişim çalışmaları alanında bir dönüm noktası oldu ve alanda ‘paradigmatik bunalım’ olarak adlandırılabilen bir durgunluk dönemine girildi. Durgunluğun nedeni, bir ölçüde ‘etkiler’ ve ‘kullanımlar ve doyumlar’ çalışmalarının iletişim konusunun karmaşıklığıyla başa çıkabilecek bir kuramsal ve yöntembilimsel gelişkinlikten yoksun olmaları ve bu çok zayıf kuramsal zemin üzerinde birbirini yineleyen çok sayıda araştırma üretmelerine karşın yeni sorunlar üretememeleriydi. Buna karşılık, yine bu dönem ‘kültür’ü sorunsallaştıran çok sayıda gelişkin kuramsal fikirlerin

ortaya atılıp tartışıldığı, Justin Lewis'in deyiimiyle bir 'yüksek kültür',¹¹ bir 'kaynama' dönemi idi de.

Anthony Giddens bu 'kaynama'nın sırf iletişim çalışmalarına özgü olmadığını, toplumsal bilimlerde yaşanan genel 'bunalım'ın bir belirtisi olduğunu belirtmektedir.¹² Toplumsal bilimlerdeki bunalımın önemli bir nedeni, Giddens'e göre, toplumsal bilimin doğa bilimlerini örnek alması gerektiği düşüncesini dile getiren *doğalcılık*, insanın etkinliğini açıklamak için başvurulacak modeli dile getiren toplumsal *neden-sonuç* ilişkisi ve toplumsal çözümlemede sistemler yaklaşımının kavramlarını kullanmak gerektiği düşüncesini dile getiren *işlevselcilik* unsurlarıyla karakterize olan baskın toplumsal bilim yaklaşımının çöküşüydü. Bu yaklaşımın gözden düşerek baskın konumunu yitirmesi, birçok farklı kuramsal yaklaşımın ortaya çıkmasına ve paradigmatik bir çarpışmaya neden oldu.

Giddens'in toplumsal bilimlerde yaşanan 'bunalım'a ilişkin tanısına genel olarak katılan Stuart Hall'a göre iletişim çalışmalarındaki bunalımın hem iç hem de dış boyutları bulunmaktadır.¹³ Bunalımın iç boyutları, baskın paradigmanın epistemolojik ve kuramsal temelleriyle olduğu kadar yöntem bilim ve yordamlarıyla da ilgilidir. Bunalımın dış boyutu ise, iletişim kurumları ve pratikleri alanının daha geniş toplumsal, siyasal ve ekonomik yapılar ve toplumsal formasyonlardaki gelişmeler bağlamında nasıl anlaşıldığıyla ilgilidir. Hall baskın paradigmanın epistemolojik ve kuramsal zaafı arasında, özellikle bireyciliğin altını çizer. Baskın paradigmanın bireyciliği, iletişimsel pratiklerin ve kurumların toplumsal ve ortaklaşacı karakteriyle çelişmekte olup bu çelişki, baskın paradigmanın kuramsal yetersizliğini yansıtmaktadır.

¹¹ Justin Lewis: *The Ideological Octopus: An Exploration of Television and Its Audience*, Routledge, New York, 1991.

¹² Anthony Giddens: "The Orthodox Consensus and the Emerging Synthesis" içinde, B. Dervin, L. Grossberg, B.J. O'Keefe, E. Vartella (der.), *Rethinking Communication: vol.1, Paradigm Issues*, Sage, Newbury Park, 1989.

¹³ Hall, A.g.y.

Bunalımın bir başka içsel boyutu, iletişim çalışmaları alanındaki kuramsal temel zaafına karşın, baskın paradigmanın iletişimi kendi kendini besleyebilecek bu disiplinleri uzmanlık olarak kurma isteği ve çabasıdır. Bu çaba iletişim kuramı ve pratiğini toplumsal bilimler genel gelişiminden yalıtma suretiyle, bu alana onarılması çok zor zararlar vermiştir. Gerek bu disiplinin üzerine kurulacağı kuramsal temelin zaaflarını giderme çabaları, gerekse ‘iletişim’le ilişkilendirilebilecek süreçleri, kurumları ve etkileri modern iletişim sistemlerinin içinde yer aldığı daha genel toplumsal, siyasal ve kültürel yapılardan ayrı tutarak kuramsal biçimde belirleme çabaları, iletişim çalışmaları alanını kısırlaştırmıştır.

Hall’e göre, iletişim çalışmaları alanındaki bunalım ve baskın paradigmaya karşı eleştirel seçeneklerin ortaya çıkışı, bu alanda baskın paradigma tarafından bastırılan ‘ideoloji’nin yeniden keşfedilmesiyle olmuştur. Bu keşif, sadece ideolojinin iletişim çalışmalarında yeniden sorunsallaştırılmasıyla ilgili olmayıp, baskın ‘bilimselci’ iletişim çalışmalarının bizzat kuramsal bir ideoloji olarak işlediğinin ayırımına varılmasıyla da ilgilidir.

İletişim çalışmaları alanı 1970 sonlarıyla birlikte, bu alana disipliner bir konum kazandırmak için çaba harcayan ve ‘etkiler’ ile ‘kullanımlar ve doyumlar’ genel yaklaşımları ile bu yaklaşımların çok sayıdaki türevinin çizdiği ‘bilimselci’ ve baskın geleneğin gözden düşer olmasının oluşturduğu durgunluk ortamında, bir bütün olarak toplumsal bilimlerdeki kuramsal yaklaşım bolluğundan payını aldı. Etnometodoloji, simgesel etkileşimciliğin çeşitli biçimleri ve yeni-Marksizm gibi yeni yaklaşımların yanı sıra, görüngübilim, yapısalcılık, yorumsama ve eleştirel kuram gibi İngilizce konuşan dünyanın pek tanımadığı, esas olarak Kıta Avrupa’sına ait kuramların yeniden canlanarak toplumsal bilimlere müdahale etmesi,¹⁴ iletişim çalışmaları alanında da yankısını buldu. Ancak bu alanda baskın paradigmaya karşı en etkili seçenek ‘kültür çalışmaları’ yaklaşımı oldu. Bu etkililiğin nedeni esas olarak, ‘kültür çalışmaları’ yakla-

¹⁴ Giddens, A.g.y.

şımının toplumsal bilimlerde ‘kaynama’ya neden olan çok sayıdaki kuramsal yaklaşımı kendi şemsiyesi altında toplayan yenilikçiliği ve seçmeciliği idi.

Kültür çalışmaları geleneğinin iletişim alanına el atışı, bu yazının iletişim çalışmalarının araştırma konusuyla birlikte kendini de sorgulamak zorunda olduğu ve bu niteliğini gizlediği sürece kısır, verimsiz bir akademik etkinlik olmaktan kurtulamayacağı şeklinde özetlenebilecek iddiası için de önem taşıyor. Çünkü kültür çalışmalarının doğası gereği, gerek konusuna, gerekse kendine ilişkin tavrı bu tür bir öz-yapıbozumsal söyleme elverir görünmektedir. Bu nedenle de iletişim alanında 70 sonlarında ağırlığını hissettiren medya ekonomi politiği gibi diğer iletişimsel yaklaşımları bir yana bırakıp bu gelenek üzerinde durmak doğru olacaktır.

VI

‘Kültür çalışmaları’ geleneğinin temeli İngiltere’de Birmingham Üniversitesi’nde kurulan Çağdaş Kültür Çalışmaları Merkezi’nin 1970’lerde gerçekleştirdiği araştırma ve incelemelerle atıldı. Bu çalışmalarda, kültüre ilişkin incelemeleri aydınlatacağı düşünülen her tür disiplinden, kuramsal yaklaşımdan yararlanılıyordu. Böylelikle göstergebilim, tarih, Marksizm, feminizm, Ruh çözümleme, yapısalcılık ve yapısalcılık-sonrası, etnografi, yazın kuramı ve eleştirilere, kültür incelemelerine yeni boyutlar getirecek şekilde başvuruldu; ideoloji, yapı, özne, belirlenme ve üst-belirlenim, hegemonya, söylemsel yapı, çok dillilik-tek dillilik gibi iletişim çalışmaları alanının daha önce hiç bilmediği ya da yüz vermediği kavramlar, kültür ve iletişim çözümlemelerinde kavramsal çatının oluşturucu unsurları olarak kullanılmaya başlandı.

‘Kültür çalışmaları’ yaklaşımı öncelikle kültür kavramını iki çok önemli düşünsel sınırlamadan kurtararak kültüre ilişkin incelemeler alanının çevrenini genişletti. İlkin, bu yaklaşım beğenisi gelişmiş, eğitilmiş bir toplum kesimine ait, kendi kuralları olan ve hakkında yorum yaptığı toplumun üstünde ve ötesinde bir alan şeklindeki

kültür kavrayışına karşı çıkararak, R. Williams'ın 'tüm bir yaşam biçimi' şeklindeki kültür tanımını esas alıp, kültüre daha insanbilimci (antropolojik) bir yaklaşımı benimsedi. Bu kavramlaştırmaya göre, kültür artık salt kültürlülere ait, toplumsal ve ekonomik dünyadan bağımsız soyut bir alan değil, gündelik yaşamın simge ve pratiklerine gömülü bir şeydi, ikinci olarak, kültürü ve onun çok yakın akrabası olan ideolojiyi bir toplumun ekonomik sisteminin bir ürünü ya da işlevi olarak gören dogmatik Marksist anlayışın neden olduğu yalınlaştırıcı ve yansımacı yanılsama giderilerek, kültürün özgül ve görece özerk yapısının altı çizildi.

'Kültür çalışmaları' iletişim alanına eleştirel bir müdahale olarak, daha önceleri önerilen eleştirel seçeneklerle karşılaştırıldığında, bu alanda kültürelci yaklaşımların giderek baskın bir konuma yükseldiği savını haklılayabilecek ölçüde büyük bir etki yarattı. Bu etkinin iki belirgin nedeni var. Bu nedenlerin ilki doğrudan doğruya iletişim çalışmaları alanındaki entelektüel olduğu kadar endüstriyel yönleri de olan bunalımla ilgili. Kuşkusuz bu iki yön birbirinden tümüyle bağımsız olarak gelişmedi. Kısaca söylenecek olursa, 1970'lerde, iletişim endüstrisi ve iletişim araştırmalarını destekleyen endüstriyel, tecimsel ve kamusal kurum ve kuruluşlar, iletişim çalışmaları alanına sağladıkları mali desteği büyük ölçüde kısıtlar. Bunun kurumlara ve kurumların içinde bulunduğu ekonomik duruma ilişkin nedenleri olduğu gibi, bir önemli neden de, baskın iletişim çalışmaları geleneği içinde gerçekleştirilen araştırmaların pratikte yeni bir şey söyleyememeleri idi. Bu söz ve sorun üretme kısırlığının nedeni ise, bu alandaki entelektüel durgunluktu. Kültür çalışmaları geleneği tam da böylesi bir dönemde geniş bir entelektüel zenginlik ve yepyeni soru ve sorunlarla devreye girdi.

Kültür çalışmaları geleneğinin iletişim çalışmaları alanını, bu alanda baskın konumda bulunan 'bilimselci', davranışçı paradigmayı gözden düşürecek, kültürelci yaklaşımları ise neredeyse 'baskın' duruma getirecek ölçüde etkisi altına almasının ikinci nedeni, bu geleneğin eskisinden çok farklı bir kültür tanımına sahip olması ve kültür kavramını kısırlaştıran sınırlamaları gidermesiydi. Kültür eskiden ol-

duğu gibi, yani seçkin biçimde tanımlandığında, iletişimin popüler alanının dışında bir görüğü olarak kalıyordu ama gündelik yaşamla sıkı sıkıya bağlantılandırıldığında, tam da iletişim çalışmalarının bir konusu, hatta bu alanın özsel konularından biri haline geliyordu. Yine, kültür ekonominin bir işlevi olarak tanımlanmayıp, kendi görece özerk işleyişi ve yapısı olan bir alan şeklinde kavramsallaştırıldığında, iletişim ile kültür ilişkisi de çok verimli çözümlemelerin üretilmesine yol açacak şekilde sorunsallaştırılabilir hale geldi.

VII

Kültürelci yaklaşımların iletişim alanında giderek yaygınlaşması, bu alanda çalışan akademisyenlerin, kuşkusuz içinden konuştukları konumlara göre değişen farklı tepkilerine yol açtı. Kimi araştırmacılar, kültür çalışmalarının sağladığı kavramsal zenginlikten, çoğu kez bu kavramları yeterince irdelemeksizin çalışmalarında kullanmaya başladılar. İletişim alanının, rüştünü kanıtlaması ve akademik dünya içinde itibarlı bir konum kazanması için disiplinler bir statüye kavuşması gerektiğini düşünen ve iletişim çalışmaları alanındaki geleneksel yaklaşımlarla bağlarını şu ya da bu ölçüde sürdüren araştırmacılar ise, iletişim çalışmaları alanının kültürelci yaklaşımları hiç karşı koymaksızın ve kolayca kabul etmesinden duydukları rahatsızlığı sık sık dile getirdiler. Bu eleştiriler, esas olarak kültürelci yaklaşımların iletişim alanının Everett Rogers'in 'balkanlaşma' olarak adlandırdığı parçalanışına ivme kazandırdığı, böylelikle de alanın tümlüklü bir disiplinler yapıya ulaşmasına engel olduğu savıyla temelleniyordu.

Kültürelci yaklaşımların iletişimle hiçbir özel ilgisi olmamasına karşın, iletişim alanının bu yaklaşımları kolayca benimseyerek, bunların akademik kurumlar içinde meşrulaşmasına büyük destek verdiğini belirten David L. Swanson bu görüşü dillendirmektedir.¹⁵ İletişimin disiplinler bir statü kazanmasının önündeki en önemli engeli, iletişimdeki alt-alanların bollaşmasının yarattığı mer-

¹⁵ David L. Swanson: "Fragmentation, the Field, and the Future", *Journal of Communication*, 43, 4, Autumn, 1993.

kezkaç güce bağlayan Swanson, kültürelci yaklaşımların özsel eleştirel duruşları nedeniyle alanı daha da parçaladıklarına dikkat çekmekte ve bu yaklaşımların, iletişimin diğer alt-alanların bakış açılarını, yöntemlerini ve sorunlarını değersiz ve önemsiz olarak yadsımak ve bu alanların kültürelci terimlerle yeniden tanımlanması gerektiği konusunda ayak diretme suretiyle kendilerini bağlam-temelli alt-alanlardan iyice uzaklaştırdıklarını ve iletişim alanındaki kako-foniye yeni merkezkaç sesler eklemekten başka da bir şey yapmadıklarını öne sürmektedir.

Kültürel çalışmaların iletişim alanına zarar verdiği yolundaki bu tür değerlendirmelerin tam tersi bir değerlendirmeyi de Lawrence Grossberg yapmaktadır.¹⁶ Grossberg'e göre, iletişim, kültür çalışmalarını kendi özgül alanına hapsederek bu çalışmaları kısırlaştırmaktadır. Kültür çalışmaları yapanlar, iletişim alanındaki akademisyenlerin kültürle iletişimi çarçabuk eşitleyerek, kültür çalışmalarını bir iletişim kuramına indirgemelerini direnmeksizin kabullenmişlerdir. Bunun sonucunda da, "kültür çalışmaları mevcut iletişim çalışmaları biçimine ciddi bir meydan okuma (bu çalışmaların 'bilimselci' ve davranışçı eğilimlerinin foyasını meydana çıkaracak bir söylem) olmak yerine, iletişim çalışmaları alanında alternatif bir paradigma haline gelmiştir".

Grossberg'in kültür çalışmalarının iletişim alanındaki serüvenine ilişkin bu değerlendirmesi, iletişim çalışmalarının konusuyla olan ilişkisini, bu alanın dinamik, verimli ve yenilikçi olmasını sağlayacak şekilde yeniden tanımlanması gerektiği iddiasıyla yakından ilgilidir. Çünkü kültür çalışmaları genel yaklaşımının sunduğu kavramsal ve yöntembilimsel olanakların iletişim çalışmaları alanına ilişkin özgül sorunlarla kuşatılması, bu yaklaşımın bizzat iletişim çalışmalarını sorunlaştırma gizilgücünü iğdiş etmiştir; yani kültür çalışmaları geleneği, iletişim çalışmalarını hem iletişim pratiklerini anlamayan hem bu ve diğer maddi pratikler ve toplumsal ilişkiler tarafından kurulan

¹⁶ Lawrence Grossberg: "Can Cultural Studies Find True Happiness in Communication?", *Journal of Communication*, 43 ,4, Autumn, 1993.

bir üst-iletişim biçimi olarak çözümleyebilecek (kendi konularından biri kılacak) bir müdahale olmak yerine, tam tersi, iletişim (ve kültür) pratiklerine ilişkin alternatif bir yöntembilimsel ve kavramsal yapı olarak iletişim çalışmaları alanının içine dahil edilmiştir. Oysa böylesi bir müdahale, iletişim çalışmaları alanının bir üst-iletişim alanı olarak dinamik ve dönüşümsel (*reflective*) niteliğini açığa çıkarıp, bu alanı yeniden tanımlayabilir ve yeniden-kurabilirdi.

Kültür çalışmaları geleneğinin (toplumsal bilimler alanında boy veren diğer entelektüel geleneklerle birlikte) iletişim çalışmaları alanına dahil edilmesinin bir etkisi de, bekleneceğinin tam tersi bir şekilde, bu alanın zenginleştirilmesi değil, tam tersi bu alanın giderek yoksullaşması olmuştur. Şimdi tanrı Janus'un bu yüzüne çevirelim bakışımızı.

VIII

Tanrı Janus'un öbür yüzüne baktığımızda, iletişim alanında disipliner bir tutunum ve tünlükten giderek uzaklaştırılmasından duyulan rahatsızlığın tam tersi bir iyimserlikle karşılaşıyoruz. Bu iyimser konumdan bakıldığında, iletişim çalışmaları alanında kapsayıcı bir genel geçer kuramdan yoksunluk sorun olmak bir yana, tam tersi çok farklı yaklaşım ve bakış açılarının bu alana el atmasının, alanı zenginleştirdiğine inanılmaktadır. Gerçekten de iletişim alanına el atan ruhçözümnel yaklaşım, söylem çözümlemesi, okur-tepi kuramı, yapısalcılık ve göstergebilim, türsel eleştiri, etnometodoloji vb. bugün, bu alanda gerçekleştirilen çok sayıda çalışmanın sorunsalını temellendirmekte, yöntembilimsel çerçevesini sağlamaktadır. Alandaki bu gelişmenin iletişim çalışmalarının sayısında artışa da neden olduğu bir gerçek. Bu saptama, alanın zenginleştiği şeklindeki düşünceyi destekler görülmektedir.

Ne var ki, tüm iyimser yorumlara karşın, bu durum iletişim alanı açısından bizce çok önemli ve alanın varlık nedenini sorgulamaya neden olabilecek olumsuzluklar içeriyor. İletişim alanının bu yeni yaklaşımları, aynı kültür çalışmaları geleneği örneğinde olduğu gibi,

kendi sınırları içinde evcilleştirmesi ve kendisine uyarlaması sürecinde, bu yeni yaklaşımların kavramsal araçları iletişim alanına genellikle yeterince geliştirilmeden, sorunsallaştırılmadan ve yeniden-sorunsallaştırılmadan aktarılıyor. Buna okur-tepi yaklaşımından örnek verilebilir. Yazın eleştirisi alanındaki bu yaklaşımın müdahale ettiği ilişki ‘okur ile yazılı metin’ arasındadır. Yine yazın eleştirisindeki alımlama kuramının sorunsallaştırdığı ilişki de budur. İletişim alanında, özellikle televizyonu konu alan birçok araştırmada, bu yaklaşımlardaki okur ve metin kavramlarının, televizyon gibi kitle iletişim araçları ile izlerkümeleri arasındaki ilişkiye bir uyarlamanın gerektirdiği kayıtlamalar ve sorunsallaştırmalar yapılmaksızın uygulandığını görüyoruz. Böylelikle bu çalışmalarda, diyelim ki, televizyon programları yerine ‘metin’, televizyon izlerkümeleri yerine de ‘okur’ denebiliyor ve bu kavramlarla çatılan okur-tepi ya da alımlama kuramlarının kavramsal çerçeveleri bir kitle iletişim sorunsalını çözümlemekte kullanılıyor. Yine kitle iletişimini konu alan çalışmalarda, ‘etkin izlerkümeler’den, ‘farkı okuma’lardan, ‘metinsel araçlar’dan sanki bu alan yazın alanıymışçasına söz edilebiliyor. Ya da Lacan’cı ruh çözümlemesinin film ile seyircisi arasındaki ilişkiyi çözümlemekte kullanılan kavramsal yapıları, yine televizyon ile izlerkümeleri arasındaki ilişkinin çözümlenmesine uygulanıyor. Bu tür bir çözümlemede çoğu kez sinema ile televizyonun deneyimlenmelerindeki araçsal ve uzamsal farklılıklar belirtilmekle birlikte, bu farklılıkların kavramsal yapıları nasıl dönüştürdüğü pek sorunsallaştırılmıyor. Bu kavramların iletişim alanına yeniden-kurulmadan ithal edilerek kullanılması, iletişim alanının kendi içinden konuşabileceği bir ortamın yaratılmasından çok bu alanın, alana müdahale eden yaklaşımlarca ve bu yaklaşımların kendi gelenekleri içinden tanımlanması anlamına geliyor. Bu da iletişim alanında alanın içinden konuşacak söylemler bakımından bir zenginleşmeyi değil, bu alanın giderek içinin boşalmasını ve yoksullaşmasını dile getiriyor.

Demek ki, bugün iletişim çalışmaları alanında yaşanan hareketliliğin, alanın geleceğine ilişkin bir zenginlik belirtisi olarak değer-

lendirilmesine daha dikkatli bir şekilde yaklaşmak ve bu iyimser değerlendirmenin, alanın bugünkü durumuna ilişkin ‘eleştirel’ ve ‘aykırı’ duruşları bastırmasına izin vermemek gerekiyor. Çünkü bu gidişle iletişim çalışmaları alanı tamamıyla içi boş bir yapıntıya dönüşebilir. İletişim çalışmaları alanındaki zenginleşmenin gerçek göstergesi alandaki kavram ve yöntembilim enflasyonu değil, bu alanın konusuyla olan ilişkisini alanın içinden sorunsallaştıracak müdahalelerin bolluğudur. Yapılması gereken, bu müdahalenin formülleştirilmesi için gecikmeden çalışmaya başlamaktır. İletişimin, örneğin retoriği konu alan ama kendisinin de bir retorik olduğunu teslim eden retorik çalışmaları gibi daha az yaygın olan alanlarında, bu müdahalelerin formülleştirilmesine yol gösterecek ipuçları çok miktarda bulunmaktadır.

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI VE TÜRKİYE'DE BASIN-YAYIN EĞİTİMİ*

İletişimin marjinal ve çeşitli disiplinlere eklenmiş bir entelektüel faaliyet olmaktan çıkıp, kendi özgül 'hükümrancılık' alanını belirlemiş bir disiplin haline geldiği görüşü, çok değil bir ya da iki on yıl öncesinde fazlasıyla abartılı bir iddia olarak kabul edilebilirdi. Oysa bu görüş, bugün dünyanın her yanında rahatça dile getirilebildiği gibi, karşı argümanlara da kolayca göğüs gerebilmektedir. Bu yazıda önce iletişim kuram ve araştırmalarının bu yeni konumunu hazırlayan süreç genel çizgileriyle incelenecek, sonra da Türkiye'de kuramsal ve uygulamaya ilişkin çerçeveleri bu alan tarafından çizilen basın-yayın eğitim ve öğretimine ilişkin sorunlar tartışılacaktır. Yazının iddiası, Türkiye'de bugünkü durumuyla basın-yayın eğitim ve öğretiminin, ne içerik bakımından ne de özellikle örgütlenme bakımından dünyada iletişim alanının ulaştığı çizgiye koşut bir değişme gösteremediği; eğitim ve öğretimde yaşanan sorunların da asallıkla bu anakroniden kaynaklandığı şeklindedir. Burada belirtilmesi gereken bir açıklayıcı not da, iletişim araştırmalarının bir bütün olarak birleştirilip, disipliner bir kimlik kazanmaya başlamasıyla birlikte, bu araştırmaların kitle iletişim araçları üzerinde yoğunlaşması ve bu anlamda kitle iletişim araştırmalarıyla özdeşleşmesidir¹ Bu nedenle bugün iletişim alanını kitle iletişim başlığıyla anmak pek de yanlış olmayacaktır. Bu yazıda bu iki terim birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılmaktadır.

* AÜ BYYO Yıllık 1991-92: Şevket Evliyagil'e Armağan, 1992: 119-142.

¹ Jesse G. Delia, "Communication Research: A History" içinde, Charles R. Berger ve Steven H. Chaffee (der.), *Handbook of Communication Science*, Sage Publications, Newbury Park, 1987: 21.

Bir Toplumsal Bilim Alanı Olarak İletişim

İletişimin toplumsal bilim disiplinlerinden biri haline gelmesinde, bugün sıklıkla eleştirilen ve ‘geleneksel’, ‘klasik’, ‘liberal’, ‘Amerikan’, ‘yönetimsel’, hatta ‘tutucu’² başlıkları altında toplanan yaklaşımların katkısı çok fazla olmuştur. Dolayısıyla bu yaklaşımların ortak kökenlerini ve gelişmelerini izlemek, iletişim disiplininin hayat ağacını da öykülemek olacaktır.

İletişim alanındaki çalışmaların başlardaki en belirgin özelliği, bunların toplumsal ve beşeri bilimlerin fiilen tüm disiplin ve alanlarına dağılacak şekilde bölük pörçük gerçekleştirilmiş olmalarıdır. Daniel Czitrom, 1950’lere değin görülen bu dağınıklığı, yüzyılın başlarında Amerikan toplumunda yaşanan sosyoekonomik değişmelerin öne çıkardığı etkinlik ve ilgi alanlarının gereksinimleriyle bağlantılandırarak, bu alanları, “kamuoyu, pazarlama, propaganda ve reklam” olarak saptıyor.³ Alanın özgülleşmesine yönelik temel katkılar ise, farklı disiplin ve ilgi alanlarına eklenerek dağılmış durumdaki iletişim araştırmalarını sistemleştirip sınıflandırarak bir şemsiye altında toplamaya çalışan ‘değerlendirme yazıları’ndan

² İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, *İletişim ve Toplum: Kitle İletişim Kuramları, Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar*, Bilgi Yay., Ankara, 1990. Muhafazakârlık, ilginçtir ki, toplumbilimin gelişmesinde benzer bir etkide bulunmuştur. Gunnar Myrdal, *An American Dilemma*’da, “Muhafazakârlık ... modern toplumsal bilimin fiilen temelini atmıştır” diyor; Harper and Row, New York, 1. basım 1944, 2. basım 1962, cilt 2: 1947. Aktarıldığı yer, Robert Nisbet, *Muhafazakârlık*, çev. Erol Mutlu içinde, Tom Bottomore ve Robert Nisbet (der), *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi*, Verso Yay., Ankara, 1990: 97. Erdoğan ve Alemdar, ‘tutucu’ kavramını kullanırken, herhangi bir değer yargısı aktarmak istemediklerini söyleseler de (s. 17), hem bu kavramın tam da bir değer yargısını ister istemez içlemediğini düşündüğünden, hem de bu şemsiye niteleme altında toplamakla bazı kuramcı ve araştırmacılara, örneğin George Gerbner’e, Dennis McQuail’e, James Halloran’a, hatta Jay Blumler’a, Michael Gurevitch’e, Karl Erik Rosengren’e ve daha nicelerine haksızlık yapılacağı görüşünde olduğundan bu terimi kullanmayacağım. Sadece adını andıklarım (elbette kişilikleri değil, işleridir kastettiğim) bile bu nitelemenin nice tartışma götürür olduğunun bir kanıtıdır.

³ Daniel J. Czitrom, *Media and the American Mind*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1982.

gelmiştir. Jesse Delia, bu yöndeki ilk önemli çalışma olarak, 1955'te yayınlanan ve Elihu Katz ile Paul F. Lazarsfeld'in kendi araştırmalarıyla daha önceki araştırmalar arasındaki ilişkiyi değerlendirdikleri 'Personel Influence'ı (1955) gösteriyor.⁴ Bu çalışmada geliştirilen görüşler, daha sonraları en etkilisi Melvin L. De Fleur'un 'Theories of Mass Communication'ı -Kitle İletişim Kuramları- (1966) olan, iletişim alanının temel ders kitaplarında çeşitli biçimlerde yeniden dile getirilmiştir.

İletişim araştırmalarının başlangıçta çeşitli toplumsal bilim disiplinlerinin kendi özgül metodoloji ve kavramsal çerçeveleri içinde yürütülmesi, iletişim alanının bugünkü parametrelerinin niteliğini kuşkusuz önemli ölçüde etkilemiştir. Bu etkiyi ortaya çıkarmak için, Amerikan toplumsal düşüncesinde yüzyılın başındaki, yani iletişimin araştırma konusu olmaya başladığı dönemdeki yön değişikliğini kısaca gözden geçirmek yararlı olacaktır. Bu yıllarda Amerikan düşüncesine, o zamana değin genel kabul gören klasik-dinsel bakış açısının yerine, en önde gelen temsilcisi John Dewey olan, reformist-bilimci, pragmatist (eylem-yönelimli) ve ilerlemeci bir konum egemen olmuştur.⁵ Bu yeni konumun formülleştirimini temellendiren özgül tarihsel-toplumsal koşullar, köklerini Avrupa düşüncesini tüm 19. yüzyıl boyunca meşgul eden ve sözgelişi, Maine'da 'Statü/Sözleşme', Tönnies'de 'Gemeinschaft/Gesellschaft', Durkheim'da 'Organik/Dayanımcı', Marks'ta 'Feodal/Kapitalist', Weber'de 'Geleneksel/Ussal-Bürokratik' gibi ikiliklerle ifade edilen ve 'endüstrileşme, kentleşme, modernleşme' süreçleriyle karakterize olan⁶ bir formasyon değişikliğinde bulmaktadır. Yüzyılın başında

⁴ Jesse G. Delia, A.g.y.: 21.

⁵ Hanno Hardt, "The Return of the 'Critical' and the Challenge of Radical Dissent: Critical Theory, Cultural Studies and American Communication Research", *Communication Yearbook*, 12, 1988: 560 (Türkçe'si: "Eleştirel'in Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu" içinde, M. Küçük (der. ve çev.), *Medya, İktidar, İdeoloji*, Ark, Ankara, 1994, 2. basımı 1999 -yhn).

⁶ Shearon A. Lowery ve Melvin L. De Fleur, *Milestones in Mass Communication Research. Media Effects*, 2. basım, Longman, New York, 1988: 5-10.

Amerikan düşüncesine egemen olan pragmatizm, bu formasyon değişikliğinin kaçınılmazlığını görüp kabul etmiş olmakla birlikte, değişime müdahale etme isteğiyle temellenerek formüle edilmiştir. Ancak tam bu nedenle, belli bir paradoksu içinde barındırmaktan da kurtulamamaktadır: Yeniden yapılaşan sistemde çözülen, ama pragmatistlere göre gerçek demokrasinin özsel unsurlarını içinde taşıyan cemaat yapısını demokrasiye olan sarsılmaz inançları nedeniyle yeniden elde etmek ama bunu, cemaat yapısının yıkılmasına neden olan gereçlerle, yani bilim, teknoloji ve bürokrasiyle yapmak. Yüzyıl başındaki Amerikan felsefesini büyük ölçüde etkileyen John Dewey'in cemaat yapısıyla, özellikle bu yapıya özgü olarak görülen katılımcılıkla bilimin araçsallığı arasındaki ilişkiyi iletişim ve eğitimin sağlayacağı düşüncesi, bir ölçüde bu paradoksa getirilen bir çözüm gibi değerlendirilebilir.⁷ Aslında bu çözüm mükemmel bir toplumun mükemmel bir demokrasiyle özdeş olduğu iddiasıyla somutlaşan bir yaklaşımın pratik düzlemdeki ifadesidir. Amaç, bilimle ahlâkı uzlaştırmak; bilimsel araştırmacılar topluluğunun ilkselliğine dayanan bir bilimsel pratiği benimsemek, düşünce ve gerçekliğin pratik karakterini, düşüncenin davranışsal yorumunu temel almaktır. Ne var ki, bu düşünce tarzı çözümü olanaksız bir başka paradoksu daha içermektedir ki, bu paradoks ileride belirtilecek olan başka nedenlerle birlikte, bu düşünce geleneğinin yerini koruyamamasına neden olmuştur. Toplumsal değişmeye reformist müdahalecilik disipliner sınırların olabildiğince silinmesini gerektirir. Oysa bilimsel pratik, doğası gereği, en açık, en tartışma götürmez, en tutarlı ve en belirgin kavram, tanım ve önermelere yöneldiği için, hem sınırlarını olabildiğince seçikleştirmeye, hem de alanını daraltmaya eğilimlidir. Bilim ve toplumsal reform pratiklerini uzlaştırmak bu antagonistik iki yönsemeyi uzlaştırmayı da gerektirir ki, olanaksız olan bu ikinci uzlaştırmadır.

Dewey'in cemaat yapısının özeksellğine, demokrasinin işleyişlerine olan derin inancı, toplumun sorunlarıyla daha fazla ilgilenen

⁷ Jesse G. Delia, A.g.y.: 24-25.

toplumsal bilimciler için felsefi bir bağlam sağladı. İletişim kavramı, demokratik bir toplumun başarısının temel ölçütlerinden biri, dolayısıyla da belli başlı bir kuramsal konu haline geldi. Bu zihinsel uğraşmayı temellendiren sayıltı şöyle formüle edilebilir: İletişim toplumun temel süreci ve demokrasinin işleyişinin gerekli, olmazsa olmaz bir koşuludur. Çünkü ‘ben’, iletişim süreciyle ‘başkası’na katılabilirim; anlamlı bir ilişkiler örüntüsü içinde yaşayabilirim.

Bu toplumsal düşünce atomistik birey görüşünü demokrasi düşüncesiyle bağdaşmadığı için eleştirmektedir. Atomistik birey imgesi teknolojik ve ekonomik gelişmelerin bir ürünüdür ve 19. yüzyılın gelişmeleri yönsüzleşen ve kimlik bunalımına düşen bir ‘kamu’ yaratmıştır. Bu bunalım, toplumda özel bir statü kazanacak olan toplumsal bilimcilerin uzmanca gerçekleştirecekleri araştırma süreçleriyle aşılabacaktır.⁸ Bu düşüncenin bir uzantısı, Walter Lippmann’da, kamuoyunun yapay dünyası değerlendirmesi ile bu yapay dünyayı aşmada ‘siyasal karar-alma’ konumunda bulunanlara yol göstermekle görevli ‘uzman-bilimci’ statüsünün tesisi önerisinde de görülmektedir.⁹ Gerçekte bu yaklaşımda, ‘doğru’yu (burada demokrasiyi), dolayısıyla ‘iyi olan’ı (burada mükemmel toplumu) görebilecek, tasarımılayabilecek kapasitedeki tek toplumsal kümeyi, yani ‘filozoflar’ı (burada toplumsal bilimcileri ve araştırmacıları) işbaşına çağırmayı öneren Platonculuğun izlerini açıkça görmek mümkündür.

Pragmatizmin ilerlemeci ve sosyal reformcu nosyonları bilimsel pratikte en yetkin anlatımını Chicago Okulu mensuplarının toplumbilimsel çalışmalarında bulmuştur. İletişim alanında, gerek toplumsal kuramcılar, gerekse Chicago Okulu’nun toplumbilimcileri, ‘basın’ın toplumdaki etkilerinin potansiyel tehlikelerini kabul etmiş, ama gazetelerin toplumda bütünleştirici bir rol oynama kapasitesine sahip olduğunu da saptamışlardır. Ancak pragmatizm ile Chicago Okulu toplumbiliminin eleştirel toplum ve iletişim çalışmaları yerini, 1940’lı yıllarda katıksız bir bilimselciliğe bırakmıştır.

⁸ Hanno Hardt, A.g.y.: 560-561.

⁹ Walter Lippmann, *Public Opinion*, Harcourt Brace, New York, 1922.

F.H. Matthews, bu değişikliğin nedenlerini şöyle açıklamaktadır:¹⁰ “...alanın bilimsel statüsüyle giderek daha fazla ilgilenilmesi, ki bu ilgi metodolojik problemlere yoğun biçimde kafa yorulmasında yansımaktadır; araştırma ve üniversiter öğretim merkezleri olarak başka toplumbilim bölümlerinin kurulması; belli başlı Avrupa toplumbilim kuramlarının özüm senmesi ve toplumbilimcinin, incelediği toplumla ilgili rolüne ilişkin kavramların değişmesi”. Modern bilimin toplumsal ve siyasal bir güç ve bir toplumsal bilgi kaynağı haline geldiği bir dönemdir bu ve kitle iletişim kuram ve araştırmaları pragmatizmin ve Chicago Okulu’nun çalışmalarının önerdiği kültürel/tarihsel bir iletişim yorumundan toplumsal bilim açıklamalarına yönelir.¹¹ Amerikan toplumsal düşüncesindeki bu paradigma değişikliği, toplumbilimde ‘neo-pozitivist’ hareketin etkisini artırmasıyla bağlantılı bir süreçtir. Sürecin, toplumbilim çalışmalarındaki ağırlık merkezinin Chicago’dan Columbia’ya kaymasıyla uzamsal bir değişmeyle de karakterize olduğu söylenebilir. Önde gelen isimleri Columbia Üniversitesi’nde üslenmiş olan ‘neo-pozitivist’ toplumbilimciler, çalışmalarının konularını tanımlamada, ama en çok da, araştırma mantığı ve tekniklerindeki yaklaşımlarıyla Amerikan toplumsal bilimlerinin daha sonraki işleyişini niteleyen parametreleri geliştirdiler. Sörvey yöntemleri ve kamuoyu ölçümleri, araştırma pratiklerinin standartlaştırılması ve sayısal araştırma tekniklerinin geliştirilmesi toplumbilim çalışmalarının ortak paydasını oluşturmaya başladı.

Todd Gitlin’in iletişim araştırmalarında ‘egemen paradigma’ olarak adlandırdıęı¹² bu yeni toplumsal bilim yönsemesi, eleştirel yaklaşımların gerektirdiği disiplinlerarasılık ve eklektisizm yerine, özgül bir alan olarak kitle iletişim çalışmalarının sınırlarını tanımlayan araştırmalara ivme kazandırmıştır. 1940 sonları ile 50’li yıllar

¹⁰ *Quest for an American Sociology: Robert K. Park and the Chicago School*, McGill Queens University Press, Montreal, 1977: 179. Akt. Hanno Hardt, A.g.y.: 567-568.

¹¹ Hanno Hardt, A.g.y.: 568.

¹² Todd Gitlin, “Media Sociology: The Dominant Paradigm”, *Theory and Society*, 6, 1978.

boyunca ardı ardına geliştirilen bir dizi iletişim modeli, alanın bilimsel/ampirik olarak tanımlanma eğilimini ortaya koymaktadır. Harold Lasswell'in, 'kim, neyi, hangi kanalla, kime, ne etkiyle söylüyor' şeklinde formüle ettiği iletişim modeli (1948), matematiksel amaçla geliştirilen ve iletişimi çizgisel, tek-yönlü bir süreç olarak betimleyen Claude Shannon-Warren Weaver'in modeliyle (1949) birlikte iletişim araştırmalarının sorunsalını da uzun bir süre boyunca tanımlamıştır.

1940 ortalarından başlayarak, iletişim alanında çalışan akademisyenlerin ortak bir terim ve kavram çatısı kurma girişimleri de hız kazanmaya başlamıştır. 'İletişim' terimi ilk kez, B.L. Smith, H.D. Lasswell ve R.D. Casey'in "Propaganda, Communication and Public Opinion" (1946) başlıklı kaynakça çalışmalarının yayınlanmasıyla, bu alanda çalışan araştırmacıların söz dağarına girdi. Wilbur Schramm'ın derlediği *Mass Communication* (1949) ve B. Berelson ile M. Janowitz'in derlediği *Reader in Public Opinion and Communication* (1950) başlıklı yayınlar alanın parametrelerini tanımlayan makaleleri bir araya toplamakta ve araştırmacı topluluğun birlik ve tutunum duygusunun giderek güçlenmekte olduğunu göstermektedir.¹³ Ne var ki, bu birlik ve tutunum eğilimi beraberinde kitle iletişiminin diğer iletişim davranışlarından ayrılmasını da getirdi. Bu ayırım, bir anlamda iletişim çalışmalarının toplumsal bilim ve beşeri bilimlerdeki köklerine göre akademik bölünmesini dile getirmektedir. Akademik bölümler, mesleki ve toplumsal bilim köklerine dayanan gazetecilik ile kökleri beşeri bilimlerde olan dilsel iletişim (*speech communication*) şeklinde ikiye ayrıldı ve bu ikisi arasındaki bölünme, yakın yıllara değin kesin çizgileriyle varlığını sürdürdü.

Bu bütünleşme yönsemesinin iletişimin özerk bir akademik disiplin olarak ortaya çıkışında belirleyici etkisi olduğu kuşkusuzdur. Ancak bu gelişmenin başlangıcının tarihini tam olarak vermek pek kolay değildir. Jack M. McLeod ve Jay G. Blumler başlangıç tarihi olarak, Wilbur Schramm'ın *The Process and Effects of Mass*

¹³ Jesse G. Delia, A.g.y.: 57.

Communication başlığını taşıyan ve iletişim üzerine kırka yakın denemenin yer aldığı derlemesinin yayınlandığı 1954 yılını önermektedir. Bağımsız araştırma merkezlerinin ve doktora programlarının ‘iletişim’ ve ‘kitle iletişim’ adlarını kullanmaya başlamalarının yine aynı tarihe denk düşmesi bu görüşü desteklemektedir.¹⁴

Bu yeni disiplindeki kuramsal yönsemelere ve araştırma birikimine ilişkin ilk kısa ama önemli değerlendirme, Bernard Berelson’un *Public Opinion Quarterly*’de yayınlanan ‘The State of Communication Research’ başlıklı yazısıdır.¹⁵ Bu yazıda Berelson, iletişim araştırmalarının 1930’lardan başlayarak 25 yılını değerlendirirken başlıca dört yaklaşımı saptamaktadır: Lasswell’in temsil ettiği siyasal yaklaşım; Lazarsfeld’in temsil ettiği sörvey yaklaşımı; Lewin’in temsil ettiği küçük kümeler yaklaşımı ve Hovland’ın temsil ettiği deneysel psikolojik yaklaşım. Berelson ayrıca alanda etkisi bu dört yaklaşıma oranla çok daha az görünen birkaç yaklaşımdan daha söz etmektedir: Reformcu yaklaşım; geniş tarihsel yaklaşım; gazetecilik kurum ve etkinliklerini öne çıkaran yaklaşım; matematiksel yaklaşım; psiko-dilsel yaklaşım; psikiyatrik yaklaşım.

Berelson’un iletişim alanının 1959’daki durumuna ilişkin değerlendirmesi ve geleceğe ilişkin öngörülleri, özellikle Wilbur Schramm’ın *Public Opinion Quarterly*’nin aynı sayısında yayınlanan yorumuyla¹⁶ karşılaştırıldığında, bu alanın özgülleşimine ilişkin önemli ipuçları sağlamaktadır. Berelson iletişim alanının, geçen yirmi beş yıl içinde önemli katkıları bulunan ‘kurucu babaları’nın ya öldükleri (Kurt Lewin), ya da başka alanlara yöneldikleri (Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld ve Carl Hovland) için kısır bir döneme girdiğini belirtmekte; bu öncülerin ‘büyük fikirleri’nin alana kazandırdığı canlılığın büyük ölçüde yok olduğunu ve bir hareketsizlik dönemine girildiğini öne sürmektedir. Schramm, Berelson’un bu değerlendirmesine ileti-

¹⁴ Jack M. McLcod ve Jay Blumler, “The Macro Social Level of Communication Science” içinde, Berger ve Chaffee (der.), A.g.y.: 284.

¹⁵ “The State of Communication Research”, *The Public Opinion Quarterly*, Spring, 1959, (23) 1: 1-6.

¹⁶ A.g.y.: 6-9.

şim alanının savlananın tersine hayli canlı olduğunu belirterek karşı çıkmaktadır. Schramm iletişimin bir disiplin değil, bir alan olduğunu, dolayısıyla disiplinler-arası bir nitelik taşıdığını, böylelikle de, pek çok disiplinden araştırmacının bu alandan gelip geçtiğini, bunların katkılarıyla da alanın canlılığını koruduğunu söylemektedir. Schramm ayrıca iletişim alanında yanıt bekleyen, araştırmacıları araştırmaya özendiren birçok soru olduğunu belirterek, bunlardan bazılarını sıralamaktadır. Schramm'ın saydığı ve kitle iletişim alanını zenginleştireceğini düşündüğü birçok araştırma konusuna karşın, iletişim araştırmalarının temel sorunsalı 'iletişim sürecinin etkililiği' olmuştur. Bu konu Berelson'a aynı ciltte yanıt veren Raymond A. Bauer'in yorumunda da dile getirilmektedir.¹⁷ Bauer, Berelson'un iletişim alanındaki durgunluk iddiasını, daha önceki yaklaşımların özellikle yöntembilimsel olarak kendi sınırlarına ulaşmış olmalarıyla bağlantılandırarak; bu noktada iletişim sürecinin karmaşıklığının kabul edilmesi gerektiği sonucuna da varılmış olduğunu ve alanın yeni açılımlarının bu sonuçtan hareketle gerçekleştirileceğini öne sürmektedir. İletişim araçlarının etkisi mutlak değildir, çünkü sürece birçok değişken müdahale etmekte, bu durum da sürecin karmaşıklığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla iletişim araştırmalarının temel modeli 'sınırlı etki modeli'dir ve etkinin sınırlılığı da bu alanın karmaşıklığını çözümlenecek araştırmalar zenginliğini vaat etmektedir.

Berelson'un değerlendirmesi ve Schramm ile Bauer'in yorumlarından bir yıl sonra yayınlanan ve iletişim alanındaki çalışmaları toparlamaya yönelik en önemli değerlendirmelerden biri olan Joseph T. Klapper'in *The Effects of Mass Communication* başlıklı çalışmasının kuramsal çerçevesi de 'çizgisel iletişim akışı ve sınırlı etkiler' modeliyle çizilmekte ve bu çalışmada iletişimin etkilerine ilişkin araştırmalar bütünleştirici biçimde özetlenmektedir.¹⁸

Etki konusunun iletişim alanındaki temel sorunsal olmasının üç önemli nedeni vardır: ilki, endüstri ile akademia arasındaki ilişkiler;

¹⁷ A.g.y.: 14-17.

¹⁸ Joseph T. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, Free Press, New York, 1960.

ikincisi, yeni kitlesel iletişim araçlarının toplum, özellikle de toplumun olumsuz mesajlara en açık, dolayısıyla da en sorunlu kesimi olarak düşünülen çocuklar ve gençler üzerindeki etkisi konusunda duyulan kaygılar; üçüncüsü de toplumsal bilimdeki davranışçı yön-seme ve ölçülebilirliğe, dolayısıyla nicelleştirilebilirliğe ağırlık veren bir yöntembilim anlayışının üstün konuma geçişi.

İletişim araştırmalarının itici güçlerinden birinin iletişim araç ve etkinliklerindeki gelişmelerle birlikte, siyasal ve ekonomik dönüşümler sonucu ortaya çıkan yeni sorunlar ve özellikle talepler olduğunu daha önce belirtmiştik. Propaganda (ikna etme-inandırma), pazarlama ve reklam etkinliklerinin önem kazanması, bunların kökenlendiği araçların tüketimine ilişkin davranışların çözümlenmesi konusunu gündeme getirmiştir. Bu durum toplumsal ve endüstriyel kurumlar ile akademik araştırma çevreleri arasında yakın işbirliği için verimli bir ortam yaratmıştır. Psikolojik davranışçılığın kurucusu olan John B. Watson'un John Hopkins Üniversitesi'ndeki başarılı akademik çalışmalarından sonra, Thompson Reklam Ajansına geçerek kariyerine bu kurumda devam etmesi, endüstri ile üniversite arasındaki yakın ilişkilerin somut ve çok önemli bir örneğidir. Watson'un başı çekmesiyle, davranışçı psikoloji, reklam sürecinde nicel ve deneysel yöntemlerin uygulanmasını us-sallaştıran ve meşrulaştıran bir model olarak benimsenmiş oldu.¹⁹

Endüstri ile üniversite arasındaki yakın ilişkinin toplumbilim dalındaki önde gelen temsilcisi ise Paul Felix Lazarsfeld'dir. Lazarsfeld'in Princeton'da Hadley Cantril ve Frank Stanton'la birlikte kurduğu 'Radyo Araştırmaları Bürosu' radyo yayınlarının özellikle tüketimine ilişkin çok sayıda araştırmayı gerçekleştirdikten sonra, 1940'ta Columbia Üniversitesi'ne nakledildi ve adı 'İletişim Araştırmaları Merkezi'ne çevrildi. Lazarsfeld, gerek 'Büro'nun gerekse 'Merkez'in kurulmasındaki çabaları ve katkılarıyla, ayrıca araştırmaların tasarlanması ve yürütülmesindeki yöneticiliğiyle,

¹⁹ Delia, A.g.y.: 48 49.

iletişim araştırmalarında akademik ve ticari çıkarlar arasında kurulmakta olan köprüyü pekiştiren kişi olmuştur.

20. yüzyılın başları, özellikle 1920'ler, yığınsal tüketime sunulan fotoğraf makinesi, radyo, bisiklet, otomobil gibi dayanıklı tüketim mallarının yanı sıra kitle iletişim araçlarından özellikle sinemanın da yaygınlaştığı yıllar olmuştur. Toplumda hemen herkesin yaşamında yer tutmaya başlayan sinema filmlerinin etkisi sorunu, bir araç ile belli bir izlerkitle arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik en geniş araştırma projelerinden birinin gerçekleştirilmesine yol açmıştır. 1920'lerin ortalarında, bu iyice yaygınlaşan iletişim aracının çocuklar üzerinde olumsuz etkiler yarattığı şeklinde Amerikan kamuoyunda, gazete, dergi, hatta dini vaazlarda sıklıkla dile getirilen eleştiriler bu etkiye ilişkin bir araştırmanın gerekliliğini gündeme getirdi.²⁰ özel bir filantropi vakfının (*Payne Fund*) sağladığı mali destekle gerçekleştirilen ve tanınmış araştırmacıların sinema filmlerinin çocuklar üzerindeki etkisi üzerine yaptıkları on üç özgül ve kapsamlı araştırma, daha sonraki iletişim araştırmalarının sorunsalını belirlemede önemli bir etken oldu.

Akademik alışmalar alanında, psikolojik davranışçılık, toplum-bilim ve siyasal bilimde nicel araştırma yönsemeleri; nesnellik, ölçülebilirlik gibi ltler bilimsel pratiğin tanımlayıcı unsurları olarak öne çıkınca, iletişim çalışmalarının da, nicel olarak işlemselleştirilebilen ve sınıflandırılabilen; lmlenebilen bir alanla, yani izlerkitlelerin demografik, psikolojik veya toplumsal karakteristikleri ile tüketim davranışları arasındaki ilişkilerin çözümlenmesi çabalarıyla kısıtlanması doğal görünmektedir. Bu kısıtlama iletişim araştırmalarında 'etki' konusunun egemen sorunsal haline gelmesinin temel etkenlerinden biridir.²¹

²⁰ Lowery ve De Fleur, A.g.y.: 31-34.

²¹ İletişim araçlarının izlerkitle üzerindeki etkileri ve izlerkitlenin tüketim davranışını belirleyen etkenler üzerine geniş bir literatür taraması için, bkz. Christine D. Urban, "Factors Influencing Media Consumption: A Survey of the Literature" içinde, Benjamin M. Compaine (der.), *Understanding New Media: Trends and Issues in Electronic Distribution of Information*, Ballinger Publishing, Cambridge, Massachusetts, 1984: 213-282.

İletişimin çeşitli disiplinlerin buluştuğu, zaman zaman kesiştiği bir entelektüel alan olmaktan çıkıp özerk bir disiplin olmaya doğru yol almasında, 'etki' sorunsalını eksenine alan araştırmalarda geliştirilen kuramsal kavramların katkısı büyüktür. Burada Amerikan toplumsal bilimindeki egemen yönsemelerden birine daha dikkat çekmek gerekiyor. Katıksız, yani ön-kavramlaştırımlarla (daha açık biçimde dile getirilecek olursa, kapsamlı bir kuramla) kirletilmemiş bir araştırmacılık mantığı şeklinde ifade edilebilecek olan bu yönseme, kuramsal kavramların sıkı sıkıya araştırmalara bağlı olarak geliştirilmesini de içlemektedir. Nitekim iletişim disiplininin çatısını çatan, 'iki aşamalı iletişim akışı', 'eşik bekçiliği', 'gündem koyma', 'suskunluk sarmalı' gibi kavram ve hipotezlerin, büyük ölçüde araştırma sonuçlarından hareketle geliştirildiği saptanabilir. Ancak bu egemen özellik, iletişim çalışmaları alanında eleştirelliğin sindirilmesi anlamına da gelmektedir. 'Eleştirelilik' dendiğinde, araştırmalarda geliştirilen kavramların geçerliğinin başka araştırma sonuçlarıyla çeliştiğinde tartışmaya konu olması değil, bu araştırmaların hem mantığının hem de herhangi bir ön-kavramlaştırmadan bağımsız olarak gerçekleştirildiği iddiasının tartışılması kastedilmektedir.

İletişim Kuramları ve Eleştirelilik

Amerikan çalışmalarına egemen olan 'neo-pozitivist' toplumbilim anlayışına karşıt düşünce akıntıları varlıklarını kimi zaman suyun altında da olsa kuşkusuz hep sürdürmüşlerdir. Bu karşı akıntılar içinde C. Wright Mills'in egemen bilim ve araştırma anlayışına yönelttiği eleştiri özellikle anılmaya değer. Mills egemen toplumsal bilim araştırmalarını, 'soyutlanmış ampirisizm' (ayakları yere değmeyen) olarak nitelendirir ve toplumu bütünselliği içinde kavramaya yönelik zihinsel uğraşların önüne dikilmiş bir engel olarak görür.²² Benzer eleştiriler, çalışmalarını esas olarak iletişim alanıyla sınırlayan başka muhaliflerin yazılarında da görülür. Dallas W. Smythe, toplumsal bilimdeki 'bilimci-

²² C. Wright Mills, *Toplumbilimsel Düşün*, çev. Ünsal Oskay, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1979.

lik' iddialarını şiddetle eleştirip, David Riesman'ın toplumsal değişme sorununu kültürel bir çözümleme çerçevesinde tartışarak geliştirdiği tipolojiyi iletişim alanına uyarlamaya çalışırken;²³ Herbert Schiller, iletişim araştırmalarını uluslararası egemenlik ilişkileri çerçevesinde sürdürerek eleştirel bir perspektif geliştirir.²⁴

İletişim alanındaki en etkili karşı akıntı Frankfurt Okulu'nun Avrupa'da 'Zeitschrift für Sozialforschung'da yayınlanan kitle iletişim araçları üzerine makalelerle başlattığı ve kimi üyelerinin Almanya'da Nazizmin güç kazanması nedeniyle zorunlu göçleri sonucu Amerika'da sürdürdüğü çalışmalarıdır. Oskar Negt'in belirttiği gibi, bu çalışmalar tematik bir bütünlükten ve önermeler düzeyinde tam bir tutarlık ve uyumdan yoksun olmakla birlikte, toplumun bütüncüllüğünü esas alan bir kuramsal çerçeve geliştirme kaygısıyla nitelenmektedirler. Pozitivist iletişim araştırmalarının 'kuramla kirlenmemiş ve böylelikle değerden arınmış' olma iddiası ve araştırmacının kullandığı 'bilimsel' yöntemler sayesinde bilgisinin nesnelliğini güvenceye aldığı düşüncesi, Frankfurt Okulu mensuplarının görüşüne göre aldatıcıdır. Çünkü değerden arınmış olma amacıyla her bilgi nesnesinin doğasında bulunan daha iyi bir gerçeklik olasılığından yana kararlı ve bilinçli bir tavır alma fırsatını göz ardı eden bilimsel soruşturmaların, topladıkları bilgi, geliştirdikleri yeni uygulama ve kullanım olanakları aslında mevcut egemenlik kalıplarının güçlenmesine hizmet edecektir. Araştırmacı sadece yöntemlerin güvenceye aldığı bilgi nesnelliği ile harekete geçerse, belli bir sınıfın çıkarları yönünde kararını zaten vermiş demektir. Böylelikle pozitivist iletişim araştırmaları, "durdurulamaz bir çürüme ve çöküş sürecini yaşayan burjuva kamusal alanının kalıntılarını yönetme" görevini üstlenmiştir.²⁵

²³ Dallas W. Smythe, "Some Observations on Communications Theory" içinde, Denis McQuail, *Sociology of Mass Communication*, Penguin, Middlesex, 1972: 19-34.

²⁴ Herbert I. Schiller, *Mass Communications and American Empire*, Augustus M. Kelly, New York, 1969.

²⁵ Oskar Negt, "Mass Media: Tools of Domination or Instruments of Liberation? Aspects of the Frankfurt School's Communication Analysis" içinde, Kathleen Woodward (der.), *The Myths of Information: Technology and Post-Industrial Culture*, Coda Press, Inc., Wisconsin, 1980: 66-70.

Frankfurt Okulu'nun iletişim araçlarına (ya da 'kültür endüstrisi'ne) ilişkin çözümlemesi alabildiğine 'değer-yüklü'dür ve pozitivist iletişim araştırmalarının kavramsal çatılarını meşrulaştırmak için benimser gördükleri teknolojisist gerekçeyi, tam da 'tahakkümün gerekçesi' olarak eleştirir.²⁶ Horkheimer'a göre, iletişim araçlarının (teknolojisinin) gelişmesi insanları birbirinden ayıran engelleri daha da tahkim eder. Yaşam deneyiminin kitle iletişim aracılığıyla ifadesi olanaksız hale gelmiştir. Kitle iletişim araçları baskıcı kitlesel aldatma araçlarıdır; çünkü özgürlükten yoksunluk duygusu bu araçlarla telafi edilmektedir. Dolayısıyla bu araçlarla sınırlanan araştırmalar, bu işlevlerin daha da kolay yerine getirilmesine hizmet eden bilgiler üretir. Bu araçların özü, iletişim araştırmacısının özgül araştırma konularından çok toplumda yazının durumuna, eğitim sistemlerine, kültürel gelişme düzeyine ve sınıf savaşımının halihazırdaki durumuna bakılırsa anlaşılabilir. Bu, akıllıca kurulmuş varsayımlar veya münferit araştırmacıların kişisel yeti ve kapasiteleri sorunu değil, temel bir kuramsal sorundur.²⁷

Frankfurt Okulu'nun bu yaklaşımı iletişim araştırmalarını disiplinler bir sınırlamanın ötesine konumlarken, Hanno Hardt'a göre, klasik iletişim araştırmalarının öncüsü ve kökleştiricisi olan Paul F. Lazarsfeld, eleştirel araştırmalar başlığıyla sınıflandırdığı bu yönsemeyi toplumsal bilim çalışmalarının geleneksel burjuva bağlamıyla kuşatmak istemektedir.²⁸

²⁶ Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno, *Dialectic of Enlightenment*, Herder and Herder, New York, 1972: 121.

²⁷ Oskar Negt, A.g.y.: 68.

²⁸ Hanno Hardt, A.g.y.: 572-573; Lazarsfeld iletişim araştırmalarını *yönetimsel ve eleştirel* olarak iki başlık altında toplamaktadır (Paul F. Lazarsfeld, "Remarks on Administrative and Critical Communication Research", *Studies in Philosophy and Social Science*, IX (1), 2-16). Lazarsfeld, bu ayrımın eleştirel araştırmaları, kitle iletişim araçları endüstrisi ve bu endüstrinin talepleri dışındaki ilgilenimlerden temellendiği gibi, kapsamı da bir tek iletişim araçlarıyla kısıtlı olmayan çalışmalar olarak niteler. Oskar Negt, buradan hareketle "eleştirel bir iletişim kuramının çekirdeğini iletişim araçları oluşturmaz" demektedir (A.g.y.: 68). Buna karşılık Hanno Hardt'ın, E. McLuskie'den alıntılıdığına göre: "Lazarsfeld'in eleştirel araştırmaları kurumsallaştırıp bir gelenek haline getirme fikrinin gerisinde müşterilerini (iletişim aracı patronlarını) eleştiriye duyarlı kılmak isteği yatmaktadır" (A.g.y.: 572).

Gerçekten de Hardt'ın bu saptaması, daha sonraları bu iki araştırma geleneğinin aslında bağdaşmaz olmadığını öne sürerek, özellikle alanın böylesi kesin bir çizgiyle ikiye bölünmüşlüğünden duyulan rahatsızlık nedeniyle olsa gerek, bunların uzlaştırılmasının mümkün olduğunu iddia edenlerin yaklaşımlarında üstü örtük biçimde de olsa kendisini göstermektedir.²⁹

İletişim çalışmalarında iki karşıt akımı bağdaştırma girişimi, çoğu kez eleştirel yaklaşımın metodolojik, klasik yaklaşımın da kuramsal yetersizliklerinin böylesi bir diyalog sonucu giderilebileceği, böylelikle iletişimin bütünlüklü bir disiplin haline gelebileceği düşüncesiyle temellenmekteyse de; kuramla metodoloji arasında yapay bir ayrımı varsaydığı için bir dilek olmaktan ileri gidemedi. 'Ana akım', eleştirel yaklaşımı işlemselleştirilemeyen, dolayısıyla ilişkileri ampirik olarak sınanamayan kavramları ve önermeleri nedeniyle spekülatif diye kaale almazken; eleştirel perspektif de 'ana akım'ın salt metodolojik inceltimlerinden temellenen varsayımlarının bizzat bu temelden kaynaklanan ideolojik yanlılığını vurgulamaya devam etti.

Berelson'un iletişim araştırmalarının geleceğine ilişkin karanlık tabloyu çizdiği 1950 sonlarından başlayıp bir on yıl kadar süreyle her iki yaklaşımda da gerçekten bir durgunluk dönemi yaşandı. İletişim çalışmalarının özellikle eleştirel ayağı, iddialarını 'ana akım'ın eleştirisiyle kısıtlama eğilimini sürdürmesi nedeniyle oldukça kısır bir alan içine hapsedi. Ne var ki, bugünden bakıldığında bu sürenin iletişim çalışmalarının günümüzdeki 'verimli hareketliliği'nin kuluçka dönemi olduğu pekala öne sürülebilir.

İletişim Çalışmalarında Bugünkü Durum

İletişim çalışmalarındaki 'ana akım' ve 'eleştirel' yaklaşım şeklindeki ikili bir ayırmamayı, gerekçeleri ne denli haklı olsa da, yol açacağı basitleştirimler nedeniyle belli bir ihtiyat payıyla değerlendirmek

²⁹ Bu uzlaştırma eğilimlerine ilişkin bir değerlendirme için, bkz. Erol Mutlu, *Karşılaştırmalı Televizyon Sistemleri ve Televizyon Yapımcılarının Mesleki Eğilimleri*, Yayınlanmamış doktora tezi, AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1986: 36-41.

gerekiyor. Bu basitleştirimler, aynı kampta yer aldığı varsayılmakla birlikte, kuramsal yönsemeleri bakımından olsun, kullanılan araştırma teknikleri bakımından olsun, bir hayli farklılıklar gösteren yaklaşımlar arasındaki farkları gizleme eğilimine yol açabilmektedir. Örneğin araçlar ile hedef ilişkisini araştırmalarının eksenine oturtan ‘ana akım’da etki araştırmaları, gündem koyma, bilgi gediği (*knowledge gap*), suskunluk sarmalı, yetiştirme çözümlemesi (*cultivation analysis*) gibi alt-alanlarıyla ve daha çok deneysel çalışmalarıyla varlığını sürdürmektedir ama başlardaki egemen konumunu yitirmiş, daha doğru bir deyişle bu egemenliğini yine araçlar-hedef ilişkisi ekseninde yer alan ve kökleri 1940’lara, özellikle Herta Herzog’un radyo dinleyicilerinin beklentileri ve doyumlarına ilişkin araştırmalarına dayanan ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımıyla paylaşır hale gelmiştir. Bu yaklaşımlardan ilkinin temel sorusu, ‘iletişim araçları bireye ne yapmaktadır?’, ikincisinininki ise, ‘birey iletişim araçlarına ne yapmaktadır?’, şeklinde formüle edilmektedir. Bu iki soru, iletişim sürecinin araç ve izlerkitle unsurlarıyla kurulmuş olmakla birlikte, bu iki unsurun bu sorularda, dolayısıyla iletişim sürecinde özne ve nesne olarak karşıt konumlandırılması yüzünden, aynı gelenek içinde çok farklı iki yaklaşımı temsil etmektedir. Bu iki yaklaşım, iletişim çalışmalarında önemli bir kavramsal dikotomiye, etkin/edilgin izlerkitle tartışmalarına yol açmıştır.³⁰ Ne var ki son yıllarda bu iki yaklaşımı ‘kullanımlar ve etkiler araştırmaları’ başlığı altında birleştirme çabaları da gözlenmektedir.³¹ Tüm bu yönsemeler Amerikan iletişim çalışmalarında kavramsal zenginleşmenin de göstergesidir.

‘Ana akım’ iletişim çalışmalarının salt metodolojik kaygılarla sınırlı yönetsel araştırmalardan sıyrılıp kavramsal düzlemde zengin bir tartışma eğilimi içine girmesinin birtakım nedenleri vardır. Bunların ilki, *akademia* ile endüstri arasındaki araştırma bağlamın-

³⁰ Bkz. “Section 1: The Mass Media Audience: Perceptive, Interpretive, or Not”, *Communication Yearbook 11*, Sage, Newbury Park, 1988: 22-145’teki Barrie Gunther, Frank A. Biocca ve Thomas R. Lindlof’un yazı ve yorumları.

³¹ Klaus Bruhn Jensen ve Karl Erik Rosengren, “Five Traditions in Search of the Audience”, *European Journal of Communication*, 5 (1990): 208-210.

daki işbirliğinin zayıflaması; endüstrinin taleplerine yanıt verecek araştırmaların, bizzat kendileri endüstrinin içinde yer alan tecimsel-uzman kuruluşlarla yürütülür hale gelmesidir. *Akademia* böylelikle araştırmalar için gerekli mali kaynaktan önemli ölçüde yoksunlaşmakla birlikte, araştırma sorularının endüstri tarafından dayatılması sonucu içine kısıtlanmış olduğu sınırlardan da kurtuldu. İkinci neden ‘ana akım’ iletişim çalışmalarıyla eleştirel çalışmalar arasında bir bütünleşme, birleşme söz konusu olmamakla birlikte, özellikle birincisi açısından bir diyalogun kurulmuş olmasıdır. Bu diyalog kimilerine göre, klasik yaklaşımın eleştirellığe karşı direncini bertkitme biçiminde bir sonuca yol açmış olsa da,³² karşı tarafın sözlerini göz önüne alma eğilimini dile getirmektedir. Eleştirel çalışmaların, Amerikan ‘ana akım’ iletişim araştırmaları perspektifince fark edilmesinde, Amerika’daki iletişim araştırmalarındaki toplumsal bilim/beşeri bilimler kesin ayrımının özellikle çeşitli Amerikan üniversitelerinde konumlanmış olan ve Avrupa’daki gelişmeleri izleyen münferit eleştirel iletişim araştırmacılarının etkisiyle tartışılır hale gelmesi de bir etken olmuştur. Bu ikinci nedenle ilişkili olan bir üçüncü neden de, eleştirel kampta 1970 başlarından itibaren, özellikle İngiltere’de *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*’in kültür ve iletişim çalışmalarıyla kendisini gösteren canlanmadır. Gerçekten de iletişim çalışmalarında asıl hareketlilik son iki on yıl içinde eleştirel akım içinde yaşanmaktadır. Bu saptama, *Journal of Communication*’un 1983’te yayınlanan ve iletişim çalışmalarının durumunu değerlendirmeye yönelik makalelerin derlendiği bir sayısında, Jennifer Daryl Slack ve Martin Allor’un eleştirel iletişim çalışmalarının alternatif yaklaşımlardan oluşan bir alan olduğu görüşüyle de dile getirilmektedir.³³ Nitekim Lawrence Grossberg, eleştirel çalışmalarda tam on farklı yaklaşımı belirleyip,

³² James W. Carey, “Overcoming Resistance to Cultural Studies” içinde, *Mass Communication Yearbook 5*, Sage, Beverly Hills, 1985: 31-37.

³³ Jennifer Darly Slack ve Martin Allor, “The Political and Epistemological Constituents of Critical Communication Research”, *Journal of Communication*, 33 (3), 1983: 208-218.

bunları üç daha geniş kategoride toplamaktadır.³⁴ Bu yaklaşımların kuramsal ve metodolojik kökleri Frankfurt Okulu'nun eleştirel geleneğine de uzanmakla birlikte; Marx, Althusser ve Gramsci'nin siyasal düşüncesinden, Raymond Williams, Richard Hoggart gibi düşünürlerin kültür çalışmalarına, Freud ve Lacan'dan temellenen psikanalize, Claude Levi-Strauss ve Roland Barthes'in çalışmalarına kadar çok geniş bir entelektüel birikime dayanmaktadır.³⁵

David J. Sholle'nin belirttiği gibi, eleştirel çalışmalar bütünlüklü bir kategoriye değil, bir 'alan'ı, 'söylemsel bir uzam'ı ifade etmektedir. Bu uzamda yer alan yaklaşımların tümünün ortak yönü, maddi pratik olarak kültürel üretimi eleştirel biçimde incelemektir.³⁶ Bu yaklaşımların eleştirilerini temellendiren ortak sayılılar ise ekonomik çıkarlarla ideolojik temsiller arasında şu ya da bu ölçüde bir bağlantı bulunduğu ve iletişim araçlarının tümel toplumu çıkarlarından çok egemen çıkarlara hizmet ettiği şeklinde formüle edilebilir.³⁷ Bu ortak yön nedeniyle eleştirel-kültürel iletişim araştırmaları yaygın olarak 'kültürel çalışmalar' diye de anılmaktadır. Bu çalışmaların ampirik araştırmalara karşı çıkmayıp, tam tersine bunların kendi araştırmalarında yaygın biçimde kullanılmasının gerekliliğini vurgulamasıyla,³⁸ geleneksel eleştirel yaklaşımdan farklılaştığını da belirtmek gerekiyor. Kültürel çalışmaların bir başka ortak yönü de, "paradigmatik bir statü ardında koşmamaları; yanı sıra

³⁴ Lawrence Grossberg, "Strategies in Marxist Cultural Interpretation", *Critical Studies in Mass Communication*, 1 (1984): 392-421.

³⁵ Kim Christian Schroder, "Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research", *European Journal of Communication*, 2 (1987): 14-16.

³⁶ David J. Sholle, "Critical Theories: from the Theory of Ideology to Power/Knowledge", *Critical Studies in Mass Communication*, 5 (1988): 16-41 (Türkçe'si: içinde, M. Küçük, A.g.y. -yhn).

³⁷ James Curran, "The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal", *European Journal of Communication*, 5 (1990): 139 (Türkçe'si: içinde, M. Küçük, A.g.y. -yhn).

³⁸ Stuart Hall, "The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in Media Studies", içinde M. Gurevitch, T. Bennett ve J. Woolcott (der), *Culture, Society, and the Media*, Methuen, London, 1982: 81 (Türkçe'si: içinde, M. Küçük, A.g.y. -yhn).

yerleşik disiplinler sınırlara itaat etmemeleri, eklektisizmi olumlayıcı biçimde benimsemeleri ve aynı zamanda, hem kültürel araştırma hem de kültürel eleştiri olmalarıdır”.³⁹ Bu yaklaşıma göre iletişim esas olarak davranış ya da tutum değişikliğine yönelik bir süreç değil, anlam üretimidir ve bu üretime izlerkitle etkin olarak katılmaktadır.⁴⁰ Ama kültürel çalışmaların ayırt edici bir varsayımı, anlamın kültürel süreçteki toplumsal üretimi ve yeniden-üretiminin sadece bir anlamlandırma meselesi değil, aynı zamanda bir iktidar meselesi olduğudur. Dolayısıyla anlamlandırma pratikleriyle iktidarın kullanımı arasındaki yakın bağın çözümlenmesi kültürel çalışmaların özekselleşme noktasını oluşturur. İletişim araçlarının bu pratiklerle toplumda oydaşmanın üretilmesine ve toplumsal rızanın sağlanmasına nasıl katkıda bulunduğu sorusu, anlamlandırma pratiklerine etkin olarak katılan izlerkitlenin konumunu yeniden gündeme getirir. Kitle iletişim araçlarının izleyicileri geleneksel izleyici araştırmalarının yaptığı gibi münferit birimlerden oluşan ve demografik özelliklerine göre kategorileştirilen ampirik bir topluntu olarak değil, kuramsal bir yapıntı (*construct*) olarak değerlendirilmelidir.⁴¹ Ancak o zaman izlerkitle ile iletişim metinleri arasındaki ilişkiyi kuramsal bir düzlemde tartışma olanağı doğabilir.

Bu argümanlar, eleştirel çalışmalar içinde alımlama çözümlemesini ön plana çıkarmış ve bir anlamda araştırmaların ‘ana akım’daki gibi araç (metin)-izlerkitle ilişkisi eksenine oturtulmasına yol açmıştır. Bu ekseninde gerçekleştirilen araştırmalar kümesi James Curran’ın ‘kitle iletişim araştırmalarında yeni revizyonizm’ olarak nitelediği bir yönsemeyi temsil etmektedir. Bu yönsemenin kökeninde kültürel çalışmalar geleneğinin dayandığı sınıf çalışmasıyla

³⁹ Ien Ang, “Culture and Communication: Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System”, *European Journal of Communication*, 5 (1990): 240.

⁴⁰ Klaus Bruhn Jensen, “Qualitative Audience Research: Towards an Integrative Approach to Reception”, *Critical Studies in Mass Communication*, 4 (1987): 21-36

⁴¹ Martin Allor, “Relocating the Site of the Audience”, *Critical Studies in Mass Communication*, 5 (1988): 217-233.

karakterize olan toplum modelinin giderek bir yana itilmesi yatmaktadır. Sınıf çatışması modelinin itibar kaybetmesinde, çeşit çeşit iktidar ilişkilerinin farklı durumlarda deneyimlendiği ve bunların ikili ve her şeyi kapsayan sınıf çıkarları karşıtlığına indirgenmeyeceği düşüncesinde, karmaşık ve çok yönlü bir toplum taslağı öneren Michel Foucault'nun yazılarının etkisi büyük olmuştur.⁴²

Bu yeni revizyonist yönsemeye göre, iletişim araçlarının metinleri çokanlamlı (*polysemic*) olup, izlerkitlenin 'yeğlenen okumalara' direnmesine, 'muhalif kodaçımılama' yapmasına elvermektedir. Bu iddiayı doğrulayan çok sayıdaki çalışmaya⁴³ karşılık, bazı araştırmalar da iletişim metinlerinin çok anlamlılığını sınırlayan etmenleri belirlemektedir.⁴⁴ Bunların yanı sıra, araştırmaların metodolojik sorunlarına ilişkin tartışmalar da sıklıkla ve eleştirel biçimde gündeme getirilmektedir.⁴⁵ Nihayet bu yaklaşıma yönelik kapsamlı bir eleştiri, yine bu yaklaşımın içinde yer alan Ien Ang tarafından yapılmaktadır. Ien Ang, alımlama araştırmalarının bir çığ gibi büyüdüğünü, birbirini yineleyen binlerce araştırmanın ardı ardına birikip durduğunu belirtmekte ve pozitivistlerin temel bir varsayımın ampirik evetlemelerinin böylesine birikmesinden çok memnun olabileceklerini, ama bu durumun kültürel eleştiri yaklaşımının amaçlarına hiç de uymadığını söylemektedir. Ang'a göre aynı araştırma 'tasarısı'nın yinelenimleri, içi boş, soyut ve nihayetinde güçsüz bir genelleme, yani çok daha mutlak bir biçimsel 'ha-

⁴² James Curran, A.g.y.: 139

⁴³ Bu anlam çoğulculuğu ve liberalizminin en önde gelen ismi John Fiske'dir. Bkz. John Fiske, *Television Culture*, Methuen, London, 1987. Yine bu iddiayı doğrulayan bir araştırma için bkz. Linda Steiner, "Oppositional Decoding as an act of Resistance", *Critical Studies in Mass Communication*, 5 (1988): 1-15.

⁴⁴ Örneğin Celeste Michelle Condit'in Cagney and Lacey adlı televizyon dizisinin bir bölümünün nasıl okunduğuna ilişkin araştırması, çokanlamlılık kavramının kısıtlılığını vurgulamakta ve bu kısıtlılığın etkenlerini sıralamaktadır: "The Rhetorical Limits of Polysemy", *Critical Studies in Mass Communication*, 6 (1989): 103-122.

⁴⁵ Metodolojik sorunların tartışıldığı iki metin: Brigitta Höijer, "Studying Viewers' Reception of Television Programmes: Theoretical and Methodological Considerations", *European Journal of Communication*, 5 (1990): 29-56 ve Jostein Gripsrud: "Toward a Flexible Methodology in Studying Media Meaning: Dynasty in Norway", *Critical Studies in Mass Communication*, 7 (1990): 117-128.

kikat' üretme tehlikesine yol açabilecektir. Kültürel çalışmalardaki bu 'banallık' eğilimini önlemek için, alımlama çalışmalarını daha genel bir kuramsal çerçeveye yerleştirmek gerekmektedir. Bu çerçeve kitle iletişiminin tüketiminin ulus ötesi iletişim araçları sistemi içindeki e-leştirisiyle kurulabilir.⁴⁶

Kitle iletişim kuramları ve araştırmalarındaki son yirmi yılın gelişmeleri, iletişim alanının değişik ve birbiriyle yarışan çok sayıda paradigmayla zenginleşmiş olduğunu, 'klasik yaklaşım'ın egemen paradigma statüsünün tartışılır hale geldiğini ortaya koymaktadır. Bu durum yine diğer toplumsal bilim disiplinleriyle karşılaştırıldığında, iletişim disiplini bakımından bir zenginliğin, bir 'kaynaşma' bolluğunun delilidir.

Türkiye'de İletişim Disiplini ve Basın-Yayın Eğitiminin Durumu

İletişim disiplininin kalın çizgilerle yukarıda aktarılan serüvenini Türkiye bağlamında yeniden-kurmaya girişmek hiç de verimli bir çaba olmayacaktır. Çünkü iletişimin zengin ve ayrıcalıklı bir akademik faaliyet alanı olduğu görüşü dünyada genel kabul görmektedir ama Türkiye'de bu görüş kanıtlanması için çok çaba harcanması gereken bir iddia olmaktan ileri gidememektedir. Bunun nedeni, *akademia*'nın iletişim alanını hâlâ özgül, sınırları belirlenmiş ve tanımlanmış bir disiplin olarak kabul etmiş olmamasıdır. Türkiye'nin iletişim alanıyla doğrudan ilgili (İstanbul Üniversitesi, gerek müfredat gerekse akademik araştırmalar temelinin yeterli olmaması nedeniyle bir yana bırakılacak olursa) ilk akademik kurumu olan Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı Basın ve Yayın Yüksekokulu 1965 yılında faaliyete geçmiştir. Bu Yüksekokul'un ve daha sonra kurulan basın-yayın eğitimi veren yüksekokulların kuruluş gerekçesi, Lazarsfeld geleneği çerçevesinde, sadece medya personelinin yetiştirilmesine duyulan gereksinimdir.⁴⁷ Basın sektörünün SBF Ba-

⁴⁶ Ien Ang, A.g.y.: 243-244.

⁴⁷ Amerika'daki gazetecilik okullarına ilişkin benzer bir değerlendirme için bkz. Hanno Hardt, A.g.y.: 570.

sın ve Yayın Yüksekokulu'nun kuruluşundaki etkin katılımı ve talepleri bu gerekçenin somut kanıtıdır. Ne var ki endüstriyle Basın ve Yayın Yüksekokulları arasındaki ilişki başlangıcından bugüne kadar Lazarsfeld'in Amerika için amaçladığı verimlilik ve işbirliği düzeyine de ulaşamamıştır. Basın endüstrisinin sık sık bu okullardaki mesleki eğitimi yetersizlikle eleştirmesi bu durumun somut bir göstergesidir. İlginçtir ki, okullar da bu eleştiriler karşısında, ne açık bir karşı-eleştiri geliştirmekte ne de kuruluşlarındaki gerekçeyi tartışıp kendileri için yeni bir zemin arama çabası göstermektedirler.

Yukarıdaki saptamaların tek bir nedeni yoktur elbette. Bir kere basın endüstrisi okulları denetlemek istemekte, buna karşılık bu okulların üniversiter bünye içinde kurulmuş olmaları, dolayısıyla şu ya da bu ölçüde akademik bir geleneği paylaşmaları, bu denetiminin gerçekleşmesini engellemektedir. Böylelikle bu okullar birbirine zıt, uzlaşması pek de mümkün görünmeyen iki yönsemeyi, kuruluş gerekçelerinden de kaynaklanan ve bu gerekçelerin hiç de eleştirilmemesi nedeniyle devam eden bir açmaz olarak yaşamak durumundadırlar: Bir yanda bu okulların endüstrinin talebine uygun olarak, yani endüstrinin de sözü geçecek biçimde sadece medya personelinin eğitim zemini olarak kalmaları; diğer yanda da ülkenin üniversiter yapısının özelliklerine uygun biçimde, gerçek anlamda akademik bir zemine oturtulmaları ve her türlü eğitim-öğretim faaliyetlerinin bu zemine dayalı olarak gerçekleştirilmesi. Henüz bu eğilimlerden biri diğerine ağır basmış değildir. Zira üniversite bünyesi içinde, bilimsel ve akademik çalışma ve kaygılardan arındırılmış bir eğitim-öğretim faaliyeti sürdürmenin olanağı (meslek yüksekokulu olarak düzenlenmiş kurumlar dışında) yoktur. Her şeyden önce Türkiye'deki akademik personel yetiştirme geleneği böyle bir eğilimi saf dışı bırakmaktadır. Okulların kuruluşundaki gerekçe ve akademik çevrelerin bu okulları değerlendirirken dünyadaki gelişmelerden büyük ölçüde habersiz olmaları da ikinci eğilimin önündeki aşılması çok güç engeli oluşturmaktadır. Bugün Türkiye'de üniversiter kurumlardakiler de dahil, herkes 'iletişim devrimi'nden, 'iletişim çağı'ndan söz etmektedir ama bu devrimin, bu çağın ne olduğunu anlatacak, tanımlayacak, eleştire-

cek, geleceğe ilişkin öndeyilerde, kestirimlerde bulunacak iletişim disiplininin habersiz görünmektedirler. Bu disiplinin ayırımında olanlar, bu alanda faaliyet gösterenler (ki basın-yayın eğitiminin zeminini bu disiplin oluşturduğu için, bunlar çoğunlukla Türkiye’de, basın-yayın okullarında üslenmişlerdir) ise, Türkiye’deki üniversiter yapının neden olduğu kısıtlamalar sonucu seslerini pek duyuramamaktadırlar. Ayrıca, Türkiye’de basın-yayın eğitiminin yirmi beş yıllık geçmişine bakıldığında, iletişim alanında bu eğitim kurumlarının araştırma ve yayın bakımından, nitelik bir yana, nicelik olarak, akademik çevreleri ‘iletişim’ diye bir disiplinin varlığına inandıracak düzeye ulaştığı, ne yazık ki pek söylenemez.⁴⁸ Basın-yayın eğitiminin dayandığı disiplinler alanın akademik çevrelerde kabul görmemesi ise, bu alanda faaliyet gösteren akademisyenlerin, ama esas olarak basın-yayın okullarının kimlik bunalımını daha da yoğunlaştırmaktadır. Bu, gerçekte iletişim disiplininin Türkiye’deki kimlik bunalımıdır ve bu bunalımın artık hissediliyor, dahası yaşanıyor olması, disiplinin ülkemizdeki geleceğini aydınlık görmek için yeterli bir nedendir.

Kaynakça

- Allor, Martin, “Relocating the Site of the Audience”, *Critical Studies in Mass Communication*, 5 (1988).
- Ang, Ien, “Culture and Communication: Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System”, *European Journal of Communication*, 5 (1990).
- Carey, James W., “Overcoming Resistance to Cultural Studies” içinde, M. Gurevitch ve M.R. Levy (der.), *Mass Communication Yearbook* 5, Sage, Beverly Hills, 1985.
- Condit, Celeste Michelle, “The Rhetorical Limits of Polysemy”, *Critical Studies in Mass Communication*, 6 (1989).
- Curran, James, “The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal”, *European Journal of Communication*, 5 (1990).
- Czitrom, Daniel J., *Media and the American Mind*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1982.

⁴⁸ Bu çalışmalara ilişkin genel bir değerlendirme, bir başka yazımızın konusunu oluşturacaktır.

- Delia, Jesse G., "Communication Research: A History" içinde, Charles R. Berger ve Steven H. Chaffee (der.), *Handbook of Communication Science*, Sage Publications, Newbury Park, 1987.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar, *İletişim ve Toplum: Kitle İletişim Kuramları, Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar*, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990.
- Fiske, John, *Television Culture*, Methuen, London, 1987.
- Gitlin, Todd, "Media Sociology: the Dominant Paradigm", *Theory and Society* 6, 1978.
- Gripsrud, Jostein, "Toward a Flexible Methodology in Studying Media Meaning: Dynasty in Norway", *Critical Studies in Mass Communication*, 7 (1990).
- Grossberg, Lawrence, "Strategies in Marxist Cultural Interpretation", *Critical Studies in Mass Communication*, 1 (1984).
- Hall, Stuart, "The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in Media Studies", içinde, M. Gurevitch, T. Bennett ve J. Woolacott (der), *Culture, Society, and the Media*, Methuen, London, 1982.
- Hardt, Hanno, "The Return of the 'Critical' and the Challenge of Radical Dissent: Critical Theory, Cultural Studies, and American Communication Research" içinde, J. Anderson (der), *Communication Yearbook*, 12, Sage, Newbury Park, 1989.
- Horkheimer, Max ve Theodor W. Adorno, *Dialectic of Enlightenment*, Herder and Herder, New York, 1972.
- Höijer, Brigitta, "Studying Viewers' Reception of Television Programmes: Theoretical and Methodological Considerations", *European Journal of Communication*, 5 (1990).
- Jensen, Klaus Bruhn, "Qualitative Audience Research: Toward an Integrative Approach to Reception", *Critical Studies in Mass Communication*, 4 (1987).
- ve Karl Erik Rosengren, "Five Traditions in Search of the Audience", *European Journal of Communication*, 5 (1990).
- Klapper, Joseph T., *The Effects of Mass Communication*, Free Press, New York, 1960.
- Lazarsfeld, Paul F., "Remarks on Administrative and Critical Communication Research", *Studies in Philosophy and Social Science* 9, 1941.
- Lippmann, Walter, *Public Opinion*, Harcourt Brace, New York, 1922.
- Lowery, Shearon A. ve Melvin L. De Fleur, *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, Longman, New York, 1988.

- McLeod, Jack ve Jay G. Blumler, "The Macro Social Level of Communication Science" içinde, Charles R. Berger ve Steven H. Chaffee (der), *Handbook of Communication Science*, Sage Publications, Newbury Park, 1987.
- Mills, C. Wright, *Toplumbilimsel Düşün*, çev. Ünsal Oskay, Kültür Bakanlığı Yay., Ankara, 1979.
- Mutlu, Erol, *Karşılaştırmalı Televizyon Sistemleri ve Televizyon Yapımcılarının Mesleki Eğilimleri*, Yayınlanmamış doktora tezi, AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1986.
- Negt, Oskar, "Mass Media: Tools of Domination or Instruments of Liberation? Aspects of Frankfurt School's Communication Analysis" içinde, Kathleen Woodward (der), *The Myths of Information: Technology and Post-Industrial Culture*, Coda Press, Inc., Wisconsin, 1980.
- Nisbet, Robert, "Muhafazakârlık", çev. Erol Mutlu içinde, Tom Bottomore ve Robert Nisbet (der), *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi*, Verso Yayınları, Ankara, 1990.
- Schiller, Herbert, *Mass Communications and American Empire*, Augustus M. Kelly, New York, 1969.
- Schroder, Kim Christian, "Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research", *European Journal of Communication*, 2 (1987).
- Sholle, David J., "Critical Theories: from the Theory of Ideology to Power/Knowledge", *Critical Studies in Mass Communication*, 5 (1988).
- Slack, Jennifer Daryl ve Martin Allor, "The Political and Epistemological Constituents of Critical Communication Research", *Journal of Communication*, 33 (3), (1983).
- Smythe, Dallas W., "Some Observations on Communication Theory" içinde, Denis McQuail (der), *Sociology of Mass Communication*, Penguin, Middlesex, 1972.
- Steiner, Linda, "Oppositional Decoding as an Act of Resistance", *Critical Studies in Mass Communication*, 5 (1988).
- The Public Opinion Quarterly*, Spring 1959, 23 (1): 1-6; 6-9 ve 14-17.
- Urban, Christine D., "Factors Influencing Media Consumption: A Survey of the Literature" içinde, Benjamin M. Compaine (der), *Understanding New Media: Trends and Issues in Electronic Distribution of Information*, Ballinger, Cambridge, 1984.

TELEVİZYONU DÜŞÜNMEK*

Televizyon bundan otuz yıl kadar önce Türkiye'ye kamu kuruluşu TRT eliyle getirildiğinde, bu iletişim aracına dair beklentiler neydi, sonra neler oldu? Beklentilerle bulunanlar birbiriyle çakiştı mı? Yoksa 'misafir umduğunu değil, bulduğunu yer' meselinde olduğu gibi beklentilerle sonuç arasında pek de bir denklikten söz edemez miyiz?

Bu soruların cevapları şüphesiz beklentilerin ve onların sahiplerinin zihniyetlerine göre değişiyor. Ama televizyon yayınlarının Türkiye'de başladığı dönemde, gerek bu girişimin başını çekenlerin, gerekse bu konuda karar verme konumunda olanların planlarıyla sonucun birbirine pek uymadığını söyleyebiliriz. Önce bu planları ve bunların dayandığı zihniyeti ele alalım.

Bir 'Kalkınma' Etkeni Olarak Televizyon

Televizyonun Türkiye'de yayına başlaması yönünde kamuoyu oluşturanların bu araca dair planları büyük ölçüde kalkınmacı fikirlerle şekillenmişti. Kalkınma ise nüfusun büyük bölümünün de katılımını gerektiren bir süreçti. Dolayısıyla bu katılımı gerçekleştirecek araçların seferber edilmesi gerekiyordu ve bu seferberliğin birinci koşulu da nüfusun büyük bölümüne ulaşabilmektir. Bu ulaşımı veya iletişimi mümkün kılacak ise mesajları fiziksel engel tanımaksızın dolaştırabilecek iletişim araçlarının yaygınlaşmasıydı. Radyo ile başlayan bu geniş ulaşım ağı televizyon ile tamamlanmalıydı.

Televizyon¹ radyoya göre bir üstünlüğe sahipti. Radyonun sırf ses kanalıyla sınırlı olmasına karşılık, televizyon sesin yanına görüntüyü de ekliyordu. Bu televizyon ve radyoyu tanıyan herkesin dile getir-

* AÜ İLEF Yıllık 1999: Mahmut Tali Öngören'e Armağan, 2001: 219-226.

meyi bile düşünmeyeceği kadar basit ve önemsiz görünen nitelik farklılığı, kalkınmacı zihniyet için çok önemliydi. Çünkü eğer kalkınma seferberliğinin çok önemli bir parçası nüfusun eğitim-öğretim seviyesinin yükseltilmesi ise o zaman nüfusun eğitim ve öğretiminde televizyon görüntü unsuru sayesinde radyoya oranla çok daha etkili bir araç olacaktı. Radyoda sadece sözle anlatılanlar görüntüyle desteklenerek, ne öğretilmek isteniyorsa hedefin (yani kalkınmanın konusu olun nüfusun) bunu kavramasına daha da kolaylık sağlanacaktı. Yani büyük bölümü zaten okumaz yazmaz olan bir nüfusun, dolayısıyla açık açık beyan edilmese bile bu zihniyetin gerisinde yatan bir değerlendirmeye kara cahil bir kitlenin öğrenme, eğitilme ve aydınlanma sürecindeki problemlerinin bir kısmı daha fiilen giderilmiş olacaktı. Nihayetinde göstere göstere öğretmek, yazıyla ya da sözle öğretmekten daha etkili bir yoldu. Televizyon Türkiye’de böylelikle ‘göstere göstere’ kalkındırma aracı olarak işlev görecekti. Mesela, eğer köylü tarlasına daha fazla verim için şu ya da bu muameleyi yapmalıysa, bunu yazıyla anlatmanın (okumaz-yazmazlık yüzünden), sözle dikte etmenin (cehaletin ister istemez sebep olduğu kavrayış noksanlığı yüzünden) muhtemel yetersizliğine karşılık göstere göstererek öğretmenin verimi de tartışılmaz olacaktı.

Türkiye’de televizyonun kuruluş aşamasında, yayıncıların ve o dönemde siyasal ağırlığı epeyce olan aydın kesimin büyük bölümünce paylaşılan görüş buydu. Bu görüş televizyona dair (özellikle gelişme kuramcılarının hipotezleriyle bilimsel bir kılıfa da büründürülmek suretiyle) düşünsel zemini oluşturdu. Bu zemini oluşturan ‘ülkü’ kalkınmaysa, televizyonun işlevleri de bu esasa dayanarak eğitim, öğretim, kültür, aydınlatma olarak belirlenmiş oldu. Bu işlevlerle bağlantılı olarak geliştirilen televizyon tanımı ise ‘en yaygın ve görsellik nedeniyle en etkili iletişim aracı olduğu’ydı. Burada görselliğin eğitim yönünün yanı sıra, televizyonun (her ideoloji gibi düşünme sürecindeki kirliliği artıran) ‘ideolojisi’sinin de (yine her ideoloji gibi olabildiğince doğal bir şekilde) özsel unsurunu oluşturduğunu belirtmemiz gerekiyor. Yani ‘televizyon ekranı gerçek ve gerçeğin ta kendisidir’ (ister ayna, ister pencere metaforla-

rıyla olsun televizyon gerçeğin aynasıdır veya gerçeğe açılan penceredir). Bu düşünce yapısı, Türkiye’de TRT üzerinden televizyon kurum olarak birçok siyasal darbe yemesine karşın çok uzun süre yaşadı. Oysa Türkiye’de bu zihniyetin hakim olduğu dönemden çok önceleri dünyada televizyonun, bırakın eğiticiliği, öğreticiliği veya aydınlatıcılığını, tam da bir ‘aptal kutusu’ olduğuna dair ve benzeri iddialar epey yaygındı ve kabul de görmekteydi. Ama Türkiye’de televizyonun kuruluş yıllarında hakim olan düşünce bu tür ‘olumsuz’ iddialardan hiç etkilenmemişti veya en iyi ihtimalle ‘bihaber’di. Televizyonun yayına başladığı yıllardaki hakim ‘kalkınmacı’ düşünce ve bu düşüncenin bir uzantısı olarak bu araca yüklenen bu ‘olumlu’ işlev ve tanımın, geçmişten kalan ve esas önemlisi geçmişe dair her deneyimsel ve düşünsel tortunun şu anı kavrama ve geleceğe dair kavrayışlı öndeyilerde bulunma kabiliyetimize şu ya da bu ölçüde ket vurmasında olduğu gibi, Türkiye’de televizyonla ilgili kimi güncel tartışmaları hala kısırlaştırdığını tespit edebiliyoruz. Bugün hala televizyondan ‘eğitim, öğretim, aydınlatma’ aracı olarak söz eden, televizyonun çok önemli bir ‘demokratikleştirici’ etken olduğundan dem vuranlar bulunmaktadır. Özetle, bugün hâlâ televizyonu ‘yüklenen işleve göre tanımlayan’ yaklaşımın, sadece sokaktaki insan değil, kimi akademik çevrelerde bile geçerli olduğunu görüyoruz. Televizyonu kendisine yüklenen işlevleri taşıyan (yani verilen görevleri yerine getiren) bir ‘saf ve saydam, ama erişim alanının yaygınlığı ve görselliği nedeniyle çok etkili ve güçlü’ araç olarak görmekten kaynaklanan bu yaklaşımın, ‘televizyonun hiç de saf olmadığı’nı tartışan yaklaşımlarla nihai olarak giderilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

Bir Eğlence Aracı Olarak Televizyon

Neil Postman ülkemizde de yayınlanan kitabında, deyim yerindeyse, televizyonun ‘ipliğini pazara çıkarıyor’. Postman’a göre televizyon bizi içimizden fetheden, kendimizi gönül rızasıyla ve ağzımızın tadıyla eline bıraktığımız, bunun karşılığında ise beynimizi güle oynaya, eğlendire keyiflendire oyan, yiyip bitiren bir canavar

(1987). Zaten televizyona kendimizi isteyerek, gönül rızasıyla teslim etmemizin tek nedeni de televizyonun işte bu eğlendiriciliği, oyalayıcılığı, yani bize sunduğu ‘haz’.

Postman, telgrafın icadıyla başlayan sürecin televizyonla doruğa ulaştığını belirtiyor. Telgrafın icadıyla iletişim ve ulaşım, mesaj ile mesajcı arasındaki bağ kopmuş, mesajlar sadece daha hızlı iletilir hale gelmekle kalmamış, daha fazla miktarda mesajın iletilebilmesi mümkün hale gelmiştir. Böylelikle insanın içinde yaşadığı, yakın çevresiyle, yöresiyle ilgisi olmayan, herhangi bir yerel bağlama oturtulması bu nedenle çok zorlaşan giderek önemsiz, hatta tutarsız hale gelen bir enformasyon selinin ortasında yaşamak durumunda kalınmıştır. Dolayısıyla iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler insanı sürekli bir sel ortamında, ‘enformasyon seli’ içinde yaşamak zorunda bırakmıştır. Televizyon ayrıca yaşantının kesintisizliğini, sürekliliği parçalayıp enformasyonu ve haberleri aralarında hiçbir bağlantı yokmuş gibi aktarmak suretiyle ve haberlere konu olan olayları bir kolajmışçasına sunarak düşünme kabiliyetimizi de kısırlaştırmıştır. Televizyon dünyayla algısal bir ilişkiden çok düş veya fantazyaya sunmak suretiyle gerçeklik duygusunu alıp bir yana fırlatmıştır ve üstelik bunu tam da kendi ‘gerçekçilik’ ideolojisinin içinden yapmıştır. Sonuçta televizyon ekranı karşısında insan birbirinden kopuk, ama kendi içlerinde dramatik bir kurguya sahip, en azından dramatik, hatta trajik bir unsuru esas alan ‘gerçeklik’ kırıntılarına muhatap olmaktadır. Bu şüphesiz insanın analiz ve sentez kabiliyetinin körelmesi, dumura uğraması, sonunda ‘aptallaşması’ anlamına gelmektedir.

Postman’a göre televizyonun en iyi yaptığı şey ‘eğlendirme’dir. Televizyonun bu özelliği nedeniyle de günümüzde din de, siyaset de veya insan hayatı için ‘hayati’ önem taşıyan her türlü kurum ve faaliyet eğlenceye dönüşmektedir. Televizyonun eğlenceye dönüştürücülüğü sonucu, kimliğimizin merkezini oluşturan inançlar, düşünceler ve imgeler, nihayet içinde yaşadığımız topluntuların etkin birer mensubu olma özelliğimiz sulandırılmakta, hepimiz kendisine sunulan eğlenceliği sürekli çıtlayan ‘daha fazla, daha fazla eğlence, oyun isterim’ diyen çocuklara dönüşmekteyiz.

Kitap Kültürü-Televizyon Kültürü

Romanyshyn (1993), Postman'ın televizyona yönelttiği eleştirilerin aslında kitap kültüründen yana bir tercihten kaynaklandığını belirtmektedir. Postman için televizyon kitabın antitezi, hatta kitabı ortadan kaldıracak bir tehdit unsurudur. Böylelikle Ramonyshyn'e göre Postman'ın anlatısı gerçekte televizyonun kendi içinde ve toplumsal-kültürel-politik bir televizyon çözümlemesinden çok iki bilincin, iki kültürün karşıtlaşmasının, üstelik de kitap bilinci kayırılmak suretiyle kurgulanmış bir dramasıdır. Televizyon Postman için kitap olmayan her şeydir: kaçış, oyalanma, eğlence, önemsizlik, ciddiyetsizlik, edilgenliktir. Postman'ın hikayesi televizyonla sona erme tehlikesinin sınırlarında dolaşan kitap uygarlığının parametreleriyle televizyonun eleştirisidir.

Gerçekten de, televizyon yüzünden veya günümüzde yeni medya ortamında insanların okumaya daha az zaman ayırdıklarını araştırmalar ortaya koymaktadır. Ama bu acaba iddia edildiği gibi okumanın tamamen yok olmasına kadar gidecek bir eğilim midir? Bu eğilimi (televizyon, video ve benzeri görsel medyanın zararlarını da) durduracak olan, Postman'ın da önerdiği gibi eğitim midir? Yani zararlılara karşı koymamızın tek yolu 'eğitim, daha fazla eğitim, sürekli eğitim' midir? Yoksa Romanyshyn'in de belirtmiş olduğu gibi aslında düşüncenin tahakkümüyle (yani Descartes'in 'düşünüyorum o halde varım' projesinin tahakkümüyle) bedenün dünyayı duyumsal ve duygusal olarak kucaklamaktan alıkonulmasına karşı bedenün yeniden kendisini bulması mıdır?

Romanyshyn daha da ileri giderek, bu ve benzeri soruları yanıtlamamızın bugün için zor olduğunu, çünkü televizyona sanki kitapmış gibi yaklaştığımızı, onu kitapla kıyasladığımızı, kitap bilinciyle (yani soyut çekirdek bireyselliğe uygun bilinç örüntüleriyle) değerlendirdiğimizi belirtmektedir. Aslında televizyon tam da kitap kültüründe somutlaşan bu ego bilincine bir meydan okumadır. Bir araç olarak çok sayıda ve çok güçlü eleştirileri gün ışığına çıkarır televizyon; çünkü okuryazar, çizgisel ego bilincinin, yani kitap bilincinin

yıkılmasıdır. Bu bir evrim değil, bir devrimdir. İçerimleri bakımından söylensel bilincin okuryazar bilincine dönüşmesine benzer bir devrimdir. Romanyshyn'e göre, bu devrim bedeninin zihinden kopararak istenmeyen, aşağılanan bir haz ve zevk nesnesi olarak bir yana itilmesini içeren tutarlı, bağımsız, özerk birey nosyonunun, dünyanın kendi içinde birbirleriyle itişen, kimi zaman insani yıkımlara yol açan ulus-devlet fikri ve pratiğinin, hedef ve araçlar bakımından verimliliğin, etkililiğin fetişleştirilmesinin, kısacası modern zihinsel haritaların, modern kültür ve siyaset kurumlarının, pratiklerinin sorgulanacağı ve sonunda dönüşeceği bir süreçtir.

Özetle Romanyshyn, eskimekte olan zihinsel haritalarda televizyon kültürünün içkin potansiyelinin yarattığı etkiyi bir devrim olarak nitelemekte, televizyon kültürünün aslında bu devrimin özsel unsuru olduğunu belirtmektedir. Bu iddia ise televizyona dair kuramsal çalışmalara dair bir çerçevenin çizilmesi gerekliliğini bize hatırlatmaktadır.

Televizyona Kuramsal Yaklaşımlar

John Corner 'Kuramlarda Televizyon' başlıklı çalışmasında, televizyonun özellikle son yirmi yıl içinde kuramsal ilginin üzerinde yoğun bir şekilde toplandığı bir araştırma konusu olduğunu belirtmektedir. Birçok farklı bakış açısından gerçekleştirilen çalışmalar televizyonun değişik yönlerini kavramsal haritalar içine konumlandırmayı araştırmışlardır. Bu yaklaşımlar dolaysızca televizyondan hareket edip bu aracın mahiyetini, işleyişini ve sonuçlarını açıklamaya çalışan televizyon-merkezcilerden, televizyonu kendi daha geniş kavramsal şemalarına oturtan ve bu araca daha önceki açıklamalarda görülmeyen ölçüde önem veren genel toplumsal ve kültürel kuramsal yaklaşımlara kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadırlar. Ne var ki Corner'in belirttiği gibi televizyona ilişkin kuramsal gelişmeler çoğunlukla birbirlerinden görece yalıtılmış olarak gerçekleşmiştir. Bu yalıtılmışlığı en azından televizyona ilişkin kuramsal bilgiler bakımından giderme girişimlerinin ise, görüldüğü

kadarıyla başarı şansı pek yoktur. Bunun nedeni televizyonu tek bir birleştirici kurama yerleştirmenin olanaksızlığıdır. Televizyona ilişkin kuramsal yaklaşımlar bu durumda ister istemez 'eklektik' olmaya devam edecektir.

Corner, televizyona dair genel geçer ve kapsamlı bir kuramın mümkün olamayacağını belirtirken, yine de televizyona ilişkin kuramsal yaklaşımları sınıflandırmaya çalışmanın gerektiğini belirtiyor ve bu yaklaşımları dört genel başlık altında topluyor: Temsil kuramları, araç kuramları, kurum kuramları ve süreç kuramları. Elbette bu ayırım kalın, kesin ve dışlayıcı çizgilerle çizilmiş değil. Bazı kuramsal çalışmalarda bu türlerin bir araya geldikleri, hatta iç içe geçtikleri görülüyor.

'Temsil kuramları', geleneksel kitle iletişim araştırmalarının televizyon programlarının simgesel, metinsel karmaşıklığını göz ardı etme eğilimine karşı özellikle 1970 başlarından itibaren ivme kazanan araştırmaları kapsayan bir çerçeve oluşturmaktadır. Bu kuramların gelişmesinde esas dönüm noktasını ise toplumsal kuramda yapısalcı/göstergebilimsel eğilimlerin ağırlığını koyması oluşturuyor. Bu çalışmalarda Birmingham Üniversitesi'ndeki Çağdaş Kültür Çalışmaları Merkezi'nin önemli bir yer tuttuğunu görüyoruz.

Temsil kuramlarının fikrî dayanağını Louis Althusser'in ideoloji ve ideolojik yeniden-üretimle ilişkin yorumu oluşturuyor. Bu yorumda hem dili hem de imgeyi içeren bir temsil süreci olarak kavramlaştırılan ideoloji, Batının siyasal istikrarının devamlılığında temel etmen olarak görülmektedir. Böylesi bir formülleştirmede kuşkusuz televizyonun hakim toplumsal temsil biçimlerinin birçok yönü, Althusser'in belirlediği ideolojik iletişimi örnekleyen özellikler olarak değerlendirilmektedir.

Bu kuramsal gelişmelerde, özellikle edebiyat ve film çalışmalarında Althusserci 'ideoloji eleştirisi'nin rağbet görmesinin ve bu alanlardaki çalışmaların da önemli bir etkisi olmuştur. Ama bu gelişmelerin günümüzde ulaştığı yer televizyon temsiliinin modernizm-sonrası terimlerle yaygın bir şekilde tartışılmasıdır. Ne var ki temsil kuramları,

televizyona ilişkin kapsamlı açıklamaların çekirdeğini oluşturacak şekilde kullanıldığında iki önemli sınırlamayla karşı karşıya kalmaktadır. Bunların ilki açıklayıcı genellemeler yapmada karşılaşılan sıkıntılardır; ikincisi ise ‘etki’ye ilişkin açıklamalardaki sınırlamalardır. Televizyonun metinsel biçimlerinin ‘etkileri’ konusundaki bu sınırlılık son birkaç yıldır öylesine kuvvetli bir şekilde hissedilmektedir ki, temsil konusundaki kuramsal tartışmalarda gözle görülür bir azalma yaşanmaktadır. Temsil kuramlarının hız kesmesinde özellikle anlamı metnin içinden kopartan ve ağırlık merkezini ‘ilişkiselliğe’, özellikle de izlerkümelerin metinlerle girdikleri ilişkideki ‘okuma’ pratiklerine kaydıran yapısalılık-sonrası tartışmaların etkisi büyük olmuştur. Bu etkiden ancak, televizyonun metinsel biçimleri yerine biçimle ancak etkileme aracı olduğu ölçüde ilgilenen, daha siyasal temsil kuramları kendilerini sıyrabilmişlerdir.

‘Araç kuramları’ televizyonu kültürel bir teknoloji olarak ele almaktadır. Bu kuramlar televizyonun toplumsal etkisinin daha çok bir teknoloji olarak genel özellikleriyle ilgili olduğunu öne sürmekte, özgül programlama uyulaşmalarının veya program türlerinin bu etki konusunda hiçbir önemi olmadığını belirtmektedirler. Kuşkusuz bu kuramcıların en etkili ve öncü ismi Marshall McLuhan’dır ve McLuhan’ın televizyonun uzamsal, zamansal ve duyunusal yönlerine ilişkin çalışmalarının, günümüzde özellikle modernizm-sonrası tartışmalarda yeniden ilgi merkezi haline gelmesi de şaşırtıcı değildir. McLuhan yine bir Kanadalı olan ama kendisi kadar tanınmayan Harold Innis’in çalışmalarından etkilenmiştir. Televizyona ilişkin temsil kuramlarından ‘araç’ kuramlarına kayış, aslında kısmen genel kuramsal etkinlikteki Marksist bir gündemden modernizm-sonrası bir gündeme yönelik tedrici, seçici bir hareketin sonucudur. Televizyonun uzamsal ve zamansal ilişkileri dönüştürme, toplumsal deneyimin birçok yerleşik biçimini ‘yerinden etme’, geç modern veya modern-sonrası toplumun bir özelliği olarak görülen toplumsal ve kişisel endişeyi ve düşünümseelliği besleme kapasitesi (ki bu iddialar mesela Giddens, 1991’de ayrıntılı bir şekilde gündeme getirilmektedir) bu modernizm-sonrası gündemde çok önemli bir yer tutmaktadır.

‘Kurum kuramları’ esas olarak televizyonun örgütsel yapısıyla ilgilenmekte ve bu yapının özgül siyasal ve ekonomik sistemler içindeki yerini, konumunu sorunsallaştırmaktadır. Bu kuramlara göre televizyonun, ne simgesel/anlatımsal boyutu (temsil) ne de kültürel/teknolojik profili (araç) özsel önem taşımaktadır. Kavramsallaştırılması gereken, evvel emirde, örgütün (akçalı işlemler, üretim, dağıtım, mevzuat) devletin etkinlikleriyle ve/veya piyasa yapılarıyla olan bağıdır. Geleneksel kitle iletişim araştırmaları da örgütsel etmenlere önem vermiş olmakla birlikte, kuram düzeyinde bu alanda en etkin olan siyasal ekonomi yaklaşımıdır ve bu yaklaşım büyük ölçüde Marksist açıklamalardan yararlanmaktadır.

‘Süreç kuramları’ diğer kuramlardan farklı olarak doğrudan doğruya izleyici ile televizyon arasındaki ilişkisel konulara, etkileşim ve karşılıklı-bağımlılık konularına yönelik kavramlaştırmaları içermektedir ve Corner’a göre diğer kuramsal yaklaşımlar arasındaki ilişki bu yaklaşım türü aracılığıyla kurulabilir. Bunun nedeni temsil, araç ve kurum üzerinde odaklanılsa bile televizyon üzerine geliştirilen anlamlı ve önemli bir kuramsal çalışmanın ‘süreç’sel nitelikten kendisini uzak tutmasının giderek zor olmasıdır. Daha açık bir ifadeyle belirtecek olursak, televizyon metnini konu alan temsil kuramları, televizyonun teknolojik niteliklerini konu alan araç kuramları ve televizyon endüstrisinin işleyişini ele alan kurum kuramları, ancak televizyonun bir bütün olarak izleyiciyle olan ilişkisini ele alan ve irdeleyen bir kuramsal yaklaşım çerçevesinde bir araya gelebilirler.

Sonuç

Gerçekte televizyona dair tüm kuramsal çalışmaları ve araştırmaları bütünsel bir ‘kuram’ halinde birleştirmenin zorluğuna karşın, bu parçalı yapının, özellikle televizyonun bir yönü üzerinde odaklanılmasından, böylelikle diğer yönlerinin ister istemez dışlanmasından kaynaklanan bir ‘yanlılığı’ dayattığını da göz önüne almamız gerekiyor. Bu yanlılık hem değerlendirmelerin hem de gele-

çeğ ilişkî kestirimlerin çok tartışmalı olması anlamına geliyor. Araç kuramlarından örnek verecek olursak, konturları teknolojik belirlenimcilikle çizilen ‘araç kuramları’nın önermeleri ağırlıklı olarak benimsendiğinde, televizyon (ve iletişim) teknolojilerindeki gelişmelerle bu araçlara maruz kalanların zihin ve duygu yapılarının şekillenmesi arasında bir etkileşimin değil, tek yönlü bir belirlenimin belirtileri, izleri aranacaktır. Böylelikle aynı iletişim araçlarına maruz kalmanın (bu yaklaşıma göre söz konusu bile olmaması gereken) farklı sonuçlara yol açması durumunda (ki sıklıkla karşılaşılan da budur), bu kuramsal yaklaşım muhtemelen ortak yönleri öne çıkaracak, farklılıkları ise görmezden gelecektir. Diğer yaklaşımlar için de benzer örnekler verilebilir. Yaklaşımların dıştalayıcılığından kaynaklanan bu problemler, bütünleştiricilik çabasının önemini ortaya koymaktadır.

Bu noktada bütünleştiricilik girişimlerinin en zor yönünün (yani kuramsal yaklaşımların kendi ‘yanlılıkları’nı sorgulayabilme ve bu yanlılığın kuramsal bilgi üretmedeki kısırlaştırıcılığını giderebilme) ne ölçüde halledilebilir olduğu konusunda şüphelerin hiç de temelsiz olmadığını belirtmemiz gerekiyor. Justin Lewis kuramsal yaklaşımların bu ‘dıştalayıcılık’ eğilimine kendisinin de içinde konumlandığı ‘kültür çalışmaları’ yaklaşımı içinden bir örnek veriyor (1997). Aslında kendisi de gevşek bir kategorileştirme olan ‘kültür çalışmaları’ yaklaşımı içinde görgülcü ve tarihsellik-dışı olarak nitelenen geleneksel kitle iletişim araştırmalarının topladığı verileri işe yaramaz oldukları gerekçesiyle bir yana itme eğilimi bulunmaktadır. Özellikle kuramsal bir konumu dile getirmenin yolu olan yöntem konusunda ‘kültür çalışmaları’ içerik çözümlemesi ve önceden-kodlanan sörvey tekniklerini bir yana itmiştir. Lewis’e göre kuram ile yöntembilim arasında bu tür bir indirgemecilik (yani kendi deyişle ‘kuramsal belirlenimcilik’) bu tür tekniklerin geri kalmış bir uygarlığın sembolleri olarak görülmesine yol açmıştır. Oysa burada yöntembilimin kuramdan görece özerkliği çerçevesinde konuyu yeniden düşünmeye gereksinim bulunmaktadır. Kuramsal safiyet adına, belli yöntemlerin başka dünyalara ait olduğu

düşünülen yaklaşımlara indirgenerek göz ardı edilmesi, korunmaya alınan kuramsal yaklaşımların kısırlaşmasına neden olabilir.

Şüphesiz, televizyon kolayca kuşatılabilecek, yapısı ve etkileri bakımından basitçe sınırlandırılabilen bir araştırma konusu değildir. Araştırma konusu böylesine çok katmanlı, boyutlu ve karmaşık olduğunda, televizyonu konu alan yaklaşımların kapsayıcı ve bütünlükçü olmaları, üstelik kendi yanlışlıklarını ‘kuramsal belirlenimcilikten’ kurtularak gidermeleri çok zordur. Televizyon üzerine düşünmek bu nedenle ‘eleştirelliği’ olmazsa olmaz bir koşul olarak benimsemeyi gerektirmektedir. Ama bu, alışlageldiği üzere sırf televizyonun yapısı, işleyişi ve tezahürlerine yönelik değil, her şeyden önce televizyona dair üretilmiş ve üretilen bilgilerin temellendiği kuramsal yaklaşımların ‘yanlılığı’yla nitelenen yönlerini konu alan bir ‘eleştirelilik’ olmalıdır.

Kaynakça

- Corner, J. (1997), “Television in Theory”, *Media, Culture and Society*, 19(2): 247-262.
- Giddens, A. (1991), *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford, California, Stanford University Press.
- Lewis, J. (1997), “What Counts in Cultural Studies”, *Media, Culture and Society*, 19(1): 83-97.
- Poster, N. (1987). *Amusing Ourselves to Death*, London, Methuen (Türkçe’si: *Televizyon: Öldüren Eğlence*, çev. O. Akınhay, 1994, Ayrıntı Yayınları, Ankara).
- Romanyshyn, R.D. (1993), “The Despot Eye and Its Shadow: Media Image in the Age of Literacy”, *Modernity and the Hegemony of Vision*, D.M. Levin (der.) içinde, Berkeley ve LA: University of California Press, 339-360.

NİÇİN TELEVİZYON SEYREDİYORUZ?*

İlksel gereksinimlerimizi tanımlarken, ‘ekmek ve su ve hava kadar’ nitelemesini kullanırız. Acaba televizyona da ‘ekmek, su, hava’ kadar gereksinimimiz var mı? Bu soru televizyonsuz bir hayatın bir zamanlar, hatta bazıları için hâlâ, mümkün olduğu düşünüldüğünde pek de anlamlı görülmeyebilir. İlginçlik olsun diye sorulmuş ama esasında boş bir laf olarak bile değerlendirilebilir. Hâlâ televizyonu olmadan yaşayanlar örnek gösterilebilir bu soruya. Ya da geçmişe bakıp, denebilir ki, “Bir zamanlar televizyonsuz yaşayabildiğimize göre, bugün de televizyonsuz yaşayabiliriz. Varlığımızı sürdürmek için televizyona gereksinimimiz yoktur”.

Ne var ki televizyonla bugün kurulmuş olan ilişkimizi göz ardı ederek, hayalimizde televizyonsuz yaşadığımız yıllara dönüş yaparak ve o günlere dayanarak verdiğimiz bu yanıt aslında biraz da nostalji yüklüdür, duygusaldır. Hâlâ televizyonsuz yaşayanların ise, açlık grevine bilinçli olarak girenler benzer birkaç ayrık örnek dışında, yoksulluk ve benzeri zorlayıcı nedenlerle televizyonsuz bir hayata mahkum edildiği bilinmektedir. Bunlar zaten ya toplumda ya da dünya topluluğunda marjinal katmanlar ve marjinal ülkeler olarak tanımlanmaktadırlar. Yani bizden farklı, ayrı bir kategoriye mensupturlar.

Bu ayrallar dışarıda tutulmak kaydıyla, kimse bugün televizyonsuz bir hayatın mümkün olabileceğini düşünmez, düşünemez. Zaten televizyon hepimizin hayatının öylesine ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ki, kimse böyle bir soruyu sormaz bile kendine, hem de televizyona yüklenen onca olumsuz değerlendirmeye karşın. Bu ilgisizliğin nedeni, belki günümüzde temsillerin, imgelerin,

* *Televizyon ve Toplum*, TRT Yayınları, Ankara, 1999, 77-131.

simgelerin insanın yaşamını sürdürmesinde en az 'ekmek, su, hava' kadar önemli hale gelmesidir. Dolayısıyla da, en yaygın temsil üreticisi ve tüketicisi olarak televizyonun bu anlamda yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası olduğunu kabul etmemiz gerekir.

Ne var ki televizyonun bunca yaygınlığına ve vazgeçilmezliğine karşın, ihtimal tam da bu nedenle, televizyona yönelik küçümseyici, aşağılayıcı yaklaşımların, eleştirilerin ve bu aracın olumsuz etkilerine duyulan kaygıların da çok yaygın olduğunu görüyoruz. Televizyonla ilişkimiz, bir anlamda vazgeçilemeyen ama denetlenmesinin de mümkün olmadığını düşündüğümüz, o nedenle sürekli dertlendiğimiz ve varlığından, yaptıklarından, ettiklerinden sürekli yakınıp durduğumuz bir sevgiliyle olan ilişkiye benziyor. Vazgeçemiyoruz, çünkü televizyon modern dünyanın şu halinde içine sıkıştırıldığımız küçük yuvalarımızda bizi kuşatan duvarların ötesine, dünyaya ulaşmamızı sağlıyor. Nice içe kapanırsak, dış dünyayla ilişkimizi de o denli genişletiyor.

Bu televizyonun sadece dünyada olan bitenlere tanık olmanıza olanak sağlamasıyla sınırlı kalan bir gücü değil. Aynı zamanda belki insanlık tarihinde hiç olmadığı kadar çok sayıda insanı odamızın dört duvarı arasına getirip birlikte olmamızı sağlamasıyla da ilişkili bir kabiliyeti. Televizyonun bu yönü insanın toplumsallığıyla ilgili ve enformasyon gereksinimini veya açlığını giderme isteğinden belki daha da önemli.

Televizyonla ilişkimizin bu boyutu, iddiamızı daha da derinleştirecek olursak, televizyona bağlılığımızın artmasıyla toplumsallık yanılsamamızın da artması, buna karşılık gerçek anlamda toplumsallığımızın azalması denklemini gündeme getiriyor. Televizyona ilişkin çelişkili eğilimlerden biridir bu ve bu eğilimler saymakla bitmez. Televizyon çevrenimizi, ulaşabileceğimiz yaşam alanını alabildiğine genişletirken, aslında fiilen katılıp dönüştürmeye katkıda bulunabileceğimiz dünya alanını iyice daraltmakta, sınırlarımızı televizyon izlenen mekânın dört duvarıyla, bir bakıma 'mahremiyet'imizle tanımlamaktadır. Televizyon ekranı bu şekilde, bir başka eğretilmeyle

belki de sınırları denetimimiz altına alınabilecek kadar küçük bir çerçeveye, daracık bir ekrana sıkıştırılmış kocaman bir dünyadır.

Daha düzgün bir ifadeyle, ama eğretilemenin cazibesi nedeniyle abartının aşırılığını da kabul ederek, televizyonun hem çekiciliği hem de ürkütücülüğü, onun dünyayı üçe dört oranında bir küçük çerçeve içine sıkıştırması ve bu çerçevenin onu izleyenlerden daha küçük, kolayca denetlenebilir olmasındandır diyebiliriz. Dünya böylelikle elimizin altında, denetleyebildiğimiz (daha doğrusu istediğimiz anda karartabildiğimiz) bir mekâna dönüşür. Dünya mahremiyetimizin malı olmuştur. Hem de mahremiyetimize hiç hâlel gelmeksizin.

Belki televizyona yönelik eleştirilerin bu denli yoğun olması, insanın bağımlılık ve böylelikle gerçekten giderek kopma korkusunu sesli olarak dile getirmesindendir. Çünkü televizyon insanın kendine ait olan zamanına el koymakta, bu anlamda insanın yaşamının bir bölümünü fiilen denetim altına almakta, sömürgeleştirmektedir. Bu süreç korkutucudur ve insanlar bir olasılık bu korkuyu bilinçli olmasa da hissetmektedirler. Ama televizyon izlemekten bu tür kaygılar nedeniyle vazgeçen herhangi birine ilişkin bir veri elimizde yok. Tersine televizyon izleme alışkanlığının giderek arttığına tanık oluyoruz.

Seyretsen Bir Türlü, Seyretmesen...

Televizyona ilişkin kaygıları, kuruntuları, eleştirileri değerlendirmeye girişirken Mander'in saptamaları televizyonla ilgili olumsuz düşüncelerimizi yeniden ve başlıklar halinde şöyle bir gözden geçirmede yardımcı olabilir bizlere. Jerry Mander, televizyona savaş açtığı ve argümanlarını da bu savaşı haklı kılacak sağlamlıkta kurduğu *Televizyonu Yok Etmek için Dört Neden* başlıklı kitabında, televizyona ilişkin 2000 kadar kişinin sözlü ve yazılı betimlemelerini kaydedip bunları değerlendirirken, en sık dillendirilenleri şöyle sıralar:

- 1) Televizyon izlediğimde hipnotize olmuş gibi oluyorum;
- 2) Televizyon enerjimi emip yok ediyor;
- 3) Televizyon beynimi yıkıyor;

- 4) Televizyona takıldığımda kendimi zerzevat gibi hissediyorum;
- 5) Televizyon beni dünyadan uzaklaştırıyor;
- 6) Televizyon bir uyuşturucu, ben de bir bağımlıyım;
- 7) Çocuklarım televizyon izlerken zombiye benziyorlar;
- 8) Televizyon zihnimi mahvediyor;
- 9) Çocuklarım televizyon yüzünden rüyada gibi geziyorlar;
- 10) Televizyon insanları salaklaştırıyor;
- 11) Televizyon beynimi mantarlaştırıyor;
- 12) Televizyon açıkken gözlerimi ondan ayıramıyorum;
- 13) Televizyon beni sersemleştiriyor;
- 14) Televizyon beynimi sömürgeleştiriyor;
- 15) Çocuklarımı televizyondan nasıl uzaklaştırıp yeniden hayatın içine sokabilirim?

Mander televizyonu yok etmek için dört nedenden söz ediyor, ama yukarıda sıraladığı ifadelerin her biri televizyonu yok etmek için geçerli birer neden gibi görünüyor (Mander, 1978).

Televizyona yönelik eleştiriler kuşkusuz Mander'in aktardıklarıyla sınırlı değildir. Mander'in yaptığı, televizyonun insanı bağımlılaştıran etkisini ve bu etkiden duyulan rahatsızlığı farklı biçimlerde dile getirmek. Tüm bu ifadeler televizyona yönelik 'aptal kutusu' aşağılamasının değişik versiyonlarını ortaya koyuyor. Bu bir anlamda televizyonla insan arasındaki ilişkiyi aracın kendisine yönelik biçimde tanımlamaktadır. Yani eleştirilen, aracın bizzat kendisidir burada.

Bu eleştiriler geçerliğini korumakla birlikte, televizyona yönelik en yaygın kaygılar aracın kendisine değil, taşıdığı içeriklere yönelik olanlardır. Bunlar televizyon izleyenlerin televizyon izledikleri için bir ölçüde suçluluk duygusuna kapılmalarından (televizyondaki programların tırıvrı, sabun köpüğü gibi olması) tutun da, şiddet ve aleni cinsellik gibi toplumda denetim altında tutulması, engellenmesi yaygın bir şekilde istenen anti-sosyal davranışların televizyon tarafından özendirilmesine kadar geniş bir yelpazeye yayılıyor.

Televizyonun Karşı Konulmaz Cazibesi

Peki tüm bu bilinçli ya da bilinçsiz korkulara ve kaygılara karşın niçin hâlâ televizyon seyrediyoruz? Bu sorunun çeşitli boyutlarda cevapları olabilir ve bu cevapların birbirleriyle ilintilendirilmesinde bile zorluk çekilebilir. Bazı cevaplar ‘kör gözüm parmağına’ açıklığındayken, bazıları daha derinlemesine çözümlemeleri gerektirir. Örneğin haz almak için televizyon seyrettiğimizi söylediğimizde, bu hazzın kökenlerine doğru düşünsel bir seyahat yapmamız gerekir. Bu seyahat kuşkusuz psikoloji veya psikanaliz bilimlerinin yol gösterici kavram ve yordamları eşliğinde yapılmak durumundadır. Tek başına haz, televizyonu seyretme ediminin nedeni olarak açıklayıcı olabilir ama kökeni deşilmedikçe, hazza dayalı bir televizyon seyrinin kaynaklarını olduğu kadar, uzanımlarını, içerimlerini de hakkıyla değerlendiremeyiz.

Örneğin De Certeau’nun yazı eylemi için söylediklerini televizyon seyretme edimine çevirerek, televizyon seyretme gereksiniminin dünyaya hakim olmak ve dünyayı düzene sokmak yönündeki bir psişik arzudan kaynaklandığını öne sürebiliriz. De Certeau’nun yazı için söylediği bu sözü izleyecek olursak, romanın geleneksel toplumda insanın dünyadaki yerini önceleri tanımlamış olan kozmolojik dilin hiç değilse bir miktarını yeniden ele geçirme yönündeki bir çaba olduğunu söyleyebiliriz. Modern dünyada belli inançlara olan bağlılığın giderek azalması, bireylerin atomize hale gelmesi, dinsel ve siyasal kurumların inanç üretme kapasitelerinin zayıflaması sonucu insanlar medyada ve boş zaman etkinliklerinde sığınak arayıp bulmaya başlamışlardır. Televizyon modern çağda bu tür sığınakların önde gelenlerinden biridir ve dolayısıyla belki tüm korkularımıza ve kaygılarımıza karşın televizyon seyretmemizin bir nedeni, modern dünyanın bizleri mahkum ettiği ‘köksüzleşme’ye karşı, ‘sanal’ bir sığınağa duyduğumuz gereksinim ve televizyonun da bu gereksinimimizi karşılamasıdır.

Ya da belki, televizyonun gündelik yaşamımız içinde yerleştiği konum nedeniyle televizyon izlemekteyizdir. Roger Silverstone,

gündelik yaşam ile televizyon ilişkisini incelediği çalışmasında (1994), televizyonun özellikle Batı dünyasında gündelik yaşam rutinleriyle iyice tümleşik hale geldiğini belirtmektedir. Silverstone'a göre, televizyon modern toplumsal yaşamda merkezi bir yer tutmaktadır ve bunun nedeni televizyonun gündelik niteliğidir, yani televizyonun sabahtan akşama gündelik yaşamın tümüne yayılan yapısıdır. Televizyon insanın tüm gününü işgal edebilecek bir özelliğe sahiptir, üstelik bunu görece yapılaşmış bir şekilde yapar. Günün belli bir saatinde televizyon açıldığında, o saatte izleyici zaten önceden bildiği, tanıdığı bir program türüyle, bildiği bir anlatıyla karşılaşır. Bu yapı kaotik değildir ve bildik, beklenen simgeler, sesler, kişiler, formatlar, anlatılar evlerdeki televizyon alıcılarının ekranlarını günün yirmi dört saati bildik bir zaman düzeniyle ve program dahilinde doldurur. Anthony Giddens'in modern yaşamın belirgin özelliği olarak tanımladığı gerilim ve endişenin karşılığında gündelik yaşamın rutinleri, o tüm bilindik halleriyle ve değişmezliğiyle modern insanın gereksinim duyduğu güven duygusunu sağlamaktadır. Bu rutinlerin içinde çoğumuzun yeniden üretimine bilinçsizce katıldığı, bu nedenle zaten yaşamının bir parçası haline geldikleri için farkında bile olmadığı ritüeller ve simgeler de yer alır.

Gündelik yaşamın simgeleri, bildiğimiz kültürün ve doğal dilin her günü görüntüleri ve sesleri, gazetelerde, televizyonlarda bildiğimiz, tanıdığımız görünüm, simgeler, tüm bunlarda, gündelik yaşamın bu simgesel ve ritüelci kurulmasında televizyonun can alıcı önemde bir yeri ve rolü vardır. Televizyon evimizin içinde, odamızda konuşma, söyleşme için bir ortak konu sağlar, bizi yerel, ulusal ve küresel ilişkilerin içine konumlandırır ve eğlendirir, bilgilendirir.

Korku, kaygı ve eleştirilerimize karşın, televizyonun, modern insanın güvenlik duygusunu (gereksinimini) her gün yeniden onaylamasıyla yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldiği iddiasının yanı sıra, bu aracın zarardan çok yarar getirdiğini savunanlar da bulunmaktadır. Örneğin D. McQuail, televizyonun gerçekte modern uygarlıkla bağının çok sıkı olduğunu ve televizyona

yöneltilen eleştirilerin çoğunun aslında uygarlığın halihazırdaki durumuna yönelik eleştirileri yansıttığını öne sürmektedir (1997). Bu anlamda televizyonun içinde iş gördüğü toplumsal ve kültürel ortamın daha iyi olmasını bekleyemeyiz ama televizyondan bazı yararlar sağlayabileceğimizi de umut edebiliriz.

Nedir televizyonun yararları? McQuail'e göre, her şeyden önce televizyon öğrenme olanaklarını genişletmiş ve dünyanın eşitliği, barışçılığı ve ussallığına katkıda bulunmuş, uluslar içinde ve ulusal sınırlar ötesinde bakış ve deneyimin paylaşılmasını özendirmiştir; karmaşık ve sürekli olarak gelişen yaşantı dünyasını daha idare edilebilir kıldığı gibi, herkes için daha göz önünde, daha açık bir hale getirmiştir; insanlığın gelişmesinde küresel türden bir insanlık cemaati için zemin oluşturmuştur.

McQuail televizyonun olumlu niteliklerini sıralamaya şöyle devam eder: Televizyon, üstüne üstlük, görece demokratik bir araçtır ve dengeli bir işleyiş ortamında iktidarın belli ellerde yoğunlaşmasına ve kötüye kullanımına, gelenekselciliğe, patriarkal eğilimlere ve gizliliğe karşı etkili bir şekilde iş görmektedir. Nihayet her ne kadar televizyon şu ya da bu biçimde ve ölçüde bizzat sansüre tabi olsa dahi, doğası itibariyle sansür kavramına karşı 'fitri' bir karşıt konuma sahiptir.

Kuşkusuz televizyonun McQuail tarafından sıralanan yararları, gündelik yaşamında ve insani varoluşunda tüm bunların faydasını görse de, sıradan televizyon izleyicisinin televizyon izleme ediminin bilinçli nedenlerini oluşturmaz. Televizyon izleyicisine niçin televizyon izlediği sorulduğunda alınacak muhtemel cevaplar hiç de felsefi derinliği olmayan nitelikte, sıradan ve gerçekçidir: "Televizyon bizler için ekonomik bakımdan kaale bile alınamayacak bir maliyette ve hem maddi, hem de zihinsel olarak en az düzeyde bir çabayla çok yüksek noktarda oyalanma ve rahatlama sağlamaktadır. Üstelik yine neredeyse bedavaya, dünyada olan bitenleri, hem de sesi ve görüntüsüyle evimize kadar getirmektedir. Eğlenmek, bilgilenmek ve haber almak için para verip gazete almamıza, sinemaya, tiyatroya gitmek için zahmete girmemize, hele hele kitap, dergi falan okumamıza artık, televizyon sayesinde hiç gerek yoktur. Ayaklarımı uzatır, içece-

ğimi, yiyeceğimi yanıma alır, basarım uzaktan kumandanın açma düğmesine, sonra değmeyin keyfime. Sıkıldım mı da, kalkmam bile yerimden, ‘sağ olasin uzaktan kumanda aleti’”.

Uzaktan kumandanın sağladığı iktidara karşın bu tasvirimiz televizyon-seyirci ilişkisinde, seyirci adına epey edilgin bir tabloyu resmediyor. Ama gerçekten de, televizyon ile izleyicileri arasındaki ilişkiyi öyle çok derin çözümlemelere girmeksizin değerlendirecek olursak, televizyon izlemek en azından iki anlamda edilgin bir etkinliktir:

a) Televizyon izlemek izleyiciden çok az fiziksel, duygusal, zihinsel veya mali çaba ya da yatırım talep eder.

b) Televizyon izlemek çoğu zaman ‘dolgu’ olarak yaptığımız bir şeydir, yapacak daha iyi veya daha önemli bir işimiz olmadığında zamanımızı ‘doldurmak’ için televizyon izleriz (Barwise ve Ehrenberg, 1988).

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı

Televizyon izleme ediminin izleyiciyi edilgin olarak konumlandıran bu özelliklerine karşın, izleyicilerin kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullandığını iddia eden ‘kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı’ işlevselci perspektiften geliştirilmiş bir tipolojiyle, izleyicilerin televizyonu niçin izledikleri sorusunu, bu etkinliği ‘edilgin değil’, tersine izleyicinin ‘faal’ olarak katıldığı bir süreç olarak tanımlayarak yanıtlar. İletişim bilimcilerden James Halloran’ın tüm medya için özetle dediğini, televizyona çevirerek yeniden söyleyecek olursak, bu yaklaşım, “televizyonun insanlara ne yaptığına değil, insanların televizyonla ne yaptığına bakar”.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının önde gelen uygulamacılarından olan Jay Blumler’in belirtmiş olduğu gibi, “bu yaklaşım araştırma vurgusunu medya malzemelerini kendi gereksinimleri uyarınca etkin biçimde işleme tabi tutan izlerkitle mensuplarına kaydırmaktadır”. Bu yaklaşıma göre, insanların kitle iletişim araçlarıyla ilişkileri, onların daha birçok başka araçla ilişkilerinde olduğu gibi, ‘gereksinim’ kavramı temel alınarak formüle edilebilir.

Araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının niçin izlendiği sorusunu yanıtlayacaklarsa, insanların kitle iletişim araçlarından veya diğer kaynaklardan beklentilerini tanımlayan gereksinimlerinin toplumsal ve psikolojik kökenlerini ortaya koymalıdırlar. Çünkü bu gereksinimlerin yol açtığı beklentiler medya izlemenin farklı biçimlerine neden olur. Medya izlemenin bu farklılaşan biçimleri de, baştaki gereksinimlerin doyurulmasıyla, giderilmesiyle sonuçlanır. Ama kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, medyadan beklentilere yol açan gereksinimlerin sonuçta doyurulabileceği gibi, bazen başka sonuçlara, hatta istenmeyen, önceden tasarlanmamış, amaçlanmamış sonuçlara neden olabileceğini de belirtir. (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974).

Televizyon kullanımının nedenlerini bu ‘kullanımlar ve doyumlar’ perspektifinden araştıran McQuail ve arkadaşları, televizyon izleme deneyiminden elde edilmesi umulan, dolayısıyla televizyon izleyicilerinin gereksinimlerinden kaynaklanan beklentileri, araştırmalarının bulgularını değerlendirmek suretiyle şöyle sıralamaktadırlar (1972):

1) *Oyalanma, kaçış*

- a) Gündelik yaşamın alışlagelen ve sıkıcı rutininin dayattığı kısıtlamalardan uzaklaşma,
- b) Sorunların, dertlerin insana yüklediği sıkıntılardan kaçma,
- c) Duygusal boşalma, rahatlama.

Kendi içinde cazip bir fantezi dünyası sunan bir televizyon programını seyretmek suretiyle izleyici bu dünyayı geçici olarak işgal edebilir (“Televizyon sorunlarımdan uzaklaşmama yardımcı oluyor; televizyon seyretme iyi bir dedikodu yapmak gibi bir şey; evde sesler duymayı seviyorum; bazen televizyonda seyrettiğim kişiler için keşke ben olsaydım o, diye düşünüyorum; bazen ağlama hissi uyandırıyor bende”).

Rahatlama başlığı altında ele alınabilecek bir kavram da, Dolf Zillman’ın ‘Ruh Durumunu Yönetme Kuramı’dır (*Mood Management Theory*). Bu kuramın amacı, televizyonun istenen bir duygusal durum yaratmak için nasıl kullanılabileceği sorusunu yanıtlamaktır.

Canı sıkkın olan insanlar uyarıcı programları seçerken, psikolojik baskı altındakiler daha sakinleştirici programlar izlemek suretiyle gerginlik düzeylerini azaltmaya çalışırlar. Böylelikle kendilerini baskı altında hisseden insanlar, televizyonu endişeye yol açan düşünceleri bloke etmek, böylelikle daha rahat bir ruhsal duruma geçmek amacıyla kullanılmaktadırlar.

Lee ve Lee'nin insanların televizyonu nasıl ve niçin izlediklerini yanıtlamayı amaçlayan araştırmaları (1995), izleyici için televizyon izlemenin çok önemli etmenlerinden birinin gerilimden kurtulmak, rahatlamak, gündelik dertlerden ve uğraşlardan kaçınmak olduğunu ortaya koymaktadır. Bu anlamda televizyon 'bir tür sakinleştirici, yatıştırıcı ilaç' işlevi görmektedir.

Anderson ve arkadaşlarının yaptıkları bir araştırmada (1996) televizyon izlemeye harcanan zaman ile stres arasında bir ilişki görülmemekle birlikte, izlenen programların türüyle stres arasında bir ilişki bulgulanmıştır. Buna göre stresli ruh durumunda olanların güldürü programlarını daha fazla izlemeye başladıkları, izleme diyetlerinde haberlere daha az yer verdikleri saptanmıştır. Stresli kadınlar, yarışma ve eğlence programlarıyla birlikte genel olarak televizyonu daha fazla seyretmektedirler. Buna karşılık stresli erkekler, daha fazla aksiyon ve şiddet içerikli programları izlemektedirler. Bu bulgu televizyonda temsil edilen, dolayısıyla dolaysız olarak tecrübe edilmeyen şiddetin insanların streslerini boşaltmalarıyla (katharsis) olan olumlu ilişkisini de göstermektedir.

Anderson ve arkadaşları, topladıkları verilere ilişkin genel değerlendirmelerinde, televizyonun yetişkinler tarafından ruh durumlarını yönetmek ve gerginliği azaltmak amacıyla kullanıldığı hipotezinin, yani Zillman'ın 'ruh durumunu yönetme kuramı'nın desteklendiğini belirtmektedirler. Burada, bundan sonra araştırılıp yanıtlanması gereken soru, televizyonun bu şekilde kullanımının işlevsel olarak olumlu olup olmadığı veya stresle daha kalıcı biçimde başa çıkma stratejilerine başvurmayı televizyon sayesinde ertelenmenin sonunda daha kötü ve yıkıcı etkileri olup olmadığı, yani

stresin kaynağına eğilip o kaynağı kurutmak yerine televizyonu bir yatıştırıcı olarak kullanıp stresi geçici olarak boşaltmanın sonuçta daha olumsuz etkilere yol açıp açmayacağıdır.

2) *Kişisel ilişkiler*

a) Can yoldaşlığı, ahbablık,

b) Toplumsal kullanım.

İzleyici başka insanlarla -ister gerçek kişiler isterse medya kişilikleri- televizyon izleme edimi sayesinde veya televizyonla dolayımlanan ilişkiler kurar. Ahbablık ya da can yoldaşlığı, izlerkitle mensuplarının medya kişileriyle (örneğin 'Bizimkiler', 'Ferhunde Hanımlar' gibi dizilerdeki karakterlerle ya da eğlence programlarına katılanlarla ya da sunucularla vb. ile), sanki dostluk ilişkisi içindeymiş gibi ve sanki bunlar gerçek kişilerin yerine geçebilirlermiş gibi, bunları gerçek arkadaşlık ve dostlukların yerine koyması sürecini dile getirmektedir. Horton ve Wohl (1956), bu ilişki tarzını 'toplumsalsı ilişki' olarak adlandırmakta ve bu sözde ahbablık ilişkisi türünün sırf televizyon değil, diğer kitle iletişim araçlarına da özgü bir fenomen olduğunu belirtmektedirler.

Tek tek izleyiciler yalnızlık duygularını sadece televizyondaki kişilerle kurdukları 'sözde samimi ilişkiler' aracılığıyla gidermekle kalmazlar. Televizyon onlara yalnızlıklarını gidermede bir başka olanak daha sunar. İzlerkitle mensupları, aynı programı kendilerinden başka (ve belki kendileri gibi yalnız) çok sayıda insanın izlediğini düşünür, daha doğrusu bilir. Çünkü, gerçekten de aynı programı izleyen insanlar, farklı mekânları işgal ediyor olsalar da zamansal bir cemaat oluşturmaktadırlar. Bu cemaat aynı anda, aynı uyarılara muhatap olma, bu uyarılara aynı yanıtı, örneğin heyecanlanma, duygulanma, gülme, ağlama vb. vermeyle tanımlanmaktadır. İzleyici dolaysızca deneyimlemese bile, böyle bir cemaatin mensubu olduğunu bilir ve bu aidiyet duygusu televizyon izlerkenki yalnızlığını bir ölçüde de olsa giderir ("İnsan yalnız olduğunda televizyon iyi bir dost, iyi bir can yoldaşı oluyor; karakterler yakın dostlarım gibi oldular, aynı programı izlemek diğer iz-

leyicilerle ortak, paylaşılan bir şeyler veriyor bana; karakterlerin seslerini evimde duymak hoşuma gidiyor”).

Toplumsal kullanım, televizyonun insanın tanıdıklarıyla ve tanış olduğu çevrelerdeki gerçek insanlarla toplumsal etkileşim için araçsal olarak kullanımlarını dile getiren bir işlevdir. Televizyon bu anlamda diğer insanlarla bir konuşma, iletişim malzemesi haline gelir. Televizyonun konuşma ve diğer toplumsal durumlarda bir değiş tokuş sikkesi işlevi gördüğü varsayımının geçerliğini destekleyen çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Nitekim Lee ve Lee (1995), seyirciler için televizyon seyretmenin önemli bir nedeninin, televizyonun, ‘toplumsal gres yağı’ adı verilen ve başka insanlarla ortak bir televizyon deneyimi üzerinde konuşmaktan alınan hazzı dile getiren işlevi olduğunu belirtmektedirler.

Araştırmacıların bu ilişkiyi ‘toplumsal gres yağı’ kavramıyla nitelendirmelerinin nedeni ise, öncelikle, televizyon programları üzerine konuşmanın insanları gerginliğe ve çatışmaya yöneltmeyecek, güvenilir bir ilişki olmasıdır. Çünkü nihayetinde bu konuşmaların konusu ‘hafif’ ve ‘nötr’dür, tıpkı televizyonun kendisi gibi. İkinci neden, televizyon hakkındaki konuşmaların hafifliği ve ‘nötr’lüğü sayesinde ve aynı zamanda herkesin ortak ilgisi olması nedeniyle toplumsal ilişkilerin başlatılmasında, yürütülmesinde bu ilişkilerin sertliğini yumuşatacak ve sürekli yumuşaklığını sağlayacak bir tampon işlevi görmesidir.

3) *Kişisel kimlik*

- a) Kişisel referans,
- b) Gerçekliğin araştırılması,
- c) Değer pekiştirme.

Kişisel kimlik terimiyle kastedilen televizyondaki program malzemelerinin izleyicinin kendi yaşamında veya koşullarında önem verdiği bir şeye ek ağırlık kazandırma veya üzerinde düşünme amacıyla kullanılmasıdır. Bu işlev, izleyicinin kendi varoluşuna ilişkin anlam dünyasındaki unsurlarla televizyonda sunulanların ilişkilendirilmesi şeklinde işler ve televizyon programlarında kendinden bir şeyler bulma, fante-

zilerinin kurmaca da olsa gerçekleşmesi ve inançlarının, değerlerinin pekişmesine kadar çok geniş bir kullanım alanı bulur.

Kişisel referans, program içeriğinin izleyici için kendi durumunun, karakterinin veya yaşamının, geçmiş veya halihazır bir özelliğini karakterize etme veya ortaya çıkarma amacıyla kullanımını dile getirmektedir (“Bu program bana şimdi olduğumdan daha kötü durumda olabileceğimi anımsatıyor; programdaki insanları tanıdığım başka insanlarla mukayese edebilirim; program kendi yaşamımda olmuş şeyleri anımsatıyor bana; bazen tanıdığım insanlarla ilgili anıları yeniden aklıma getiriyor”).

Gerçekliğin araştırılması süreci, program içeriğinin seyircinin daha yakın toplumsal ortamında yaşadığı veya yaşayabileceği belli sorunlar hakkında fikir vermesini dile getirmektedir. McQuail ve arkadaşlarının yaptıkları araştırmada, bazı izleyicilerin televizyonu neden izledikleri sorusuna, birçok gözlemcinin değerlendirmesine göre dilek-gerçekleştirme fantezilerinin ardı ardına dizilişinden başka bir şey sağlamayan bir dizi için, ‘düşünceme besin oluyor’ cevabını vermeleri gerçekten ilginçtir ve bu yanıt gerçeğin araştırılması kategorisi için biçilmiş kaftan gibidir. Bu tür bir yanıt, hemen her tür kurmaca programın, her türlü dizi, seriyal ve televizyon filminin düzenli izleyicilerinin o programı kendi gerçek yaşam sorunlarıyla ilgili bir uyaran olarak görebildiklerini ima etmektedir (“Programdaki insanların benimkilere benzer sorunları var; program benim kendi yaşamımı anlamama yardımcı oluyor bazen”).

Değer pekiştirme, izleyicinin inandığı, benimsediği ve taşıdığı belli değerleri destekleyen, savunan bir programın o izleyici için cazibesini dile getirmektedir (“Bugün etrafımızda hâlâ bu programdaki gibi ailelerin bulunduğunu bilmek çok güzel doğrusu; bu program bana aile bağlarının önemini anımsatıyor; bu program aile hayatının nasıl olması, ne olması gerektiğini örnekliyor”).

4) *Gözetim altına alma*

Gözetim altına alma işlevi, ya da televizyonun bu amaçla kullanılması daha çok haberlerin ve güncel olayları konu alan program-

ların izlenmesiyle ilgili bir süreçtir. Ekranda olup bitenle çok fazla ilgilendiğimiz veya karakterlerle iyice özdeşleştiğimiz bir iki program olabilir ama haberleri bizzat habere konu olan olaylarla çok fazla ilgilendiğimizden değil, dünyayla ilişkimizi koparmamak için izleriz. İzlediklerimiz kuşkusuz bizi de ilgilendirir ama bu çok derin bir ilgi olmayabilir (“Televizyon haberleri düşünce için besin sağlıyor; haberler günün önemli olaylarını anlatıyor bana; büyük sorunların ve konuların sonunda nasıl çözüme bağlandığını görmek çok hoşuma gidiyor”).

Denis McQuail, kendisi de bu yaklaşım içinde araştırmalar yapmakla birlikte, kullanımlar doyumlar yaklaşımının ‘gereksinim’ kavramını temele alan ilk formülünün ampirik araştırmalarda işlemselleştirme bakımından zorluklara yol açtığını, dolayısıyla yeniden tanımlanması gerektiğini öne sürerek şu yeni formülü önerir (1987): “Genel olarak kitle iletişim araçlarının kullanılma alışkanlığı ve bu araçların sunduğu yararlar ilişkili inançlar ve beklentiler, kişilerin toplumsal koşulları ve psikolojik ön-eğilimleri tarafından belirlenir. Bu inanç ve beklentiler, araçların seçimine ve kullanımına ilişkin özgül davranışları biçimlendirir. İnsanlar daha sonra bu tecrübenin değerini tartarlar ve medyadan edindikleri yararları diğer deneyim ve toplumsal etkinlik alanlarında uygularlar”.

McQuail’in bu yeni formülü, yaklaşımın ilk formülünde hemen sezilen işlevselci vurguyu bir ölçüde gidermenin yanı sıra, çok boyutlu bir gereksinim kavramının işlevsel olarak tanımlanmasındaki sorunları da bir yere kadar ortadan kaldırmaktadır.

Ne var ki bu yaklaşım da, yaygın biçimde benimsenmeye başladığı 1970’lerden itibaren çeşitli eleştirilerle karşı karşıya kalmıştır. Her şeyden önce, doyumdan gereksinime çizilen çizginin tıpkı uyarı-tepi çizgisi gibi kabaca düz olduğu, böylelikle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının etkiler yaklaşımının basitçe ters yüz edilmiş bir şekli olduğu öne sürülmektedir. Bu terimlerin gerisinde, Inglis’in (1990) belirttiği gibi, tüm eylemlerin koşullu tepkeler (refleksler) üzerine kurulu olduğu, bunun da başarı ve ödül ile pe-

kiştirildiği şeklindeki davranışçı psikolojinin günümüzde artık iyice gözden düşmüş olan modellerini görmek mümkündür.

Kuşkusuz böylesi bir çizgisel modele dayanan araştırmaların çoğu, çizginin bir ucunda yer alan izleyicinin etkililiğini aşırı vurgulama eğilimi göstermekten kaçınamaz. Böylelikle etkiler yaklaşımındaki üstü örtük olarak da olsa, araştırma programatığının bir yerlerinde değişmez olarak duran ‘her şeye kadir medya’ anlayışı, bu kez kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında yerini ‘her şeye kadir izleyici’ye bırakmıştır. Oysa izleyicilerin televizyonla olan ilişkilerinde tam bir özerklik sahibi olduklarını öne sürmek mümkün değildir. Böyle bir özerklik yanılgısına gerçekte her türlü ilişkiyi ‘etkin’ ve ‘edilgin’, ‘neden’ ve ‘sonuç’, ‘kaynak’ ve ‘hedef’, ‘uyaran’ ve ‘tepi’, ‘ezen’ ve ‘ezilen’, ‘efendi’ ve ‘köle’ tarzı, aslında ilişki olarak değil tek yönlü bir eyleyim olarak tanımlayan kaba ‘davranışçılığın’ daha da kaba, ama çok yaygın olan bir yorumu neden olmaktadır.

Bu yaygın yorum, ilişkileri doğru bir şekilde, yani tüm karmaşıklığı içinde olmasa da, yalın ve özet bir şekilde tanımlamamıza olanak verdiği için, akademi-dışı toplumda da çok benimsenmekte ve bu tür yalın formüllerle meseleleri açıklayamayan araştırmacılar, toplumun gözde, popüler, tanınmış (özetle, medyatik) ‘bilimcileri’ arasında yer alamamaktadırlar. Oysa eğer bir ilişki varsa, bir ilişkiden söz edeceksek, böylesi bir süreç ilişkinin tüm taraflarının bir şeyler vermeleri, bir şeyler almalarını gerektirir. Bu bir tür müzakeredir, karşılıklı alışveriştir. Dolayısıyla her ilişki yalın bir alma ve vermeye indirgenemeyecek kadar karmaşıktır. Önemli olan bu karmaşıklığı tüm zenginliği içinde kavrayabilecek bir analiz çerçevesi geliştirebilmektir.

Kaçış İçin Televizyon İzleme

Kullanımlar ve doyumlar perspektifinden yapılan araştırmaların çoğunluğu, televizyonun ağırlıklı olarak eğlenmek, rahatlamak, ‘zaman öldürmek’ veya ‘dertlerden, tasalardan kaçmak’ için seyredildiğini ortaya koymaktadır.

Televizyon rahatlatıcıdır, çünkü zihnimizi, üzerine çok fazla düşünecek başka bir şey vermeksizin, belki de uzun uzadıya ve derinliğine düşünmemiz gereken başka şeylerden uzaklaştırır. İzlediğimiz bir program hakkında gevezelik edebilir, onun neye benzediğini ve hakkında ne düşündüğümüzü uzun uzadıya başkalarına anlatabiliriz ama üzerine konuştuğumuz programla ilişkimizi fazla sürdürmeyiz, bir iki gün sonra onun hakkında konuşma gereği bile duymayız, çünkü belleğimizdeki izi genellikle çok kısa bir süreyle kalıcıdır.

Bir televizyon programını izlemek için seçim yapmak yaşamımızdaki diğer önemli seçimlere, bir araba, bir ev veya bir eş edinmeye benzer önem ve ağırlıkta bir karar değildir. Bu seçimimizin sonuçlarıyla günlerce, aylarca, yıllarca yaşamak zorunda değildir, yaşamayız da. Dahası, bu seçimimizden hemen, anında vazgeçebiliriz.

Bu düşünce zinciri içinde ‘kaçış’ kavramı özsel bir yer tutmaktadır. ‘Kaçış’ kavramının, eğlenceye, oyalanmaya yönelik etkinliklerle bağlantılı olarak ve bu tür etkinlikleri küçümsemeye, aşağılamaya dayalı değer yargısını içerimlemesiyle epey bir geçmiş, yüzyıllar ötesine giden bir tarihi vardır. Leo Lowenthal’in Pascal ve Montaigne’in yazılarına ilişkin değerlendirmesinde, ciddi zihinsel etkinlikler ve bunun karşıtında oyalanma, eğlenme ve rahatlamaya yönelik popüler kültür arasındaki ayrımın temelinde bu kavramın yatığını görüyoruz. Kracauer, film teorisi üzerine yaptığı çalışmada, “yirmilerden günümüze kadar, film yanlıları ve film karşıtları bir konuda mutabıktırlar, o da bu aracı bir tür uyuşturucuya benzetmeleri ve onun şapşallaştırıcı etkilerine dikkat çekmeleridir” demektedir (1960). Kitle iletişim araştırmalarının önde gelen ilk isimlerinden Merton ve Lazarsfeld’in bu araçların etkilerine ilişkin ortaya attıkları ‘uyuşturma etkisi’ (*narcotizing dysfunction*) kavramı, izlerkitlelerin bu araçları kullanmalarını toplumsal veya siyasal sorunlarla ilgili, fiilen bir şeyler yapmanın yerine koymaları eğilimini dile getirmektedir.

Televizyon seyircisinin davranışında kaçış kavramının özsel bir yer tutması nereden kaynaklanır? Bu soruyu yanıtlamak üzere yapılan araştırmalarda şu tür bulgulara rastlanıyor:

a) İlk televizyonun yoğun bir şekilde kullanılması çeşitli kişisel veya toplumsal yoksunluk biçimleriyle bağlantılıdır. Bu tür (yalnızlıktan yoksulluğa, eğitimsizlikten, her türlü psikolojik ve maddi engellenmelere kadar geniş bir yelpaze içinde yer alan) yoksunluklar içinde olanların televizyonu yoğun bir şekilde kullanma eğilimi diğerlerine göre daha fazladır.

b) Televizyon içeriği çözümlemelerinin bulguları, programlarda gerçekliğin çarpıtılmasına ilişkin güçlü ve sistematik kalıpların varlığını ortaya koymaktadır. Televizyon programlarında yüksek mevkideki mesleklerin ve yaşam biçimlerinin, daha heyecan verici ve tantanalı ortamların aşırı bir şekilde temsil edilmesi suretiyle izlerkitle mensuplarının varsayılan tutkuları, dilekleri, özlemleri ve hayallerini gözetten, bunları manipüle etmeye yönelik bir çarpıtmadan söz edilebilir.

c) Televizyonda ısrarlı olarak popüler olan kültür malzemesinin kullanılması izleyicileri gündelik yaşamın sıradanlığından kurtarıp, onlara ünlülerin ve tanınmışların cilalı dünyasına girme olanağı sağlar. Bu dünya ün, eğlence ve keyif dünyasıdır. Bu dünyanın mukimleri izleyicilerin burada olmaları karşılığında onlardan zihinsel olarak hiçbir şey talep etmezler.

Türkiye’de özellikle bunun örnekleri ekranlarda sıklıkla yaşanmaktadır. Eline mikrofon alıp her tür müziği yapanların ‘sanatçı’ olarak sunulması; bu tür kişiliklerin performanslarının yanı sıra özel yaşamlarının da sıklıkla ekranda malzeme olması bir yana, toplumdaki popüler ve kitle kültürünün, futboldan, Gülhane ve Anadolu Hisarı konserlerine, her tür etkinliğinin ekranları doldurması televizyonun bu ‘kaçış’ etkisinin apaçık bir delilidir. Bunlar bellekte hemen hiç iz bırakmayan, zihinsel olarak talepkâr olmayan (yani insanı ‘düşündürtmeyen’) ve herhangi bir uyarıcılığı bulunmayan formüllere göre üretilen hafif eğlence ve dramalardır.

Ama bu kaçışın izleyicilerin kendi gündelik yaşamlarında ve ilişkilerinde ödemek zorunda oldukları bazı bedelleri olabilir. Örneğin kimi araştırmalar ortalama bir televizyon izleme alışkanlığının hem

çocukların, hem de yetişkinlerin yaratıcı düşünmeleri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Macbeth'in araştırması (1996), televizyon olmadığı zaman yetişkinlerin zor bir problemle zihinsel olarak uğraşmaktan vazgeçmezden önce daha uzun süre bu problemle cebelleşme eğilimi geliştirebildiklerini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla televizyon insanların zor bir problemi çözmek için uzun süre çaba harcama alışkanlıklarını köreltmektedir. Bu bir kez yerleşikleştiğinde de kurtulması çok kolay olmayan bir eğilimdir.

d) Televizyon izleme genel olarak sadece boş zamanla değil, 'toplumsal rol için ayrılmış zamanın dışıyla' da sınırlanmıştır. Böylelikle birey televizyon seyirciliğini çalışma saatlerinin yanı sıra diğer toplumsal rollerinden, örneğin ana babalık, karı kocalık, dernek üyeliği, ve benzeri toplumsal rollerinden de uzaklaştığı zamanlarda yapar. Televizyonun kullanımı belirgin biçimde sınırsız, görev ve yükümlülük duygularından bağımsız özgür bir seçim meselesidir. Bu saptama da 'kaçış' tezine ek bir destek sağlamaktadır.

e) Televizyon bir anlamda kimilerine göre yapay sayılabilecek bir toplumsal tutunum da (tecanüs) sağlamaktadır. Tek başına yaşayanlar 'yalnızlıktan kaçınmak için' televizyon seyrettiklerini söylerken, televizyonu toplu olarak izleyenler ise bu seyir tecrübesini paylaşmaktan haz aldıklarını belirtmektedirler. Televizyon tartışmaya, sert iddialaşmalara, kavga ve gürültüye varmayan nötr bir söyleşme konusu sunmaktadır. Televizyonda izlenenlerle ilgili konuşmalar bir toplumdaki farklı kümelerle, hatta bazen farklı kültürlere mensup insanlar arasında suya sabuna dokunmayan, tartışmaya neden olmayan, üzerinde anlaşılmasa bile tartışma yapmaya değmeyecek önemsizlikte olan konularda iletişime, dolayısıyla televizyon seyretme zamanı dışında da hiçbir değer taşımayan bir etkinliğe yol açar.

Yüksek Kültür, Popüler Kültür

Televizyonun 'kaçış' için kullanıldığı tezi, televizyon ile izleyici arasındaki tipik ilişkiyi olumsuz ve değersiz olarak niteleyen görüşlere de destek olmaktadır. Bu tür görüşler, aslında tarihi, modern dönemlerin başlangıcına uzanan ciddi veya yüksek ve aşağı

veya popüler kültür karşıtlığına dayanan ve genellikle yüksek kültürü kayıran ‘seçkin’ tartışmalarla beslenmektedir.

Geleneksel toplumlarda toplulukların ortaklaşa paylaştıkları kuttörenler, (çoğunlukla dinsel bir yanı olan) eğlenceler modern zamanlardaki anlayışın tersine küçümsenmezlerdi. Bunlar organik bir yapının hemen tüm özelliklerini gösteren toplumların farklılaşmamış toplumsal ilişkilerinin devamını, korunmasını sağlayan etkinliklerdi. Kültürün parçalanmışlığı, farklılaşması toplumsal yapının farklı sınıf ve katmanlara ayrışmasıyla bağlantılı bir gelişmedir. Feodal çağda aristokrasi, kilise ve halk katmanları birbirlerinden iyice ayrıştığında, bu katmanların etkinliklerinde olduğu gibi esas olarak zihinsel üretim ve tüketimlerinde de farklılaşma oldu. Bu farklılık, katmanların kendi içlerinde ve diğer katmanlardaki yaşam biçimlerine, hal ve gidişe, davranış ve görgü kurallarına, genel olarak kültürlerine ilişkin değerlendirmelere yol açtı. Burada özellikle kiliseyle aristokrasinin dinsel okumalar ve analizlerle, yüksek yaşam standardıyla beslenen kültürlerine karşılık, halkın gündelik yaşam pratiklerinden beslenen kültürü arasındaki ayrım ve karşılıktan söz etmemiz gerekmektedir.

Kapitalizm bu farklılaşmayı, büyük ölçüde zihinsel yapılarda sürdürdü ve geliştirdi. Toplumsal egemenliğin yeni ve dinamik etkeni olan kentsoylu sınıf, soyluluktan devraldığı değerleri titizlikle korumaya ve kendisine uyarlayarak geliştirmeye çalışırken, yüksek ve popüler kültür karşıtlığını bu çabasını meşrulaştıran bir dayanak olarak özellikle öne sürdü. Bu karşıtlık esasında popülerliğin nitelikli olmayla uyumsuzluğu görüşünden temellenmektedir. Yüksek nitelik eğitilmiş olmayı, eleştirel standartları, değerlendirme, yargılama duyarlılığını, çaba ve yaratıcılığı içerimlemektedir. Tüm bu özellikleriyle yüksek nitelikte olmak ‘kaçış’ kavramının içerimleriyle, yani oyalanma, eğlenme, düşünme ve tartışma zahmetinden kaçınma, zihinsel tembellik, gerçekten uzaklaşma ve benzerleriyle tam bir zıtlık içindedir.

Televizyon seyretme ediminin değersizliğini savunanların bir başka varsayımı ‘türdeşlik’tir. Bu varsayıma göre. televizyon gibi

bir kitle iletişim aracının içeriği aslında tek bir meta gibidir. Burada bir program kolayca bir başkasının yerine ikame edilebilir, çünkü çoğu program özsel olarak seyirciye aynı tatmini sunar ve seyredilme nedenleri genel olarak aynıdır. Dolayısıyla seyirci seçici değildir. Zaten seçicilik ancak yüksek kültür ürünleri için geçerli bir eylem biçimidir. Yine bununla ilişkili bir başka nokta, televizyonu kullanma ediminin aslında izleyiciyi dışta bırakan, yani edilgin kılan bir deneyim olmasıdır. Televizyon kullanımı sığ, talepkâr olmayan ve önemsiz bir edimdir. Nihayet televizyon boş zaman etkinliğinin tortusal bir kategorisidir. Televizyon seyretmek, hiçbir şey yapmamanın veya daha değerli bir şey yapmanın yerine konan zaman doldurucu bir etkinliktir.

Gerçekte ‘kaçış’ tezinin eleştirilmeksizin kabul edilmesi izlerkitle ile televizyon arasındaki ilişkilerin aşırı ölçüde basitleştirilmesine neden olabilir ve televizyonun kitlesel izlerkümelerinin varlığını devam ettirebilen saiklerin farklılığı, çeşitliliği ve karmaşıklığının göz ardı edilmesine yol açabilir.

Fredric Jameson, kitle kültürü, yüksek kültür, söyleşme kavramlarını tartıştığı denemesinde (1979), bu kaçış tezini ve bu tezin içerimlediği ‘manipülasyon’ teorisini tartışırken, televizyon dahil kitle kültürü olarak adlandırılan diğer tüm ürünlerin tüketilmesindeki saiklerin bu kadar basite indirgenemeyeceğini belirtir ve Norman Holland’ın Freudgil sanat yapıtı modeline yaptığı revizyonist müdahalenin bu konuda açıklayıcı bir yaklaşım sunabileceğini öne sürer. Freudgil sanat yapıtı modeli bastırılmış özlemin, dileğin simgesel gerçekleşmesi, arzusunun baskıcı sansürden kaçabildiği ve elbette bir ölçüde saf bir simgesel doyumunu gerçekleştirebildiği karmaşık bir dolayım-lama yapısı modelidir. Kaçış tezinin neredeyse boş bir kaba, birbiriyle özdeş atomize parçalara indirgediği televizyon izleyicileri, böyle bir model çerçevesinde hak ettikleri psişik ve zihinsel karmaşaya kavuşabilirler.

Norman Holland’ın revizyonist modeli, sanat yapıtının psişik işlevinin yeniden betimlenmesi gereğini ima etmektedir. Bu işlev öyle-

sine betimlenmelidir ki, estetik doyumun özlemleri (dilekleri) gerçekleştirme işlevi, ama diğer yanda da bunun simgesel yapısının, arkaik arzuların ve dilek-malzemesinin ürkütücü ve potansiyel olarak tahrip edici patlamasına karşı tini korumasının gerektiği şeklindeki i-ki bağdaşmaz özelliği bir şekilde uyumlaştırabilmelidir. Sanat yapıtının işlevi esas olarak ham dürtü malzemesini ve arkaik dilek veya fantezi malzemesini yönetmektir. Bu malzemenin yıkıcılığı bir tür psişik bir uzlaşma, karşılıklı ödünleşmeye dayalı bir pazarlıkla engellenir. Fantezi içeriği, onu zararsız hale getiren özenli simgesel sınırlayıcı yapılar içinde uyandırılır ve uygun bir şekilde yok edilemeyen arzular ancak bir süre için yatıştırılabilecek derecede tatmin edilir.

Bu model Jameson'a göre kitle kültürünü (televizyonu) boş bir kaçış veya sırf 'yanlış bilinç' olarak değil, kitle kültürü metinlerinde daha sonra 'yola getirilmek' ya da bastırılmak üzere fiilen mevcut olması gereken toplumsal ve siyasal endişeler ve fanteziler üzerinde dönüştürümsel bir yapıt olarak kavramamıza olanak sağlamaktadır. Jameson'a göre aynı yerden hareket etmekle birlikte yüksek kültür, yola çıktığı malzemeyi çeşitli türden telafi edici yapılar üretmek suretiyle ele alırken, kitle kültürü, bunları imgesel çözümlerin anlatısal yapılarıyla ve optik bir toplumsal uyum yanılsaması yansıtmak suretiyle bastırır.

Özetle Jameson'un demek istediği, yüksek kültür ve kitle kültürü ayrımının günümüzde dayandığı fikri temeller bakımından geçerliğinin sorgulanır olduğu, her iki tür kültürün de birbirleriyle ilişki ve alışveriş içine girmişliği, nihayet her iki tür kültürün de izleyiciye hitabında özsel olarak aynı psikanalitik zemin üzerinde işlediğidir.

Jameson yüksek kültür ve kitle kültürü arasındaki ilişkiyi günümüzde sınırları bulanıklaşmış bir yan yanalık olarak nitelerken, aslında televizyon kuramının geleneksel medya ya da kitle iletişim kuramlarından tevarüs etmiş olduğu, izleyicileri sırf dinleyici, seyirci ve özetle kendisine sunulan malzemeyi tüketici olarak görme eğilimini de sorgulamaktadır. Sorgulanan bu eğilim kendisini sadece medya alanında göstermez. Ekonomide de, siyasette de kamu, ka-

tegorilere ve bu kategorilerdeki soyut sayılara indirgenir. Bizler birer tüketici, seçmen, üretici veya işsiz, vergi mükellefi, müşteri topluntularıyızdır, başka da bir şey değil. Bu anlamda yönetime etkin olarak katılan, kararlar alan, kararları uygulayan yurttaş kavramı bir soyutlamadan öte bir şey değildir.

Televizyon Endüstrisi ve Tüketicileri

Televizyon endüstrisi bizleri programların izlenirlik hesaplarında belli kümeler içinde toplanan özdeş birimler olarak tanımlar. Endüstrinin izlerkümelere yönelik daha ayrıntılı bir tanımı şu şekilde yapılabilir: “İzleyiciler televizyon mesajlarının nesnesi olarak amaçlanmış ve bu mesajları algılama kapasitesine sahip herhangi bir bireyler topluluğudur. Aynı veya farklı zamanlarda veya aynı veya farklı mekânlarda televizyonu izlemeleri önem taşımaz. Buna karşılık kültür endüstrileri de (televizyon dahil olmak üzere) izleyicilerin elde edebilecekleri kaydedilmiş veya canlı mesajların üretimini, dağıtımını, sergilenmesini, şanslarını ve tanıtımını düzenleyen kuruluşlardır. İzleyiciler potansiyel veya gerçek piyasayı oluşturan, kültürel ürünleri satın almaları ya da seçmeleri herhangi bir ticari ilişkideki gibi gerçekleşen tüketicilerdir” (Jeffrey, 1994).

Dolayısıyla televizyon endüstrisinin en önem verdiği ‘rating’ hesaplamalarında her birimiz %10, 15, 20’nin oluşturuğu unsurlarıyızdır. Programları nasıl izlediğimiz, kullandığımız, bunların üzerimizde ne gibi etkiler yarattığı, izleme deneyimine nasıl katıldığımız hiç önem taşımaz. Endüstrinin temel kaygısı katkılarımızla rating hesaplarının kabarıklaşması için politikalar geliştirmektir. Kabarık rating hesabı endüstrinin esas müşterisi olan ‘reklam verenler’in taleplerini karşılayacağı için önem taşımaktadır. Dallas Smythe’nin dediğı gibi televizyon endüstrisinin dolaşıma soktuğı esas mal programlar değil, ‘izleyicilerdir’. Televizyon endüstrisi esas olarak ‘izleyiciler’i ‘reklamcılar’a pazarlamaktadır. Bu anlamda izleyiciler televizyon izlerken bir yandan da ‘reklamcılar’ için mesai yapmaktadırlar. Bu mesainin ücreti ise televizyon programlarının sağladığı ‘haz’, ‘doyum’, ‘korku’, ‘keyif’, ‘gülmece’, ‘eğlence’, ‘oya-

lanma', 'kaçma', 'öğrenme', ya da her neyse işte odur. Yine bu anlamda televizyon izleyicisi olarak her birimiz televizyon endüstrisinin edilgin işçileriyiz. Televizyon programlarını tüketirken aslında televizyon endüstrisinin üretimine katılmaktayız.

Etkiler Yaklaşımı

Bu dolaylı 'edilgin' üreticilik konumu gerçekte akademik iletişim araştırmalarında 'etkiler' yaklaşımı olarak adlandırılan bir araştırma programatigiyle de ilişkilidir. İletişim araştırmalarında, özellikle 1940-60 yılları arasındaki döneme ağırlıklı olarak hakim olan bu eğilim, kitlesel olarak dolaşıma giren mesajların sıkı sıkıya tecimsel amaçlı olması nedeniyle kültürel bakımdan olumsuz etkileri olabileceği varsayımından temelleniyor ve bu olumsuz etkilerin ölçülmesinin ve bunları denetlenebilir hale getirebilecek toplumsal politikaların geliştirilmesinin gerekli olduğu iddiasıyla karakterize oluyordu.

Kuşkusuz bu düşüncelerin gerisinde de, modern toplumun normal ve sapkın davranış tanımları yer almaktaydı. Modern toplumun ideal bireyi çok özgül bir kişiydi: Derin duyguları olmakla birlikte ussal, kendisinin ayırımında, törel bakımdan özerk, dogmatik olmayan, çalışkan, içten ve dürüsttü. Bu ideal birey tanımı tüm modern toplumların hukuki, kültürel ölçütünü oluşturuyordu. Bu idealden her türlü sapma ise istenmeyen, giderek cezalandırılması gereken davranış türleriydi. Kitle iletişim araçları bu istenmeyen davranış türlerini özendirebilecek mesajları kitlesel dolaşıma sokma potansiyeline sahiptiler. Hatta tecimsel kaygılar ve çıkarlar, bu araçları bu tür içeriklerle dolu potansiyel bir tehdit haline getiriyordu. Dolayısıyla bu araçların şu ya da bu biçimde denetlenmesi gerekiyordu.

Ancak bu denetim bir anlamda demokratik ideallerle bağdaşmayacağı için, sapkın davranışlara yol açacağı düşünülen mesajların etkilerinin ölçülmesi daha da önem taşıyordu. Bu anlamda, bu tür ölçümler kitle iletişim araçlarına yönelik denetimleri meşrulaştıracığı gibi, kültür ve yayın politikalarının geliştirilmesi için bir dayanak da oluşturacaktı.

Akademik etki araştırmalarının ortaya çıkması ve belli bir dönem için de olsa televizyon alanındaki hakim soruyu formüle etmesi bir tek bu nedene indirgenemez. Ama kitlesel iletişim araçlarına ilişkin temel sorunun bu araçların etkisi olarak formüle edilmiş olmasının, bu araçların mesajlarıyla toplumu sapkın olarak tanımlanan olumsuz davranışlara yöneltebileceği kaygısıyla yakın, yakın olmaktan öte dolaysız bir ilişkisi bulunmaktadır.

Özellikle televizyonun istenmeyen ve olumsuz etkileri, bu inancın yaygınlığı nedeniyle toplumun her kesiminde hayli kaygı uyardırmaktadır. Bu inanın haklı yönleri bulunmaktadır kuşkusuz. Ama televizyon izlemenin denetlenebilir, yönlendirilebilir, iradi bir edim olduğu düşünüldüğünde, bu kaygının bu boyuta ulaşmasını anlamak epey zordur. Nihayetinde televizyonda istenmeyen mesajlar televizyonun o mesajların yayınlandığı saatlerde izlenmemesiyle ya da başka kanallara geçilmek suretiyle engellenebilir. Ne var ki araştırmalar istenmeyen, tehlikeli görülen mesajların geniş izlerkitlelerce bilerek izlendiğini ortaya koymaktadır.

Bu saptama bizi bir yandan, toplumdaki kültürel seçkinlerin kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun izlerkitlesini bilinçsiz ve bilgisiz, hatta kendisini koruyamayacak kadar kültürsüz olarak formüle etmelerinin doğru olabileceği düşüncesine, diğer yandan ise, bu seçkinci yaklaşımın zaaflarından da korunmamızı sağlayacak şekilde, izlerkitle mensuplarının bu tür mesajların olumsuz etkilerinin kendileri için geçerli olmadığını düşündükleri sonucuna ulaştırır. Yani bireysel izleyiciler televizyonda maruz kaldıkları mesajların kendi üzerlerinde olumsuz hiçbir etkide bulunmadığını, buna karşılık bu mesajlardan başkalarının olumsuz olarak etkilenme olasılığının çok güçlü olduğunu düşünmektedirler.

nc Kişi Etkisi

İletişim kuramlarında ‘nc kişi etkisi’ olarak adlandırılan bu hipotez, insanların medya mesajlarının diğer kişiler üzerindeki etkisinin kendi üzerlerindeki etkisinden çok daha fazla olduğunu düşünmeleri eğilimini dile getirmektedir. İzleyiciler televizyonun n-

cü kişiler üzerinde kendilerine oranla çok daha fazla etkili olmasını beklerler. Çünkü kendileri zaten bu tehlikelerin ayırımıadırlar ve bu bilinç düzeyi onlara, televizyonun zararlı etkilerine karşı bir bağışıklık sağlar. Malum, Aydınlanmanın temel ilkesi şudur: Bilgi ve bilinç her türlü kötülüğün karşısındaki yıkılmaz tek kaledir.

Bu hipotez, televizyon üzerinde sansür uygulanması talebinin yaygınlaşmasını açıklamakta da yardımcı olabilir. Televizyonun başka insanlar üzerindeki etkisini abartma eğilimi ile çeşitli televizyon içeriklerini kısıtlama isteği arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle bireysel izleyicilerin birinci ve üçüncü kişi etkileri arasındaki algıladıkları mesafe büyüdükçe bunların sansürden yana tutum alma olasılığı da artmaktadır (Rojas, Shah ve Faber, 1996).

Üstelik sansürü destekleyenlerle eğitim düzeyinin yüksekliği arasında saptanan ilişki de ilgi çekicidir. Örneğin Willnat yaptığı bir araştırmada, eğitim düzeyinin artışıyla kitle iletişim araçlarının başkalarını kendilerinden daha çok etkilediği yönündeki inancın da arttığını bulgulamıştır (1996). Dolayısıyla televizyonun sansür edilmesi yönündeki talepler ile eğitim düzeyinin yüksekliği arasında olumlu bir ilişkinin bulunduğu öne sürülebilir.

Morley, kendisini ‘kültürelci iletişim çalışmaları’ içinde tanımladığı için olsa gerek, geleneksel iletişim araştırmaları alanında geliştirilen ‘üçüncü kişi etkisi’ kavramını kullanmamakla birlikte, bu yaklaşımı şöyle dile getirir (1989): “Bir yandan televizyon, izlerkumesini medya sosis fabrikasından öğütölüp çıkan önceden hazmedilmiş sağlıksız yiyeceği sürekli olarak tüketip duran ve bu alışkanlık yaratan uyuşturucu maddenin anestetik etkileri altındaki ‘zombi’lere veya ‘gözleri cam gibi olmuş ‘ayyaşlar’a indirgemekle suçlanır. Diğer yandansa, televizyon (seyircilerin bu ‘göz çıkletini’ tüketmelerinin bir sonucu olarak) beyinleri salçaya çevirmenin sorunlusu tutulurken, aynı zamanda, özellikle televizyon ve şiddet konusundaki tartışmalarda, bize her türlü şeyi yaptırmakla suçlanır. Öyle ki, şiddet içerikli televizyonu seyretmenin izleyicilerin dışarı çıkıp şiddete dayalı suçlar işlemesine neden olacağı öne sürölür.

Buradaki ilginç bir nokta, bu ‘televizyon zombileri’nin hep başka insanlar olmasıdır. Çok az insan kendisinin televizyonu bu şekilde kullandığını düşünür. Bu televizyonun başka, tehlikeye daha açık insanlara ne yaptığı hakkında bir kuramdır”.

Ne var ki kimi araştırmalar, bireysel izleyicilere ilişkin bu genel değerlendirmeyi yanlışlamasa bile, özellikle kolektif davranışlarda televizyonun etkilerinin hiç de küçümsenemeyecek düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, Todd Gitlin, kitle iletişim araçlarının ama özellikle televizyonun, 1960 öğrenci olaylarını ünlüleriyle, starlarıyla birlikte nasıl bir ‘seyirliğe’ (show) dönüştürdüğünü, böylelikle de sığlaştırdığını ve etkisini zayıflattığını ayrıntılı bir çözümlemeyle kanıtlamaktadır (1982). Medya bu olayları bir kez ‘seyirlik’ hale getirdiğinde, gençlik hareketinin düşünsel temelleri ile hareketin temsilleri ve ‘starlaştırılan’ önderleri arasındaki bağ kopmakta, bu olaylar dünyanın herhangi bir yerindeki deprem, yangın gibi doğal afetlerden veya Oscar Töreni, Brezilya Karnavalı gibi şenliklerden farksız, yüzeysel, düzayak anlatılara dönüşmektedir. İşin esas önemli yanı ise düşünsel temelleri yok sayan bu tür medya temsillerinin aynı zamanda bizzat hareketi de, hareketin içinde yer alanların gözünde ve ruhunda bu temellerinden uzaklaştırması ve anlamsızlaştırmasıdır.

Törel Ürkü

Televizyonun bu tür etkilerinden bir başkası ise, diğer iletişim araçlarıyla etkileşime girmesi sonucu ortaya çıkan ‘törel ürkü’dür (*moral panic*) (Cohen, 1980). Belli toplumsal gerilim dönemlerinde, toplumlar belli bir toplumsal mesele veya grup hakkında ‘törel ürkü’ içine girerler Bunun nedeni medyanın genel olarak bu mesele veya toplumsal grubun davranışı üzerinde odaklanmasıdır. Televizyonun diğer iletişim araçlarıyla birlikte bu duygunun yaratılması, yaygınlaşması ve büyümesinde çok önemli bir rolü bulunmaktadır. Medyanın bu konu üzerinde durması sonucu, toplumsal denetim etkenleri, yani hükümet, polis ve mahkemeler bu toplumsal meseleyi veya toplumsal grubu denetlemek için yeni politikalar ge-

liştirmeye itilirler. Diyelim ki, medyanın üzerinde odaklandığı toplumsal mesele ülkemizde bir zamanlar, ‘yüzsüzler’ diye tabir edilenlerle bağlantılı vergi kaçakçılığı veya vergi ödemenin yıllarca savsaklanmışlığı olsun. Medyanın bu konuyu gündeme getirmesi sonucu hükümet bildiriler yayınlamaya, yönerge ve yönetmelikler çıkarmaya, polis ise bazı yüzsüzleri tutuklamaya girişecektir. Bunlar da kuşkusuz televizyonda, radyoda ve gazetelerde yer alacağı için, ‘törel ürkü’ duygusu daha da artacaktır ve böylelikle televizyon yarattığı etkinin bir parçası haline gelecektir.

Televizyonun toplum düzeyindeki etkilerinin bir başka örneğini ise, özellikle Batı Avrupa’da yabancı düşmanlığı ve ırkçılığın gide-rek yaygınlaşmasında bu aracın oynadığı rolü araştıran Esser ve Brosius’un çalışması ortaya koymaktadır (1996). Esser ve Brosius’un araştırmasına temel teşkil eden soru şudur: Yabancılara ve sığınmacılara yönelik şiddet edimlerini, televizyonda bunların reklamını yapmaksızın nasıl vermek gerekir? Televizyonların ırkçı saldırganlıkla bu saldırganlığın içinde yer aldığı şiddet bağlamı ilişkilendirilmeksizin, ırkçı gösterileri olduğu gibi yayınlamaları pek çok eleştiri ve yakınmaya konu olmaktadır. Televizyonların bu konudaki yayınlarında, ırkçıların gösteri yaptıkları yerlerde yaşayan-lar, gösteriye katılmasalar bile, gösteriyi kaldırımdan veya apart-man pencerelerinden izlerken bunları alkışlayarak ve sağcı, ırkçı sloganlar atarak açık açık desteklemektedir ve bu destek televiz-yonlarda olduğu gibi gösterilmektedir. Kaygılar ve eleştiriler, tele-vizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının bu olaylarla ilgili geniş ve sansasyonel yayınlarının daha sonraki çok sayıda ırkçı saldırıyı tetiklediği gözleminden kaynaklanmaktadır. Gerçekten de, televiz-yonda bu tür temsil edilen ırkçı gösteriler ve saldırı olaylarından sonra bunların sayısında dramatik artışlar olduğu görülmektedir. Esser ve Brosius, televizyonun ırkçı şiddet eylemlerinin artması ve yaygınlaşmasında can alıcı bir rol oynadığının araştırmalarının ve-rileriyle ortaya çıktığını belirtirken televizyonların, bu olumsuz et-kilerini göz önüne alarak, bu konuda daha sorumlu bir yayıncılık siyasası izlemelerini talep etmektedirler.

Tüm bu saptamalar, etki araştırmalarının zaaflarını ortadan kaldırmaz. Bu araştırma geleneğinde sınanan hipotez televizyonun izleyicileri üzerinde dolaysız etkileri olduğudur. Bu dolaysız etki sırf şiddet ve aşırı cinsellik gibi anti-sosyal davranışlarla kısıtlı değildir. Yanı sıra siyasal davranışlarda da kendisini gösterir. Bu konuda en bilinen ve hâlâ en yaygın biçimde paylaşılan bir kanı, televizyondaki seçim yayınlarının izleyicilerin oy kullanmalarını, parti ve aday seçimlerini belirleyecek biçimde dolaysız etkisi olduğudur. Bu tür etkilere ilişkin iddialar, yine kendi perspektifleri içinden dahi olsa, örneğın ‘çapraz etkiler’ gibi bir hipotezi göz ardı etme eğilimindedir. İzleyici neredeyse sayısız uyarıcıyla dolu olan bir dünyada yaşarken, tek bir uyaranın insanın davranışları üzerindeki etkilerinin, diğeri uyarılar soyutlanarak ve nötrale edilerek abartılması, gerçekten zihinsel işleyişin zenginliğini tek boyuta indirgemeye eşdeğeri bir dayatma gibi görünüyor.

Inglis (1990), bu dolaysız etkiler varsayımını örneklemek amacıyla, İngiltere’de Stanley Kubrick’in gerçekten buram buram şiddet kokan filmi ‘Otomatik Portakal’la ilgili bir olaya dikkat çekmektedir. İngiltere’deki Ulusal Seyirciler ve Dinleyiciler Derneğı’nin kadın başkanı bu filme ve filmin gösterimine şiddetle karşı çıkar. Başkanın böylesine ateşli muhalefetiinin ve sansürcü başlığının görünürde haklı bir nedeni de vardır. Çünkü iddialara göre, filmin öyküsünün etkisinde kalan 16 yaşındaki bir çocuk bir cinayet işlemiş, birini vahşi bir şekilde öldürmüştür. Ne var ki, sonunda iddialar doğrulanmaz ve çocuğın filmi izlememiş olduğı ortaya çıkar.

Yine Inglis, ABD’de yapılan bir dizi psikolojik deneyde, küçük çocuklardan oluşan bir gruba bir filmde şiddet dolu parçaların gösterildiğini; daha sonra insan boyunda, altında yarı daire biçiminde bir dayanağı olan ve bunun sayesinde yumruk atıldığında yeniden dikleşen şişme bir oyuncak olan Bobo bebeğın eşliğında bu çocukların davranışlarının gözlemlendiğini belirtir. Çocukların bazıları bebeğeri yumruk atmışlardır ama çocukların büyük bölümü önce bir yetişkinin bebeğeri yumruk atmasını beklemiş ve kendileri

daha sonra yumruk atmışlardır. Inglis bu araştırmanın çocukların özendirildiği zaman saldırganlığı taklit etmeye eğilim gösterdiği sonucunu ortaya attığını söylemekte ve böylesi bir sonucun inanılmaz saçmalıkta olduğunu belirtmektedir.

Gerçekte bu gelenek içinde yapılan araştırmaların büyük çoğunluğu genel olarak yukarıda belirtilen hipotezle uyumlu sonuçlar üretmemiştir. Televizyonun dolaysız etkileri bu araştırmalarda tespit edilemediği gibi, inançları, tutumları ve davranışı biçimlendirmede, televizyonun diğer etmenlerden, örneğin kişisel etkiden daha güçsüz olduğu ortaya çıkmıştır. Örneğin, televizyonun dil kullanımı ve söz dağarı üzerindeki olumsuz etkisine ilişkin bir araştırma yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi demografik değişkenlerin ve gazete okurluğunun yetişkinlerin söz dağarında televizyon seyretmeye oranla daha fazla etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Bare, 1995).

Kuşkusuz televizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının insanların inanç, tutum ve davranışları üzerinde bazı etkileri bulunmaktadır ama bu etkileri diğer toplumsal değişkenlerden yalıtımak olanaksızdır ve verili bir türde (örneğin şiddet) medyaya dolaysız olarak maruz kalmanın diğer değişkenleri dışlayacak şekilde bu etkinin (örneğin benzer bir şiddet ediminin) asal nedeni olduğunu söylemek anlamsızdır. Bu kavrayış, kökeni Pavlov'a dayanan uyaran-tepi (*stimulus-response*) modelinin bir uzantısı olup, belli tür uyaranların belli tür tepilere yol açacağına ya da belli tür tepiler yaratacağına ilişkin kavrayışa dayanmaktadır. Hemen basit bir örnek verecek olursak, aç bir insanın yemek kokusu duyduğunda ağzının sulanması. Burada yemek kokusu uyaran, ağzın sulanması ise tepidir.

Bu yönden ele alındığı zaman, 'etki geleneği' içindeki çalışmaların televizyonun etkilerine ilişkin genel geçer bir bulguya ulaşmamış olmaları şaşırtıcı değildir. Çünkü uyaran-tepi modeli insanların televizyonla ilişkilerini kavramamıza elvermeyecek kadar yalın, basit ve indirgemecedir. Fizyolojik bakımdan belli bir alanda yoksunluk çeken insanlarda, bu yoksunluğu giderecek bir uyaranın fizyolojik bir tepiyeye yol açması beklenebilir. Bunu böyle demekle

birlikte, uzun süreli fizyolojik yoksunlukların, uyaranlara karşı bir ilgisizlik ve tepkisizlik yarattığını da burada belirtmekte yarar var. Örneğin çok uzun süre yemek yemeyen birinin yemek kokusu uyarısına karşı tepkisiz kalması.

Ancak insanların psikolojik yapısı karmaşıktır ve bu yapı içinde psikolojik yoksunluklar yer değiştirme, bastırma, yüceltme gibi mekanizmalarla yönlendirilir, dönüştürülür ve giderilir. Bunun yanı sıra izleyiciler, medya mesajlarının olduğu gibi yazıldıkları boş kağıtlar değildirler. Bir izlerkümenin mensuplarının medya mesajlarının etkililiğini belirleyen ön inançları ve tutumları vardır. Yani izleyiciler tüm geçmişlerini, tarihlerini, birikimlerini ve kimliklerini bir yana bırakarak ilişkiye girmezler televizyonla. Tersine, televizyonun kendilerine sunduklarını algılayabilecek, değerlendirebilecek, anlamlandırabilecek (ya da en azından kendine göre bir anlam yükleyebilecek) duygusal ve zihinsel bir hazırlıkları vardır. Özetle, televizyonla izleyicileri arasındaki ilişki çok dolambaçlıdır ve etkin bir etkenle edilgin bir alıcı arasındaki tek yanlı, statik bir ilişkiden ziyade, gayet dinamik bir ilişkidir.

Televizyon İzleme: Karmaşık ve Dinamik Bir İlişki

Ien Ang, bu karmaşık ve dinamik süreci kavrayabilmek için televizyon izleyiciliğine ilişkin gündelik gerçeklikleri daha iyi anlamamız gerektiğini öne sürmektedir (1991). Televizyon izleyicisi, örgütsüz bir sessiz çoğunluk olmakla birlikte elde bir görülemez. Seyircilerin öznelliğini göz ardı eden ve onları nicel, özdeş birimlere indirgeyen bir kavrayış kusurludur. Televizyon seyretme gündelik yaşamın tüm kargaşasının içinde duran, bu kargaşayla tümleşikleşmiş, anlamları ve etkileri bakımından her zaman özgül olan, karmaşık ve dinamik bir kültürel süreçtir. Araştırma literatürü bu dinamik ilişkinin belli yönlerini ortaya çıkaran bulgularla doludur.

Literatürdeki bu tür bulgulara geçmeden önce, ‘etkiler’ yaklaşımının bir önemli handikabını daha belirtmekte yarar var. Bu yaklaşım televizyonun etkilerini ancak izleyicilerinin davranışlarından yola çıkarak ölçebilme olanağına sahiptir. Bunun nedeni televizyon izle-

me deneyiminin kitap okuma ya da sinemada bir film izlemeden, hem de köklü biçimde farklı özellikleridir. Varsayımsal bir örnekle bu konuyu biraz daha açabiliriz. Diyelim ki, Ferhunde Hanımlar dizisinin bir bölümünü 50.000 kişinin izlediği, bunların 20.000'inin 40 yaş üzerindeki ev kadını olduğu bir araştırmayla belirlenmiş olsun. Dizinin bu bölümündeki ana mesaj ise, yine diyelim ki, insanların yaşadıkları anın değerini bilmeleri gerektiğidir. Dolayısıyla bu programın izleyiciler üzerinde ölçülebilecek olan etkisi, izleyicilerin kaçının bu mesajı benimsediği ve hayatının düsturlarından hiç değilse biri haline getirdiğidir. Bu etki ancak programı izlemiş olanlara sorulacak sorularla belirlenebilir. Soruların değerlendirilmesi sonucunda etki önemli sayılabilecek bir düzeyde görülmezse, programın etkili olmadığı öne sürülür. Programın etkisizliği ise belli araştırmalarda ortaya çıkan ara değişkenlerle açıklanır. Örneğin, insanların eğitim düzeyleri bu mesajı algılayacak yeterlikte değildir denebilir. Ya da yaş, cinsiyet gibi diğer değişkenler nedeniyle mesajın etkili olmadığı belirtilebilir. Nihayet, kusur programa çıkarılabilir ve aynı “insana iğneyle zerk edilen bir ilacın aktif maddesinin yetersiz olması veya ilacın fazla sulandırılmış olması”na benzer bir açıklamayla, programın bu mesajı yeterli etkiyle aktaramadığı söylenebilir.

Bu açıklamaların tümünden geçersiz ve değersiz olduğunu ileri süremeyiz kuşkusuz. Ama bu araştırma yaklaşımının yetersizliği, bu açıklamalarla ilişkili olmasından çok, esas olarak televizyon izleme deneyiminin kendine özgülüğünü göz önüne almamasındandır. Çünkü insanlar televizyonu doğal ortamlarında ve doğal ilişkileri içinde izlerler; program sırasında ocakta demlenmiş olan çayı bardaklarına boşaltmak için mutfığa gitmekten, telefon çaldığında telefona cevap vermeye, kapıya gelen biriyle kısa bir sohbet yapmaya, bir süre için bir başka kanala ‘zap’lamaya, hatta kısa bir süre de olsa, pencereden dışarı bakıp hayal kurmaya kadar birçok edimde bulunurlar. Bu durumda ‘izleme’ dediğimiz edimin nasıl bir şey olduğunu tanımlama olanağı gerçekten bulunmamaktadır.

‘Televizyon izleme’ dendiğinde, izlerküne mensuplarının gözleri, kulakları ve tüm bedenleriyle kendilerini televizyona teslim et-

tikleri bir durumu mu, yoksa yukarıda örneklerini verdiğimiz, esas olarak televizyon ekseninde gerçekleşen ama diğer birçok etkinliği de içeren bir devingenliği mi kastetmekteyiz? Bu soruları göz önüne almayan ve televizyon izlemeyi bu soruların dayattığı değişkenleri içerecek biçimde tanımlamayan bir yaklaşımın, sorununu formüle etmede olduğu kadar sonuçları ve açıklamaları bakımından da önemli kusurlar içereceği kuşkusuzdur.

Lewis (1991), etkiler yaklaşımının televizyon izleme biçimini ve bu biçimin televizyonun izleyiciler üzerindeki etkilerinin doğasını belirleyen bir değişken olarak göz önüne almamasını, bu yaklaşımın eksikliği olarak değerlendirirken, ayrıca bu yaklaşımla temellenen araştırmaların yanıltıcı çıkarımlar yapmamıza neden olabileceğini de belirtiyor. Söz gelişi, bu tür bir araştırmada televizyonun belli etkiler yaratacağını varsayabilir ama bu etkiler konusunda yanlış olabilir ve sonuçta hiçbir etki bulgulayamayabiliriz. Bu durumda, sanki televizyonun hiçbir etkisi yokmuş sonucuna varmamız gerekecektir ki, bu sonucun geçerliği hiç kuşkusuz su götürür.

Dolayısıyla etki araştırmalarının temel değişkeni olan ‘televizyon izleme’, soru kağıdı tekniğiyle gerçekleştirilen araştırmalarda, televizyonla kurulan ilişkiyi tüm zenginliğiyle kavrayacak bir biçimde işlemselleştirilemeyecek bir kavramdır. Böylelikle ‘etki araştırmaları’ genellikle bu deneyimin karmaşıklığını araştırma desenine dahil etmez ve ‘televizyon izleme’ değişkenini verili bir kategori olarak varsayar; o zaman da, Ferhunde Hanımlar dizisini izleyen 40 yaşın üzerindeki 20.000 kadın izleyicinin diziyile olan ilişkisini sırf ‘etki’ problematiğinden baktığı için kavrayamaz.

Laboratuar koşullarında yapılan etki araştırmaları da, sırf bu nedenle sorunludur. Televizyon izleme deneyimi laboratuar koşullarında tekrar edilemez, çünkü bu deneyim izleme koşullarından yalıtılmış olarak gerçekleşemez. Televizyon-izleyici ilişkisinin özsel ve doğal yapısı, bu ilişkinin gerçekleştiği toplumsal bağlam dışında ele alınmasını anlamsızlaştırır ve daha sonra ayrıntısıyla değinip tartışacağımız gibi, bu doğal ortam, televizyon söz konusu olduğu zaman, esas olarak aile ve ev ortamıdır.

Şimdi yeniden televizyon ile izleyici arasındaki ilişkinin dinamik ve karmaşık yapısını araştırma literatüründen örneklemeye dönelim. Clancy (1994), ABD’de yapılan üç ayrı ama birbiriyle bağlantılı araştırmanın sonuçlarını değerlendirirken, televizyon izleme ediminin bu dinamik yapısını ortaya koymaktadır. Yapılan ilk iki araştırma televizyonun tek bir şekilde değil, birçok şekilde kullanıldığını ortaya koymaktadır. Program türü, izleme saati, izlerkümünün bireşimi, program seçimini yapan kişi ve televizyon alıcısının konumu, insanların televizyonu kullanmalarını etkileyen değişkenlerdir. Bu değişkenler birçok farklı birleşim halinde bir araya gelebildiği için televizyon izlemenin birçok farklı olanağı bulunmaktadır. Hatta bu izleme deneyimine televizyon alıcısının boyutu dahi bir değişken olarak müdahale etmektedir. Lombard (1995) ekran boyutu büyüdükçe televizyon izleyenlerin ekrandaki kişilerle daha olumlu duygusal ilişkiye girdiklerini saptamaktadır.

Ayrıca televizyon programları izlerküme mensupları tarafından bireysel biçimde yorumlandığı gibi, aynı zamanda ortak bir kolektif izleme deneyiminin de bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bradley Greenberg’in ‘sağanak’ hipotezine göre bazı televizyon imgeleri diğerlerine göre seyirciler üzerinde daha güçlü bir etkiye bulunmaktadır. Bu hipotez hangi imgelerin izleyiciler tarafından en canlı biçimde anımsandığını bulgulamayı, sonra da bu imgelerin hangi unsurlarının temel izlerkümeler için ortak olduğunu belirlemeyi gerektirmektedir. Greenberg’e göre özgül karakterler veya eylemler, bireysel izleyici için veya belki kolektif izleyiciler için önemli ‘can alıcı temsiller’ olabilir. Seyirciler sürekli olarak yinelenen birçok mükemmel ana baba imgesini, alternatif bir imgeyi (örneğin ‘Married with Children’ adlı durum komedisindeki berbat, ilgisiz, sorumsuz, bencil baba Al Bundy gibi) olumsuz bir ana baba imgesini anımsadıkları kadar canlı bir şekilde anımsamayabilirler (Reep ve Dambrot, 1994).

Tüm bu değişkenlere televizyon izlemenin seçici bir edim olduğu da eklenmelidir. Televizyon izlemenin seçiciliği üzerine yapılan çalışmaları ve yazıları değerlendiren Van den Bulck (1995), seçici

izlemenin var olduğunu ve bazı seyircilerin diğerlerine göre televizyon izleme konusunda çok daha seçici olduklarını öne sürmektedir. Ne var ki, yine değerlendirme sonuçları ortalama seyircilerin bir izleme alışkanlığı geliştirdiğini, tercih ettikleri programları bu programların yayınlandığının ayırımında olmadıkları için izlemeyebildiklerini de ortaya koymaktadır. Bu izleme alışkanlığı değişkeni, seçici izleme edimi bakımından olumsuz bir etkide bulunmakla birlikte, televizyon kullanımının dinamik yapısının bir başka yönünü oluşturmaktadır.

Aust ve Zillman'ın araştırması (1996) izleyicilerin empati düzeyleri ve cinsiyetleri ile televizyon izlemenin etkileri arasındaki ilişkiyi irdelemektedir. Bu iki değişkenin izleyicilerin televizyon metinlerini okuma ve etkilenme düzeylerinde etkili olduğu araştırmacılar tarafından saptanmıştır.

İzleyicilerin programa katılma ve programdaki karakterlerle özdeşleşme düzeyi de, televizyon ile izlerküme arasındaki ilişkide önemli bir başka değişkendir. Thompson, yaptığı araştırmada (1994) televizyon izleyicilerinin televizyon mesajlarını cinsiyete ve içerikle olan dolaysız deneyim miktarına göre farklı biçimlerde yorumlayıp anlamlandırdıklarını bulgularken, araştırmanın bir anlamlı sonucunun da, eğlence içerikli (özellikle drama tarzı) yapımların çekiciliklerinin önemli bir unsurunun karakterlerle özdeşleşme olduğunu, yani bir izleyicinin kendisini karakterlerin eylemlerine yansıttığı imgelem-sel bir dilek başarımı, yani bir dileğinin o karakter tarafından ekranda gerçekleştirilmesi olduğunu belirtmektedir.

Yine kişilik özellikleri televizyon kullanımını belirleyen değişkenlerden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Finn'in araştırması (1997) dışa açık, dışa dönük ve uyumlu insanların televizyona daha az zaman ayırdıklarını, bunların söyleşme gibi dolayımınmayan, doğrudan iletişim etkinliklerine yönelim gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

Televizyon ile izleyicisi arasındaki dinamik ilişkinin bir başka yönü, televizyon izlemenin çoğunlukla yayıncıların çabalarının or-

taya koyduğunun tersine programların cazibesi, program planlama stratejileri ve benzeri özelliklerden çok alışkanlığa dayalı bir eylem olduğudur.

Barnett ve Cho'nun televizyon izleme eylemi üzerinde zaman değişkeninin etkisini araştıran çalışmaları, hava durumunun, havadaki ısı ve nemin dahi televizyon izleme örüntüsü üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur (1996). Bu araştırma, Roe ve Vanderbosch'un mevsimler ile televizyon izleme deneyimi arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarıyla aynı çizgiyi izlemektedir. Genellikle kabul edilen görüş, televizyon izlemenin mevsime bağlı bir eylem olduğu, kış döneminde en üst düzeye çıktıktan sonra yazın dibe oturduğu şeklindedir. Bu gözleme bağlı olarak televizyon şirketleri, araştırmacılar ve reklamcılar bu 'mevsim' etkisini her zaman göz önüne alırlar ve hesaplarına bu etkiyi de dahil ederler.

Roe ve Vanderbosch, mevsim etkisinin aslında 'hava' ile ilişkili olduğunu, ancak 'hava' koşullarının, hava koşullarındaki değişikliklerin televizyon izlemede önemli bir belirleyici olduğu gerçeğinin hiçbir zaman araştırılmadığını veya göz önüne alınmadığını belirtmektedirler. Araştırmacılara göre havanın televizyon izlemedeki önemini göz ardı etmek özellikle izleyicilerin televizyon kullanımına ilişkin nedenlerini çözümleyen kullanımlar ve doyumlar araştırmalarında önemli bir kusur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmalarda izleyicilerin 'neden televizyon izliyorsunuz' sorusuna verecekleri yanıtlar arasında 'hava kötüydü, evden çıkamadım, o nedenle televizyon izledim' şeklindeki bir açıklama bulunmamaktadır. Roe ve Vanderbosch'un bu önemli gördükleri soruyu inceledikleri araştırmalarında hava durumunun televizyon izleme edimi üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu ortaya çıkmaktadır. Araştırmacılar bu bulguya dayanarak, normal koşullar altında, mevsim ve hava durumu etmenlerinin etkileşiminin, televizyon kullanımının genel düzeylerindeki değişmelerle ilgili olarak en kuvvetli tek açıklayıcı etmeni oluşturduğunu öne sürmektedirler (1996).

'Etkiler yaklaşımı' televizyon-izlerkitle ilişkisinin bu karmaşık ve zengin yapısını göz ardı ettiği gibi, iddialarını genellikle televizyo-

nun insan davranışları üzerinde kısa-dönemli etkileriyle sınırlandırır. İnsanın çok farklı tür uyaranlarla sürekli ilişki içinde olduğu, yani mevcut, alışageldiği davranışlarını koruma, hatta pekiştirme direnişi ile bu yöndeki uyaranlar (bunları tercih etmesi veya uyaranları böyle algılama eğilimi göstermesi) ve karşıt uyaranlar arasındaki ilişkiler ağıyla karakterize olan bir yaşam pratiğinde televizyonun kısa-dönemli etkilerinin araştırmalarla doğrulanmaması kuşkusuz, televizyon-izlerkitle ilişkisinin ‘etki’ kavramı çevresindeki niteliğini anlamamıza dahi elvermez. Nitekim medyanın etkilerinin beklendiği gibi olmadığı sonucunu veren birtakım araştırmalar, birçok hipotezin geliştirilmesine yol açmış, ancak ‘etkiler yaklaşımı’ni temellendiren ‘olumlayıcı’ bakış açısını çürütür görünmekle birlikte, aynı paradigma içinden sorunsallaştırıldıkları için aynı ölçüde kısır kalmışlardır.

Bunların en bilineni ‘sınırlı etkiler yaklaşımı’ olup, (televizyonun yaygınlaşmasından önceki) kitle iletişim araçlarının etkilerinin sanıldığı ölçüde olmadığını öne sürmektedir. Medyanın etkilerini sınırlayan etmenler pek çoktur ve bunlar kişiler arası iletişimin etkisinden, diğer toplumsallaştırıcı kurumların (aile, dinsel kurumlar, okullar vb) etkilerine, bilişsel etkilerden (seçici algılama, zihinsel şemalar, bilişi uyumsuzluğu, denge kuramları, vb), toplumbilimsel etkilere (bilinçli tüketim davranışı, seçici izleme vb) kadar geniş bir alana yayılır. Tüm bu etmenler, yapılan araştırmalarda medyanın çoğu kez beklenen etkiyi gösterememesinin açıklayıcı nedenleridir.

Bir başka bilinen hipotez de ‘pekiştirme etkisi’dir. Buna göre, medya çoğu kez mevcut tutumları ve inançları değiştiremez ama bunların gücünü artırıcı bir etkide bulunur. Böylelikle herhangi bir partiyi tutan biri, o partiye daha fazla bağlanır; dini inançları kuvvetli olan biri, inançlarına daha da kuvvetle sarılır ve inancına olan güveni daha da artar; anarşist daha anarşist, kökten dinci daha kökten dinci olur ve buradaki belirleyici ve niteleyici sözcük ‘daha’dır.

Bu tür hipotezler de, daha önce Lewis’ten aktırdığımız sorunun, yani ‘peki ama, ya medyanın tutum ve inançları değiştirdiği de olursa

veya araştırmalar başka türlü sonuçlar üretse bile, ya medya gerçekte tutum ve davranışları dolaysızca etkiliyorsa' sorusunun yanıtını veremezler, çünkü bu olasılığı göz ardı etmişlerdir bir kez.

Bu tür hipotezlerin esas olarak televizyonun yaygınlaşmasından önceki araştırmaların sonuçlarıyla formüle edildiğini bir kez daha yineleyerek, özellikle televizyonun artık bir anlamda dışımızdaki basit bir uyaran olmakla kalmayıp, gündelik yaşamımızın bir parçası haline gelmesinden sonra, 'kısa-dönemli etkiler' sorusunun yeniden gündeme geldiğini, televizyonun güçlü bir imge yaratıcı (*image-builder*) olarak, özellikle siyasetin ilgi ve dikkatini çektiğini anımsatalım.

Medyanın politik tutum ve davranışlarla ilgisi, 'etkiler' sorunsalının en tartışılan konularından biri olmuştur. Bu tartışmalarda da çözümlemeler genellikle Amerikan Başkanlık seçimlerinde adayların kitle iletişim araçlarını kullanmaları ve bunun seçim sonuçları üzerindeki etkileri sorusu üzerinde odaklanmıştır. Örneğin, Roosevelt'in Başkan olarak seçilmesinin ardında radyodaki konuşmalarının yattığı öne sürölmektedir. Televizyon konusunda ise, dönüm noktası olarak örnek gösterilen seçim, Nixon ile Kennedy arasında kıyasıya geçen 1960 seçimleridir. Bu seçimlerde Nixon'un radyoda daha başarılı olmakla birlikte, Kennedy'nin televizyonda daha etkili olması, Kennedy'nin seçim başarisının televizyonun etkisine bağlanmasına yol açmıştır. Kennedy televizyondaki canlı tartışma yayınlarında daha başarılı görölmüştür, ama bu başarısı şüphesiz onun tartışma konularındaki fikirleriyle ilişkili değildir. Açıklayıcı olan televizüel kodlardır. Duruş, mimikler, jestler, boy-pos, genel görünüm, sözü destekleyen diğer iletişim kodları vb. Bütün bunlardaki üstünlüğü Kennedy'nin Nixon'a karşı kazandığı zaferin nedeni olarak, dolayısıyla televizyonun siyasal davranış üzerindeki etkisinin de kanıtı olarak değerlendirilmiştir. Yapılan araştırmalar da bu değerlendirmeyi desteklemiş ve radyoyla televizyon izleyicilerinin değerlendirmelerinin farklı olduğunu, televizyon seyircilerinin Kennedy'yi, radyo izleyicilerinin ise Nixon'u kazanan taraf olarak belirlenmiş olduğunu belirtmişlerdir. Daha sonra bazı a-

raştırmacılarca ‘abartılı’ hatta ‘yanıltıcı’ bulunmuş olsa da (Kraus, 1996) bu değerlendirme, televizyonun günümüzde siyaset üzerindeki hakimiyetinin zihinsel dayanağını sağlamıştır.

Daha sonra, ‘televizyonda ne seyrediyoruz’ bahsinde televizyon-siyaset konusunu ayrıntılı olarak ele alacağımızı belirtmekle birlikte, burada şunu da söylemeden geçemeyeceğiz: Televizyonun ister siyasal, ister diğer alanlardaki etkilerinin kısa-dönemli tutum ve davranışlarla sınırlandırılması ve bunun sonucu ortaya çıkan paradigmatik kısırlık, özellikle televizyonun uzun-dönemli etkilerini sorunsallaştıran bazı araştırmalarla belli bir ölçüde de olsa giderilmiştir. Bu araştırma programlarından önde geleni televizyonun ‘kültürleme’ etkisini konu alan ve George Gerbner ile arkadaşları tarafından geliştirilen ‘yetiştirme çözümlemesi’dir.

Televizyonun Kültürleyici Etkileri

Televizyonun özellikle uzun-dönemli kültürel etkilerine ilişkin en kapsamlı ve düşünsel temelleri en tutarlı araştırma geleneği George Gerbner’in ‘yetiştirme çözümlemesi’dir (1973). Bu çözümleme yaklaşımının iddiası çok açıktır: ‘Televizyonun gündelik yaşamımızın özsel bir unsuru’ haline gelmesi sonucu, televizyondaki ‘simgesel dünyanın’ ya da ‘televizyon dünyası’nın televizyon karşısında saatlerini, günlerini geçiren izleyicilerin dünyayı anlamlandırmaları üzerinde uzun-dönemli etkilerinin bulunması beklenebilir.

Gerbner’in araştırma programının temelinde bu belirtilen iddianın içerimlediği belli bazı varsayımlar bulunmaktadır. Bunların ilki, ‘televizyon dünyası’ ile ‘gerçek dünya’ arasındaki ayrımıdır. Televizyon ekranda belli bir dünya görünümü çizmektedir. Bu ‘televizyon dünyası’ gerçekliğin (ya da gerçek toplumsal dünyanın) basmakalıplaşmış, seçici ve çarpıtılmış bir görünümüdür. Televizyon, ekrandaki dünyayı gerçek dünyanın oluşturunucuları ve ilişkileriyle kurarken, bunları ne oransal olarak, ne önem olarak, ne de öncelik olarak aslına sadık biçimde kullanır. Bunun nedeni sırf televizyonun kötü niyetli birtakım insanlarca gerçekliği çarpıtacak ve

insanları yanıltacak, ‘manipüle’ edecek bir şekilde kullanılması değildir. Televizyonun temsili doğası ve dramatik temsilin yapısı gerçekliğin ekranlarda olduğu gibi yansımaya elvermez.

Ama sadece televizyonun kurmaca dünyasının simgeselliği değildir bu dünya ile gerçek dünya arasındaki farklılığın nedeni. Aynı zamanda televizyon endüstrisinin ticariliği de bu farklılığı dayatmaktadır. Çünkü gerçek dünya tüm monotonluğuyla izleyiciler için izlenmesi hiç de cazip olmayan bir hammaddedir. Oysa bu dünya daha fazla şiddetle, daha cazip karakterlerle, daha cafcacı yaşam biçimlerinin temsiliyle çok daha çekici kılınabilir ve müşterinin talebi de bu yöndedir.

Üstelik ekrandaki temsili ya da simgesel dünya ‘kaotik’ de değildir, yani belli bir tutarlılığı vardır ve bu tutarlı yapıyı sürekli olarak yineler. Böylelikle karakterleri, ilişkileri ve öyküleriyle dün, bugün ve yarın değişmeyen bir simgesel dünya sürekli olarak izleyicilere sunulur. Bu dünya gerçek dünyanın bir yansıması değildir, tam tersine kendi içinde, kendi başına, yapılaşmış, rutinleşmiş bir dünyadır.

Gerbner’in yaklaşımındaki ikinci temel varsayım, insanların televizyon izleme miktarına bağlı olarak ekranlardaki bu simgesel dünyayı gerçek toplumsal dünyayı tanımlamada kullandıklarıdır. Her gün tekrarlanan temsili televizyon dünyasına maruz kalanlar, giderek gerçek toplumsal dünyayı bu televizyon dünyasının parametreleriyle tanımlamaya başlarlar. Buradaki etki, televizyonun dolaysız ve kısa-dönemli etkilerini araştıran yaklaşımlardakinden farklıdır ve dolaysız bir uyaran-tepi sürecinin kabalığından uzaktır. Çünkü bu ağır ağır gerçekleşen ve birikimsel nitelikte bir süreçtir.

Yetiştirme çözümlemesi, ekran dünyasının izleyiciler üzerindeki uzun-dönemli etkisini izleyicilerin kişisel durumlarını ve deneyimlerini göz önüne alarak değerlendirme iddiasında olmakla birlikte, bu etkinin temel değişkeni izleyicinin televizyona maruz kalma miktarıdır. Böylelikle esas test edilen ilişki, televizyon izleme miktarıyla televizyon dünyasının gerçekliğini benimseme arasındaki dolaysız bağlantıdır.

Gerbner, bu varsayımlara dayandırdığı araştırma programını üç aşamalı olarak ele alır ve genel projesini ‘kültürel göstergeler kuramı’ olarak adlandırır. İlk aşama kurumsal çözümlemedir ve araştırmanın bu düzeyinde televizyon dünyasının üretildiği bağlamdaki kurumsal ilişkilerin betimlemesi ve sınıflandırması yapılır. Gerbner, bu araştırma evresinde özellikle televizyon mesajının üretilmesi sürecine denetleyici ve yönlendirici olarak müdahale eden kurumsal ve bireysel aktörleri, bunları eyletici güçleri ve aralarındaki ilişkileri çözümler.

Araştırma projesinin ikinci aşaması televizyon ‘mesaj sistemi’nin çözümlenmesidir. İçerik çözümlemesiyle televizyon dünyasının unsurlarını belirlemeye ve özellikle bu dünyanın tutarlılığı hipotezinin sınanmasına yönelik bu aşama, esas olarak ‘televizyon dünyası’nın betimlenmesini amaçlamaktadır. Yıllar boyu, Amerikan şebeke televizyonundaki ‘prime-time’ dramatik dizilerinin içeriklerinin çözümlenmesi sonucu, bu dizilerde kurulan dünyanın, karakterleri, ilişkileri ve eylemleri bakımından tutarlı bir bütün oluşturmakla birlikte, gerçek dünyadaki karşılıklarına oransal olarak denk düşmediği görülmüştür. Örneğin, televizyondaki dünyada ‘meslek sahibi’ olanların, beyazların ve erkeklerin sayısal hakimiyeti, gerçek dünyadaki demografik gerçeklerle uyumlu değildir. Yine çözümlemeler, televizyon dünyasının ağırlıklı olarak şiddet dolu olduğunu ve televizyon dünyasındaki şiddet gösteriminin, gerçek dünyadaki gerçek şiddet olaylarından sayısal olarak çok daha fazla olduğunu ortaya koymuştur.

Projenin son aşaması, alan araştırmasıyla izleyicilerin toplumsal gerçekliğe ilişkin inançlarının sorgulanmasıdır. Burada amaç, özellikle televizyon izleme miktarlarını göz önüne almak suretiyle, izleyicilerin gerçekliğe ilişkin inançları ile gerçekliğin kendisi arasında bir karşılaştırma yapmaktır. Bu karşılaştırma, televizyonun insanlar üzerindeki ‘yetiştirme’ etkisinin ölçülmesini sağlayacaktır. Araştırmaların sonucu, televizyonun uzun-dönemde ‘kültürlendirme’ etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu etki, televizyona maruz kalma derecesine göre değişmekle birlikte, toplumda genel bir ‘anayola sokma’ biçiminde görülmektedir.

Yetiştirme çözümlemesinin, televizyonun, örneğin şiddete yöneltmede değil, insanların toplumdaki şiddet konusundaki inançlarını biçimlendirmede etkili olduğu gibi bireysel bulgularının yanı sıra, asıl sonucu ‘televizyonun en etkili toplumsallaşma etkenlerinden biri’ olduğudur.

Buraya kadar söylediklerimizi derleyip toparlayacak olursak, İkinci Dünya Savaşı sonunda yaygınlaşmaya başlayıp, evlerimizin önce baş konuğu, daha sonra ailemizin bir mensubu haline gelen televizyonla ilişkimizi araştıran kuramsal yaklaşımların iki karşıt kampta toplandığı görülmektedir. Bu yaklaşımlar televizyon-izleyici ilişkisini, bu ikilinin taraflarından birini öne çıkarma ve etkin olarak tanımlamada karşıtlaşır. Ama bunların ikisinin de televizyon derken ‘televizyon programlarını kastetme konusunda’ mutabık olduklarını belirtmemiz gerekiyor. Gerçekten de Morley’in belirttiği gibi (1989), İkinci Dünya Savaşı sonrası dönem boyunca izleyici araştırmalarının tarihi, mesajın veya programın izleyicileri üzerindeki iktidarını vurgulayan yaklaşımlarla, izleyicileri mesajın potansiyel etkilerinden koruyan engelleri vurgulayan yaklaşımlar arasındaki salınımlar dizisi gibidir.

Televizyonu ‘etkin’, izleyiciyi ‘edilgin’ olarak tanımlayan ve yukarıda ‘kaçış’ tezi, ‘etkiler’ yaklaşımı, ve ‘kültürleme’ yaklaşımı olarak incelediğimiz araştırma programatikleri, televizyon programının tek biçimli, farklı anlamların üretilmesine elvermeyecek kadar anlamı kapatan bir yapı olduğunu, buna karşılık izleyicinin edilgin ve programın tutsağı olduğunu ve dolayısıyla programın mesajı ne diyorsa bu mesajdan büyük ölçüde etkilendiğini öne sürmektedirler.

Bu yaklaşımların dolaylı da olsa izlerini taşıdıkları zihinsel kaynakları birbirlerinden çok farklı, hatta birbirleriyle karşıtlaşan toplumsal kuramlardır. Örneğin, Marksizm ve Freudizm’den etkilenen ve ‘Frankfurt Okulu’ adıyla anılan, ‘Eleştirel Kuram’ ve ‘kültür endüstrisi’ kavramı bu kaynaklardan biridir. Buna karşılık, bu kuramın tam karşısında duran, Ortega y Gasset gibi, modernitenin kitleselleştirici etkilerine eleştiriler yöneltten ‘muhafazakâr’ düşünür ve

okulların, ‘modernite’nin yıkıcılığına ve alt üst ediciliğine yönelik analizlerini de bu kaynakların arasında saymamız gerekmektedir. Burke’nin belirttiği gibi (1992), bunların kökleri 19. yüzyılın anti-modernist romantizmine ve muhafazakârlığına kadar uzanmaktadır. Yine televizyonu, ideolojik niteliği nedeniyle kapitalist toplumun tahakküm aracı, buna karşılık bu ideolojik bombardıman karşısında çaresiz duruma düşen izleyiciyi de ‘edilgin’ olarak tanımlayan Marksizm’in ‘yanlış bilinç’ versiyonu, bu yaklaşımlar toplamının düşünsel kaynağını oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra, muhafazakâr düşüncenin seçkinci ve modernitenin etkilerine yönelik eleştirilerinin ‘kitle toplumu’, ‘kitle kültürü’ gibi kavramları da, bu ‘etkin araç, edilgin izlerkitle’ araştırma programatığının düşünsel kaynakları arasında yer almaktadır.

Televizyon programları ile izlerkitle arasındaki ilişkiyi tam tersi bir konumdan sorunsallaştıran ve örneğini ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımının oluşturduğu araştırma programları, televizyon programlarının vesile olduğunu, televizyon ile izleyici ilişkisini tanımlayan belirleyici etkenin ise ‘izleyici’ olduğu görüşünü temel almaktadırlar. Bu formülde, televizyon programları tüketicilerin tercih ve beğenilerine, kullanımlarına sunulan birer ‘mal’ olmaktan öte bir niteliğe sahip değildirler. Buna karşılık televizyon izleyicileri, liberal ekonominin bilinçli ve ussal ekonomik birimler şeklinde tanımladığı etkin ‘tüketiciler’dir. Bunlar gereksinimlerine, önceliklerine göre kendilerine sunulan televizyon programlarını değerlendirmekte, seçmekte ve kullanmaktadırlar.

İzleyici Araştırmalarında Dönemeç

1970’lerde ortaya çıkan ve izlerkitlelerin televizyonla olan ilişkilerini, alışlagelen teknikler ve sorularla değil, izlerkitlelerin gündelik yaşamları, yaşam alanları ve pratikleri içinde, ‘etnografik’ yöntemlerle inceleyen araştırma eğiliminin, en azından sonuçları itibariyle izleyici araştırmalarında gerçekten bir dönemeci temsil edip etmediği, yani bir dönüm noktası olup olmadığı konusu hâlâ

tartışılmaktadır. Ama yine de pek çok alışılmış varsayımı sorguladığı için, bu araştırmalar kümesini bir dönemeç olarak nitelemenin çok da yanlış olmayacağını düşünüyoruz.

Özellikle 1970’lerde, yani iletişim alanında tam bir kuramsal fokurdamanın yaşanmaya başlandığı yıllarda, bir yandan dilbilim ve göstergebilimden, ayrıca Althussergil ‘Marksizm’den ve Levi-Strauss’un antropolojisinden ‘yapısalcılığın’, Leavis’lerin ve onları izleyen Hoggart ile Williams’ın ‘kültürelci edebiyat eleştirileri’nin, diğer yandan Clifford Geertz gibi antropologların çalışmalarındaki ‘simgeselciliğin’ bu alana sızmasıyla birlikte medyada izleyici konusu da yeniden formüle edilmeye başlandı.

Elbette bu kaynamada, en azından izleyici sorunsalını alışlagelen yaklaşımlardan farklı olarak formüle eden ve izleyiciye ‘etkin’ bir konumdan yaklaşan, ‘kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı’nı da önemli bir etken olarak anmak gerekiyor. Ne var ki bu yaklaşımın, daha önce belirtildiği gibi kitle iletişiminde pazar anlayışının, yani kitle iletişim ürünlerinin pazarlanan ve diğer iletişim ürünleriyle rekabet halindeki birer mal oldukları, buna karşılık izleyicilerin de bu mallar arasından kendi gereksinimlerine göre seçimler yapan ‘bilinçli tüketiciler’ olduğu şeklindeki formülüyle iletişim alanındaki kuramsal çalışmalarda köktenci bir kopuşa dolaysız katkıda bulunduğu söylenemez.

İletişim çalışmaları alanındaki kuramsal kaynama, daha çok Avrupa kaynaklı ve farklı alanlarda yukarıda anılan tartışmaların uzantısı olarak bu alana müdahale eden yaklaşımlardan oluşmaktaydı. Ancak medya çalışmalarında ‘yorumcu’, ‘kültürelci’, ‘yapısalcı-sonrası’ gibi çeşitli biçimlerde adlandırılan tüm bu formülleştirimlerin, ‘dönemeç’ sözcüğünün kullanılmasını haklı kılacak bir köktenliğe sahip olup olmadıkları yine de tartışılması gereken bir konudur.

Bu konuyu tartışırken, yeni izleyici araştırmalarını tanımlayan yaklaşımların temelini oluşturan bir iki isim ve bunların çalışmalarından söz ederek işe başlamanız gerekiyor. Bu isimlerden ilki ‘Birmingham Kültür Çalışmaları (veya Türkçe’de daha yaygın olarak

kullanılan biçimiyle ‘Kültürel Çalışmalar’) Merkezi’nin başkanlığını da yapmış olan Stuart Hall’dur. Stuart Hall’un ‘Kodlama ve Kodaçımleme’ başlıklı çalışması, izleyici araştırmaları alanındaki yeni yönsemeleri temellendiren yol gösterici bir metin olmuştur (1980).

Hall, başlangıçta Ferdinand de Saussure’nin etkisiyle yapısalcı bir yaklaşım içinden, söylemlerin bir mesajın anlamını yapılaştıran hakim anlamları olduğunu öne sürüyordu. Buna göre ideolojik anlam, herhangi bir metnin (ya da televizyon programının) önerdiği sonsuz sayıda okuması olmamasına dayanmaktadır. Dolayısıyla her metnin sınırlı sayıda okunma olanağı vardır ve böylelikle okur (ya da izleyici) bu sınırlı anlamlar arasından seçim yapabilir ancak. Bu yorum, televizyon programı karşısında izleyiciyi edilgin bir şekilde konumlamaktadır ve etkiler yaklaşımının ‘yapısalcı’ bir versiyonunu sunmaktadır.

Burada, Hall’un katkısına devam etmeden önce kısa bir açıklama yapmamız gerekiyor. Yukarıda söylediklerimiz içinde, dikkatli bir okurun hemen ayımsayacağı gibi, televizyon programı yerine ‘metin’ kavramını kullandık. Daha doğrusu bu iki kavramı birbirinin yerine geçecek şekilde kullandık. Alışlagelen terminolojide ‘metin’ kavramı sadece yazılı anlatımlar için kullanılır. Yani bu sözcüğün, film veya televizyon programı gibi veya bir afiş gibi özellikle görsel malzemeyi ifade etmekte kullanılmasına pek alışık değilizdir. Üstelik profesyonel televizyoncular için ‘metin’ kavramı, bir programın ekrana yansımayan ancak program yapımında kılavuz rolü oynayan ‘senaryo’ gibi, programın seyredilir hale gelmeden önceki aşamalarından birini ifade eder. Ancak Hall’un da içinde yer aldığı ‘kültürel çalışmalar’ geleneği, hemen tüm iletişim mesajlarını ‘metin’ olarak adlandırma eğilimi içindedir. Bu eğilimin kaynağında kuşkusuz dilbilim, göstergebilim ve özellikle de edebiyat çalışmalarındaki eleştirel yaklaşımlar yer almaktadır. Ama bu gelenek için esas olarak ‘metin’ kavramının içerimleri önemlidir. Televizyon programı, film, afiş, radyo spotu gibi terimler üretim-ağırlıklıdır; yani örneğin televizyon programı yapılan, üretilen ve seyirci tarafından bakılan, görülen bir şeydir. Böyle bir terimin kullanılması, ister istemez televizyonla izleyici arasındaki ilişkiyi üretimsel bir

paradigma içinden tanımlamaktadır; yani izleyicinin edimini ‘edilgenleştirmekte’dir, ya da en iyi olasılık bu edimi ‘tüketici’ etkinliğiyle çerçevelemektedir. Oysa ‘metin’ kendi içinde açılımlara olanak veren bir kavramdır. Öncelikle etkin bir edim olan ‘okuma’ kavramını içerirler. Okuma, ‘bakma’ veya ‘seyretme’ gibi dışsal bir edim değildir, katılımı, hatta üretimi, yeniden-üretimi içerir. ‘Metin’ kavramının alışlagelenden farklı biçimde kullanılması sayesinde bu yeniden-üretim de bir metindir ve bu biçimiyle çözümleme konusu olabilir. Okuma, metinle okurun buluştuğu ‘kerte’dir ve ‘anlam’ bu kertede üretilir. Dolayısıyla izleme ya da seyretme yerine de, bu yaklaşımda sıklıkla ‘okuma’ kavramı kullanılır. Bu açıklamadan sonra, şimdi Hall’un katkısını tartışmaya devam edebiliriz.

Hall, ‘Kodlama ve Kodaçımılama’da daha önceki yapısalcı konumundan vazgeçer ve medya mesajlarının izleyici tarafından direnişçil (muhalif veya müzakereci) bir şekilde okunabileceğini belirtir. Böylelikle medya metinlerinin ‘sınırlı anlamları’ yerine ‘çokanlamlılığı’ kavramını ortaya atar. Medya mesajlarının üretiminde temel ayrım ‘kodlama’ ve ‘kodaçımılama’ arasındadır.

Kodlama-Kodaçımılama

Hall’un modeline göre, anlamlı bir söylem olan televizyon programı (bu bir film, bir roman veya başka herhangi bir medya metni de olabilir) bir değiş tokuş süreci sonunda gerçekleşir. Dolayısıyla bu değiş tokuşun her iki yanındaki (yani kodlanmasında ve kodaçımındaki) oluşturuıcı unsurlara ayrılması gerekir. Anlamın üretimi ve yeniden-üretimi kodlanma ve kodaçımılama da aynı evrelerden geçmektedir. Kodlama verilecek olan anlamı, kodaçımılama da alınacak olan anlamı taşımaktadır. Dolayısıyla ‘anlam’ bu modelin sorunlaştırdığı temel kavramdır. Anlam burada tek bir tümlük olarak değil, en azından ikiye ayrılan bir parçalanma olarak ele alınmaktadır. Önemli olan da, bu verilen anlam ile alınan anlamın örtüşmediği anları tespit etmek ve çözümlemektir.

Bir medya metninin kodlanması belli profesyonel normlara ve işlemlere, kurumsal ilişkilere ve teknik donanıma bağlıdır. Mesaj

bir kez simgesel olarak kodlandıktan sonra izlerkümelerin kullandığı okuma stratejilerine açık hale gelir. İzlerkümelerin bu mesajı alımlamaları, onların kültürel ve siyasal eğilimlerine, daha genel iktidar bağlamlarına ve kitlesel olarak üretilen teknolojiye (radyo, televizyon, video teyp vb.) erişebilmelerine dayanmaktadır. Dolayısıyla modelde kodlama ve kodaçımleme taraflarında aynı terimlerle dile getirilen evreler simetrik değildir. Örneğin kodlama tarafındaki stüdyo ‘teknik altyapısı’ izleyicilerin televizyonu izledikleri oturma odasından çok farklıdır.

Simgesel olarak kodlanan bir metni okumanın üç ana biçimi vardır: ‘Hakim, hegemonik okuma’ metnin mesaj tarafından önerilen anlamıyla yorumlanmasıdır. Eğer televizyonda hükümetin tarım politikasındaki çiftçileri fedakârlık yapmaya çağıran ve bu fedakârlığı ülkenin çıkarları için gerekli olarak takdim eden bir haber bireysel bir çiftçi izleyiciyi inandırıyor, o zaman bu izleyici hegemonik bir okuma yapmış demektir. Burada kodlama ile kodaçımleme arasında tam bir denklik bulunmaktadır.

Hall’ın önerdiği ikinci okuma türü ‘pazarlıklı okuma’, kodlanan mesaj ile izleyicinin yorumu arasında bir ölçüde sonunda uzlaşmaya varan bir çatışma sürecini dile getirmektedir. Burada kodlanmış olan mesajın genel çerçevesi izleyici tarafından kabul edilmekle birlikte, mesajın hakim anlamına karşı çelişkili bir anlam üretilmektedir. Örneğin izleyici zengin çiftçilerin fedakârlık yapmalarını kabul etmekle birlikte, orta gelirli ve yoksul çiftçilerin fedakârlığa zorlanmamaları gerektiğine inanmaktadır.

Hall’un önerdiği üçüncü tür olan ‘muhalif okuma’ programın hakim ve hegemonik anlamının tümünden reddiyesini dile getirmektedir. Eğer bireysel çiftçi izleyici, çiftçilerin fedakârlığı konusunun tarım sektörüne bir darbe indireceği ve esas olarak hükümetin sanayicileri destekleme amacının bir sonucu olduğu yorumunu yaparsa ‘muhalif bir okuma’ yapmış olacaktır.

Stuart Hall’un iletişim sürecini kodlama ve kodaçımleme işlemleriyle tanımladığı bu modeli, özetle bir televizyon programının

izleyici ile olan ilişkisinde en azından üç analitik seçeneğin varolabileceğini ortaya koyması bakımından televizyonun izlerkitlesini araştırmada yeni bir yol açmaktadır.

Hall, bize televizyon izlemenin özünde bir kodaçımleme süreci olduğunu anımsatmaktadır. İzleyiciler televizyon programına anlam aramak, anlam çıkarmak, anlam üretmek için bakarlar. Ne var ki izleyiciler kullandıkları kodaçımleme sürecinin bilincinde değildirler, çünkü bir programdan anlam çıkarmak gündelik, elde bir görülen, izleyicilerin televizyon izlerken sürekli olarak yaptıkları bir şeydir.

İzleyiciler bu sürecin ayrımında olmasalar bile, Klaus Bruhl Jensen ile Karl Erik Rosengren'in belirttiği gibi, bu yaklaşım, televizyon izleyicilerine ilişkin daha önceki çalışmalardan, izlerküme mensuplarını televizyon mesajlarını kullanma ve yorumlamalarında etkin ve seçici görmek bakımından farklılaşmaktadır (1990). 'Alımlama çözümlemesi' olarak da adlandırılan bu yeni araştırma programatığının ortaya attığı sorular şunlardır: Özgül izlerküme izledikleri programları nasıl anlamlandırmaktadırlar? Özgül izlerküme gündelik yaşamlarında toplumsal anlam üretimi bakımından nasıl farklılaşmaktadırlar?

Bu soruları yanıtlamak için kullanılan nitel ampirik yöntemler derinlemesine görüşmeleri ve izleyicilerin televizyon kullanımlarını gözlemlemeyi içermektedir, bu nedenle de yapılan araştırmalar antropolojik bir terimle 'etnografik' olarak nitelenmektedir. Böylelikle bu araştırmalar 'izlerküme etnografisi', 'etnografik izleyici araştırmaları' gibi nitelemelerle de anılmaktadır.

Kodaçımleme süreci toplumsal bir bağlamda gerçekleşir, insanın bir televizyon programını nasıl 'okuduğu', yorumladığı veya anlamlandırdığı, bu programın izlendiği veya üzerine konuşulduğu toplumsal konum veya duruma bağlıdır. Bu gelenek içinde ilklerden olan David Morley'in çalışmaları, televizyon izlemeyle ilgili araştırmaların bu aracın kullanıldığı doğal ortamlarda, esas olarak evlerde yürütülmesi gerektiği öncülünden yola çıkması bakımından çok önem taşımaktadır.

Feminizmin Katkısı

Ama etnografik alımlama çalışmaları sadece televizyonla sınırlı değildir. İzlerkümelerin akademik düşünce içinde yeniden ve farklı bir yaklaşımla ele alınmasını tetikleyen en önemli çalışmalardan biri olan Janice Radway'ın araştırması, aşk romanlarının kadın okurları üzerine gerçekleştirilmiştir (1984).

Radway, bu çalışmasında hem bir araştırma geleneğini hem de popüler kültür ürünlerinin özellikle kadın izlerkitleye yönelik olan türlerini sorgulayarak yola çıkmaktadır. İlk eleştirisi nicel araştırmalara yöneliktir. Popüler kültür ürünlerinin ne kadar tüketildiğinin nicel olarak saptanmasına yönelik araştırmalar bir anlamda tüketim istatistikleridir. Radway'e göre bu tür araştırmalar bu ürünleri tüketenleri kavramamıza elveren bilgiler sunmazlar. Bu eleştiri ikincisiyle tamamlanmaktadır. Radway, özellikle kadınlara yönelik popüler kültür ürünlerinin erkek egemenliğini yaymaya ve kadınlara kabul ettirmeye yönelik olarak bir yana bırakılmasını, küçümsemesini ve göz ardı edilmesini eleştirir.

Bu iki eleştirinin temellendirdiği araştırma sorusunu şöyle formüle eder Radway: Okurlar kendilerine yönelik popüler kültür ürünleri ile (bu çalışmada aşk romanları ile) olan deneyimlerini nasıl anlamlandırmaktadırlar? Bu araştırma sorusundan hareketle, bir küme orta-sınıf kadın okurla gerçekleştirdiği araştırmasında Radway, bu kadınlar için aşk romanları okumanın, kendi dünyalarına bir kaçış sağladığını, ailenin gereksinimleri için uğraşıp durmakla geçen onca zaman arasında hiç değilse bu okuma deneyiminin kendi gereksinimleriyle ilgilenme olanağı verdiğini bulgulamıştır. Bu bulgu özellikle erkek dünyasında kadınlara ait kabul edilen ve açık veya örtük biçimde 'saçı uzun aklı kısalık'la bağdaştırılarak burun kıvrılan ya da amiyane deyiimiyle 'dalga geçilen' aşk romanlarının kadınların kendilerine ait bir dünyayı kurmalarında kullanıldığını, dahası bu fantezi dünyasının gerçek dünyaya kadın olarak müdahale etmenin tasarlandığı bir mekân olma potansiyelini taşıdığını ortaya koymaktadır.

Radway'in çalışması, büyük ölçüde 'anlam' kavramının Stuart Hall'un modelinde sözünü ettiğimiz sorunsallaştırılmasına dayanmaktadır. Bu araştırmada verilen anlamın alınan anlam olmadığı varsayımı doğrulanırken, herhangi bir medya metninin verili anlamının izleyicisini o anlam doğrultusunda konumlandırma kabiliyetinin asla sınırsız olmadığı (bu araştırma geleneğinin diliyle söyleyecek olursak, metnin okuyucuyu özne olarak konumlandırma kabiliyetinin sınırlı olduğu), tam tersine izleyicinin toplumsal dünya içindeki verili özne konumunun (ki Radway'in araştırmasında bu konum 'kadınlık' olarak tanımlanmaktadır) metnin anlamını oluşturan en özsel nitelik olduğu öne sürülmektedir.

Radway'in aşk romanlarına ilişkin çözümlemesiyle aynı çizgide ama bu kez. televizyondaki 'arkası yarın' (*soap opera*) dizilerini konu alan bir araştırmada Brown (1994), kadınların izledikleri programlarla ilgili konuşmalarını çözümleyerek, kadınların bu dizileri erkeklerin uyguladıkları iktidara karşı muhalif tutumlarını dile getirmede kullandıkları sonucuna varmaktadır.

Brown kadınların bu dizilerde hakim olan patriyarşiye karşı direnişlerinde iki tür haz duygusu geliştirdiklerini belirtmektedir. Brown'un etkin olarak adlandırdığı haz, "kadınların hakim kültüre incelikli biçimlerdeki muhalefeti şeklinde işleyen bir kadın kültürüne bağlılıklarının teyit edilmesi"nden kaynaklanır. Erkek ideolojisinin değersiz görerek kadınlara ve eve ait olarak tanımladığı bu kültür, kadınların geleneksel ustalık ve uzmanlıklarının değerini ön plana çıkaran bir kimlik duygusu sağlamaktadır kadınlara. Brown'un adlandırmasıyla tepkisel haz ise, kadınların kendi kültürel ağlarına ve ilgi alanlarına olan bağlılık duygularını yadsımamakla birlikte, bu kültürün kadınların kendi yaşamlarını tamamıyla denetleyememelerinden kaynaklandığını da kabul etmektedir. Böylelikle kadınlar tepkisel haz yoluyla, maruz kaldıkları baskının bedelini duygusal bir düzeyde hissedebilmekte ve kavrayabilmektedirler.

Özellikle Radway'in araştırması, televizyona ilişkin kültürelci çalışmalara kadın hareketlerinin, yani 'feminizm'in entelektüel kat-

kısının bir örneğini oluşturmaktadır. Gerçekten bu hareketin ‘kadınlık’ özne durumunu sorgulaması, böylelikle verili anlam yapısının bu özne konumuyla ilişkiye girdiğinde nasıl bir dönüşüme ve değişmeye uğradığını araştırma gündeminin önemli bir başlığı olarak tanımlaması; nihayet yapılan araştırmalarda bu dönüşümün mekanizmalarını çözümlemesi hakim bir anlam sorunsalı çevresinde dönüp duran geleneksel medya araştırmalarının kısırlığını (ve kısır döngüsünü) aşma yönündeki çabalara çok önemli bir müdahale olmuştur.

Kuşkusuz ‘feminizm’in müdahalesi esas olarak politiktir, yani kültürel alanı araştırmaya değer ve değmez şeklindeki ayırmalardan başlayarak, kültürel ürünlerin izleyicileri ile olan ilişkilerinde hegemonik bir şekilde tanımlanmasına kadar (ki tek ve hakim anlam kavramsallaştırılması bu tanımın önemli bir parçasıdır) tüm geleneksel araştırma projelerinin eril ideolojinin değerler haritası uyarınca kurulduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır ve bu amaç, feminist medya araştırmalarının sonuçlarından politik anlamda daha önemlidir.

Toplumsal Sınıflar ve Televizyonun Anlamı

David Morley’in, Stuart Hall’un geliştirdiği kodlama/kodaçılama modelinin izinden giderek anlam üretim sürecinin, televizyon mesajının iç yapısına ve izleyicinin kültürel birikimi ile toplumsal tarihine dayandığı varsayımı üzerine temellendirdiği ilk araştırması (1980), güncel olayları konu alan *Nationwide* adlı dizi-belgesel programın anlamına ilişkin yorumların toplumsal kümelere göre nasıl farklılaştığını saptamayı amaçlamaktadır.

Nationwide programının popüler söylemi ev, boş zaman ve tüketim alanıyla ilgileniyor, buna karşılık örneğin daha kamusal dünyaya ait olan çalışma, iş gibi alanlarda sessiz kalıyordu. Program izlerkütmesine özgül olarak ulusal siyasal bir toplulukta yaşayan bireysel yurttaşlar olarak hitap ediyordu. Bu hitap tarzı, izleyicilere ‘biz’ diye seslenen örneğin yarışma programlarından farklıydı. Morley’in bu programı konu alan araştırmasının temel sorusu, bu

tür doğrudan birey olan bizlere hitap eden bir televizyon söyleminin izleyici olan ‘bizleri’ nasıl konumladığıydı. Programın söylemi ve hitap tarzı gerçekte izlerküne mensuplarını belli bir özne konumuna yerleştiriyor ve izleyicileri bu konumdan tanımlıyordu. Ancak burada sorulması gereken izlerküne mensuplarının bu özne konumlarını kabul edip etmedikleri idi. Yani Hall’un kategorilerini izleyerek formüle edecek olursak, burada irdelenecek olan soru, programın içsel yapısının (yani semiyotiğinin) dayattığı tercih edilen, hakim anlamın izlerküne mensuplarının izleme deneyimine ‘hakim’ olup olamayacağıydı. Bu soru, içinde hakim olmayan bir okumanın da mümkün olabileceği düşüncesini taşıdığı için Morley’in bu araştırmadaki varsayımı, esas olarak farklı kodaçımleme stratejileri sayesinde, metnin tercih edilen anlamının izlerküne kültürel olarak kodlanan (yani sosyolojik) okuma stratejileri tarafından dirençle karşılanabileceğiydi.

Ama buradaki bir başka sayıltı (ki araştırma terimleriyle bunu ‘değişmez’ (*constant*) olarak adlandırabiliriz) izleyicilerin programa, programın tanımladığı anlam alanı dışında bir başka okumayla müdahale edemeyecekleriydi. Program çokanlamlı bir şekilde yapılaşmaktaydı ama bu çokanlamlılık sadece tek bir ‘ideolojik’ kapanmaya elvermeyen, farklı okumalara elveren bir genişlik sağlıyordu. Ancak bu çok anlamlılık izlerküne adına alabildiğine öznelliğe izin veren bir ‘anlam anarşisi’ demek değildi. Nitekim Morley daha yakınlardaki bir çalışmasında, hem medya metnlerinin ‘çokanlamlılığı’na (veya açıklığına), hem de ‘okurun kültürel gücüne’ aşırı ağırlık veren yaklaşımları, özellikle ‘okuma’ ânını toplumsal bağlamına konumlandırmayı beceremeyen çözümlemeleri eleştirirken, farklı toplumsal konumlardan ‘okurlar’ın medya metnlerini kullanmaları ve yorumlamaları için ellerinde farklı türde ve miktarda ‘kültürel sermaye’ bulunduğunu öne sürmektedir (1996).

Morley ve arkadaşları bu sorular ve varsayımlarla temellenen araştırmalarında *Nationwide* programının iki bölümünü her biri bir toplumsal konumu temsil eden farklı gruplardan insanlara gösterdiler. Bunlar arasında yüksek öğrenim gören siyah öğrenciler, banka yöneticileri, sendikacılar vb. gibi gruplar bulunuyordu.

Programın gösterilmesinden sonra programda ele alınan konular tartışıldı ve sonuçta farklı grupların programa ve işlenen konulara tepkilerinin çok farklı olduğu görüldü. Morley bu tepkileri Hall'un kategorilerini izlemek suretiyle 'hakim', 'müzakereli' ve 'muhalif' olmak üzere üç başlık altında topladı. Şayet izleyicilerin bir kesimi hakim okuma tarzında yanıt veriyorsa, bunlar toplumda hakim olan değerleri, tutumları ve inançları kullanıyorlardı. Muhalif okuma yapanlar ise hakim tarzla çelişen bir düşünme biçimini kullanıyorlardı. Müzakereli tarzı kullanan izleyici kümeleri ise ne muhalif, ne de hakim olan okuma tarzını kullanmakla birlikte, inanmaksızın veya kabul etmeksizin hakim değerlerle birlikte varolabilecek bir anlam sistemine sahiptiler.

Araştırma süreci içinde çeşitli gruplarla olan konuşmalar sırasında Morley, Hall'un kodlama/kodaçımleme modelinin sorunlarını saptama olanağını da buldu. Özellikleri programın sunduğu hakim okuma konumuyla yakından bağlaşıp görünen banka yöneticilerinin okumaları programın ideolojik kurgusunu orta düzey yönelimin çıkarlarıyla özdeş olarak gören sendikacılar grubunun muhalif okumasıyla tam bir karşıtlık içindeydi. Ama Morley, muhalif okumanın sadece çalışan ve alt toplumsal kesimlere ait gruplarla sınırlı olmadığını da tespit etti. Toplumun hakim değerlerini benimsemiş bazı kümeler, sağ bir siyasal konumdan muhalif okumalar yapınca Morley toplumsal konumlanmanın, yani sosyolojik özneliliğin sabit özne konumları üretmediği sonucuna vardı. Örneğin banka yöneticileri geleneksel olarak muhafazakârdılar. Buna karşılık sendikacılığın veya toplumsal güvenlik sisteminin kötülükleri hakkında toplumdaki sağcı ve 'hakim' tutumları benimseyen matbaa çıraqları programda görünen herkes hakkında kim olursa olsun alaycı bir tutum sergilediler.

Dolayısıyla izlerkümelerin bu üç kategoriye ayrılmasının izlerkümenin toplumsal yapısını aşırı basitleştirdiği ortaya çıktı. Ayrıca saptanan bir başka veri de şuydu: Eğer program izleyici kümelerin öznelliklerinde herhangi bir ortak ilgilenim noktası sunmuyorsa o zaman izlerküme adına bir anlam üretimi söz konu-

su olmuyor, tersine izleyici programı göz ardı ediyordu. Nitekim Morley'in araştırmasında siyah öğrenciler muhalif düşünme biçimlerini kullanıp, programın işçi sınıfına karşı taraflı olduğunu dile getirmekle birlikte, programın kendi ilgi alanlarına girmediğini söyleyip esas olarak ilgisiz bir tavır gösterdiler.

Morley ve arkadaşlarının çalışmalarında tespit ettikleri diğer sorunlar ise şunlardı: İlk, tercih edilen okuma düşüncesi her şeyden önce mesajın içeriğinin mesajı gönderenin bilinçli niyetiyle kurulmuş olduğu yanılgısını çağrıştırmaktaydı. Sonra, kodlama/kodaçımılama süreci bu iki düzey arasındaki köklü kesiklik ve kesintilik olasılığının mevcudiyetinden çok, ilk iletişim modellerinden başlayarak sonraki anayol iletişim çalışmalarında da varlığını sürdüren anlamın kaynaktan alıcıya taşındığı şeklinde bir sürekliliği akla getiriyordu.

Aile ve Televizyon

Televizyonun doğal ortamı 'ev'dir. Roger Silverstone'un belirttiği gibi, "televizyon bir aile aracıdır. Evde izlenir esas olarak. Evde göz ardı edilir, evde tartışılır. Evde tek başına veya aile üyeleri veya arkadaşlarla izlenir". Dolayısıyla televizyon aile, ev kültürümüzün bir parçasıdır. Ama Silverstone, başka bakımlardan da televizyonun aile kültürümüzün bir parçası olduğunu belirtir. Programlar ve programların yayın saat ve düzeni bizim aile hayatımızın model ve yapılarını sağlar. Ayrıca televizyon evcilliğimizin hem kurulup hem de teşhir edildiği bir tüketim kültürüne katılmamızın bir aracını, bir yolunu sağlar (1994).

Dolayısıyla televizyon izleyici için evcil bir araçtır ve ev ortamı televizyon izlemenin doğal ortamıdır. Elbette tüm evlerin birbirinin benzeri olduğunu iddia edemeyiz. Ne de soyutlamayla tekbiçim bir aile tanımlaması yapabiliriz. Ama bu kayıtlamalarla birlikte televizyonla ilgili araştırmalarda bu saptamadan hareketle bir iki noktanın altını çizebiliriz. Birincisi, televizyon araştırmalarında araştırma ve çözümleme biriminin bireysel izleyici değil, aileler olması gerekir. İkincisi, televizyonun kullanımı, izlenmesi, yorumlanması, televizüel dünyanın anlamlandırılması ailenin dolayısıyla

gerçekleşir. Yani bireysel izleyicinin televizyonla ilişkisinde anlam kurma süreci aile tarafından dolayımlanan bir süreçtir. Hall'un modelinden hareketle bunu formüle edecek olursak, programda verilen anlamın dönüşüme uğrama işlemi ailede gerçekleşir.

James Lull'un derlediği ve televizyonun ev bağlamlarıyla nasıl tümleşikleştiğini farklı kültürlerde gözlemleyen etnografik örnek olay araştırmaları, televizyonu evde bulunanları hedefleyen dışarıdaki bir şey olarak almak yerine, televizyonun anlaşılmasına esas olarak evin içinden başlanması ve televizyonun hane halkının gündelik ilişki ve rutinlerinde izlenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (1988). Böylelikle televizyonun aile içindeki iletişim üzerindeki etkisinin ve çoğunlukla erkekler ve kadınların aile içinde işgal ettikleri çok farklı mekânların karşılaştırılmasına olanak bulunmaktadır. Bu araştırmalar, televizyonun kullanımının aile içindeki iktidar ilişkilerince dolayımlandığını ortaya koymuştur. Nihayet özellikle iş dışı zamanı, yani 'leisure time'ı ya da 'boş zaman'ı en fazla 'dolduran' araç olarak televizyon, iş-dışındaki toplumsal yaşamın dört duvar arasına sıkışmasının ya da 'mahremleşmesi'nin esas olarak sonucu, bir ölçüde de nedenidir.

Bu eğilim James Lull'un belirttiği gibi (1990) Batı dünyasında 1980'lerde ağırlıklı olarak gözlenmektedir. Giderek daha çok sayıda aile akşam eğlenceleri için evde oturmayı yeğlemektedir. Bunun birçok nedeni vardır kuşkusuz. Televizyonda yapılan sokak röportajlarında, sözgelişi 'sinemaya gidiyor musunuz veya tiyatroya gidiyor musunuz', şeklindeki sorulara, izleyicilerin genellikle bilet fiyatlarına güç getiremedikleri için bu etkinliklere katılmadıkları cevabını verdiklerine hepimiz şu ya da bu zamanda ve yerde kulak misafiri olmuşuzdur. Aslında ev-dışı eğlence ve seyirliklerin giderek belli bir toplumsal kesimin, hem de önemli bir büyüklükteki kesimin para ayıramayacağı ölçüde pahalandığı gerçektir. Burada önce tiyatronun, daha sonra sinemanın birer halk eğlencesi olarak ortaya çıktıkları, sinemayla tiyatronun, televizyonla da sinemanın bu niteliklerini yitirdikleri, buna karşılık 'sanat' niteliği kazanarak geniş halk topluluklarıyla ilişkilerini sınırladıklarını belirtmekte yarar var.

Bu ilişki, hâlâ sanatın yanı sıra ‘kitleseel seyirlik’ olma özelliğini, bil-hassa Hollywood’un büyük bütçeli, göz alıcı özel etkili, sırf ‘eğlen-celik’ filmleriyle sürdüren sinema için tiyatro kadar kopuk değildir. Ama sinemanın da başlangıcındaki esas dayanağı olan kesimlerden koptuğunu, büyük ölçüde orta ve üst sınıfların ‘eğlenceliği’ oldu-ğunu söyleyebiliriz. Özetle, bugün deyim yerindeyse ‘halk’ın ya da ‘ailelerin’ eğlencesi televizyondur.

Aslında tam da bu noktada televizyonun kendimize ait zamanın düzenlenmesindeki en özsel etkisini gözlemlemekteyiz. Yapılan a-raştırmalar televizyonun diğere boş-zaman etkinliklerine karşı ciddi bir rakip olduğunu, dostlara, uyumaya, ev işlerine, diğere iletişim a-raçlarını (sinema, radyo, kitap, dergi ve gazete) kullanmaya ayrılan zamanı azalttığını ortaya koymaktadır. Bu, televizyonun gündelik yaşamın yapılaşmasında şimdiye kadar başka hiçbir aracın veya ye-niliğin gerçekleştiremediği ölçüde bir etkisinin bulunduğunun bir göstergesidir (Condry, 1989).

Elbette insanların evlerine çekilme eğiliminin tek nedeni olarak televizyonu göstermek doğru olmaz. Ne var ki, televizyon ailelere ev-de oturmak için sayılabilecek tüm değişkenlere ilave bir neden sağla-mıştır. Televizyon evde-oturma eğilimini yaratma konusunda top-lumsal, ekonomik ve kültürel diğere etmenlerle etkileşim içindedir. Lull, insanların ev-merkezli, aile-merkezli yaşama çekilmelerinde eko-nomik değişken dışında, özellikle Batıdaki kentlerin sokak ve caddele-rinin geceleri hırsızlık, gasp gibi bireysel şiddet olaylarına iyice açık hale gelmesini, dolayısıyla güvenlik değişkenini de saymaktadır.

Lull, bu saptamaları yaptıktan sonra televizyonun evde aileler tarafından toplumsal kullanımının iki özsel türünü belirlemektedir. Bunlardan ilki yapısal, ikincisi ise ilişkiisel kullanımdır. Yapısal kul-lanımın ortamsal ve düzenleyici olarak iki, ilişkiiselin ise, iletişimi kolaylaştırma, yakınlaşma/kaçma, toplumsal öğrenme ve ehil-lik/denetim olmak üzere dört alt türü vardır.

Televizyonun ortamsal kullanımı, aracın fonda sürekli bir gürültü olarak mevcudiyetiyle ilgilidir. Bu bir anlamda televizyonun aile i-

çindeki diğer etkinliklerin, yani ev işleri veya aile sohbetinin fon müziği veya efekti gibi bir işlev görmesidir. Ayrıca davranış düzenleyici olarak da kullanılmaktadır televizyon; ailelerde gündelik yaşamı yapılaştırmaktadır, yani aile içindeki etkinliklerin çoğu televizyon programları etrafında örgütlenmektedir. Ayrıca ana babalar, televizyonu çocuklarının yaşamlarını daha dolaysız olarak yapılaştıracak şekilde de kullanabilirler. Örneğin, çocukların televizyon seyretmelerine ancak derslerini ve ev ödevlerini tamamladıktan sonra izin verirler.

Televizyonun ilişkisel kullanımlarından ilki, aile içindeki iletişimi kolaylaştırıcılığıdır. İnsanlar gündelik konuşmalarında sıklıkla televizyon programlarına gönderme yaparlar ve söylemek istediklerini örneklemek için karakterleri ve olayları kullanırlar. Televizyon programlarının konuşmalarda konu olması genellikle farklı şekillerde gerçekleşir. İlki, programlarla ilgili dolaysız konuşmalardır ki, burada programlar değerlendirilir, birbirleriyle karşılaştırılır ve tartışılır. Bu anlamda tüm izleyiciler birer televizyon eleştirmenidirler. Televizyon programlarının aile içinde sohbet konusu olması, kuşkusuz aile bireylerinin birbirleriyle ilişkilerini berkitici bir rol de oynayabilir.

Ancak kuşkusuz bir program hakkında bir değerlendirmede bulunmak çoğu kez toplumsal, siyasal veya kültürel bir konunun öne sürülmesini de gerektirir. Böylelikle programdaki televizyon kişilerinin giyim kuşamlarının kültürel değerler çerçevesinde değerlendirildiği, programda işlenen konuların toplumsal yaşamdaki göndergelerine ilişkin görüşlerin karşılıklı olarak alınıp verildiği ve tartışıldığı bir iletişim süreci yaşanabilir. Çocuklar cinsellik, flört, uyuşturucu, gençlik kültürünün çeşitli unsurları gibi ana babalarıyla dolaysız olarak konuşamadıkları konuları, televizyonda bir program üzerine değerlendirme yaparken dolaylı olarak gündeme getirebilirler. Yine televizyon kişileri ve programları aile içi konuşmalarda, konuşmanın akışını düzenleyen, konuşmayı yumuşatan, benzetmeler, metaforlar ve şakalarla konuşmayı zenginleştiren alıntılar olarak kullanılabilir. Bu, özellikle televizyon programlarında ilgi çekici tiplerin ve konuşma parçalarının gündelik konuşmalarda sıklıkla alıntılanması şeklinde gerçekleşir. Bir zamanlar (özellikle

feministlerce çok eleştirilen) ‘Macit beni arabalandır’ ya da daha yakın zamanlardaki ‘dık dık dık eyi günler’, ‘ağzı olan konuşuyor’, ‘Burası Türkiye, yok öyle’ gibi reklam sloganlarının yaygın kullanımı bunun bir örneğidir. Lull, ayrıca televizyonun iletişim yerine konuşulacak bir şey olmadığında rahatsız edici olan sessizlikleri örtmek için de kullanıldığını belirtmektedir.

Televizyon ailelerde yakınlaşmayı veya kaçınmayı sağlayacak şekilde de kullanılabilir. Programların birlikte seyredilmesi ailenin yakınlığını ortaya koyma fırsatını sağlar. Televizyonu birlikte izleyen ana-babalar ile çocukların birbirlerine dokundukları, yaşlandıkları, bedensel yakınlık içine girdiklerini araştırmalar ortaya koymaktadır. Böylelikle birlikte televizyon izleme, başka zamanlarda pek görülmeyen düzeyde aile bireyleri arasında bir fiziksel yakınlaşma olanağı sağlamaktadır. Ayrıca ailelerin bir televizyon programındaki komik unsurlara birlikte gülmeleri, dramatik unsurlara birlikte hüzünlenmeleri, duygusal birliktelik için de bir fırsat yaratmaktadır. Bunun yanı sıra televizyon izleme, seyirci kendisini bir programa tümüyle verdiğinde, toplumsal etkileşimden kaçınma olanağı da sağlayabilir. Bir şeye öfkelenmiş veya sadece kendisini yorgun hisseden insanlar televizyonu ailedeki diğer kişilerin dikkatinden kaçınmak için kullanabilir.

Televizyonun aile içinde toplumsal öğrenme amaçlı kullanımı, herhangi bir konuda karar alma süreçlerinde yardımcı olmasından (örneğin, televizyonda izlenen bir program üzerine ailece gidilecek bir tatil yeri konusunda karara varılması gibi), davranış örneği almaya problem çözmeye, değer iletimine, enformasyon yayılımına kadar çok çeşitlilik gösterir.

Aile içi ilişkilerin gerçekte belli tahakküm biçimleriyle ve iktidar mücadeleleriyle karakterize olması, televizyon kullanımının da bu mücadelenin bir parçası olmasına yol açar. Televizyon içeriğinin tercihinden, televizyon karşısında en uygun ve rahat konumu seçmeye, ‘uzaktan kumanda’ cihazının kimin elinde olacağı konusundaki tartışmaya kadar, aile içindeki iktidar mücadelesi ailenin televizyon kullanımında anlatımını bulmaktadır.

Evlerinde, yani doğal ortamlarında televizyon izleyen ailelerin televizyon odalarına yerleştirilen bir kamerayla gözlemlenmesine dayanan bir araştırma (Günter, Furnham ve Lineton, 1995) televizyon izleme davranışlarına ilişkin ilginç veriler sağlamaktadır. Araştırma sonuçları aile üyelerinin televizyon alıcısı açık olduğunda dahi, zamanın büyük bölümünü televizyon karşısında geçirmediğini, televizyon karşısında veya televizyonun durduğu odada bulunsalar bile, çok kısa zaman dilimleri dışında çoğu kez televizyona tam dikkatlerini vermediklerini ortaya koymaktadır. Ekranı bakarak en çok zaman harcanan program türlerinin korku film ve dizileri, yarışma programları, çocuk programları ve haberler olduğu görülmektedir. Araştırma, haberler, belgeseller ve dinsel yayınlar gibi olgusal programlar görsel dikkat düzeyinin en yüksek olduğu tür programlardır. Bunların yanı sıra, spor ve polisiye dizi ve filmler de, görsel dikkati ekrana cezbeden programlar arasında yer almaktadırlar. Ne var ki bu programlar sırasında bile, ekrana bakma davranışı kesintisiz olmaktan çok uzaktır ve izleyiciler bu tür programlar seyredilirken gözlerini hayli uzun sürelerle ekrandan uzaklaştırmaktadırlar.

Günter ve arkadaşlarının bu araştırması yıllar önce Bechtel ve arkadaşlarının yaptıkları araştırmadaki bulguları desteklemektedir (1972). Bechtel ve arkadaşları, araştırmalarında, evlere yerleştirdikleri bir film kamerasıyla ev halkının televizyon izleme davranışlarını tespit ederken, aynı zamanda onlardan televizyon izlemeleriyle ilgili güncel tutumlarını da istemişlerdir. Kaydedilen görüntülerle seyircilerin tuttukları günceleri karşılaştıran araştırmacılar, seyircilerin güncelerinde televizyon izleme miktarını abarttıklarını, gerçekte olduğundan çok daha fazla gösterdiklerini belirlemişlerdir. Bunun nedeni, insanların televizyon alıcısı açıkken televizyon önünde zaman geçirmelerine karşılık alıcıya sürekli olarak bakmamaları, televizyonu kesintisiz olarak izlememeleridir. Bechtel ve arkadaşları, izleyicilerin televizyon alıcısıyla olan ilişkilerinin yüksek katılımdan katılımsızlığa uzanan bir çizgi üzerinde sıralanan birçok farklı biçim aldığını tespit etmiş ve bu biçimleri şöyle sınıflandırmışlardır:

a) Katılımcı izleme. Seyirci televizyon alıcısına veya birlikte televizyon izlediği kişilere ekrandaki içerikle ilgili olarak etkin bir şe-

kilde yanıt vermektedir (Bunun en somut örneği futbol maçlarının izlenmesi sırasında seyircinin gösterdiği tepkilerdir).

b) Edilgin izleme. Seyirci televizyon izleme dışında bir şey yapmamaktadır. Bu izleme tarzı, özellikle bu bölüme girişte belirtmiş olduğumuz televizyona ilişkin bazı olumsuz değerlendirmeleri, özellikle televizyonun uyuşturucu etkisini, hipnotize ediciliğini destekleyen bir ilişkidir.

c) Ekranı bakarken aynı zamanda gözlerini ekrandan ayırmasını gerektirmeyen başka bir etkinlik (örneğin yemek yeme, örgü örme) içinde de olmak.

d) Televizyon izleme konumunda olmak (yani bedeni ve yüzü televizyona dönük olmak) ama televizyon izlemeden başka bir etkinlikte bulunmak. Örneğin bir şeyler okumak, konuşmak ya da televizyon dışında başka bir işle uğraşmak.

e) Televizyonu izleme alanı içinde olmak ama televizyon karşısındaki konumun ekranı görebilmek için dönmeyi gerektirecek açıda olması.

f) Televizyonun bulunduğu odada olmamak ve televizyon alıcısını görememek.

Bechtel ve arkadaşlarının araştırması, görüldüğü üzere, televizyon izleme olarak kavramlaştırılan edimin tek bir biçime indirgenemeyeceğini, farklı televizyon izleme düzenlerinin varlığını ortaya koymaktadır. Farklı televizyon izleme düzenleri kuşkusuz televizyon izleyicisi ile televizyon arasındaki ilişkinin niteliğini de farklılaştırmaktadır. Ancak bu araştırmanın daha da önemli gözlemi, izleyicilerin televizyonla olan ilişkilerini gerçekte olduğundan farklı değerlendirmeleri ya da görmeleridir. İzleyiciler televizyonun evde açık olmasını ve arada bir ekrana bakmalarını bile televizyon izleme olarak tanımlamaktadırlar. Bu gözlemin önemi de burada ortaya çıkmaktadır. İzleyicilere ilişkin araştırmalarda, izleyicilerin kendilerine ilişkin verdikleri bilgiler yanıltıcı olma olasılığı yüksek sonuçlara yol açabilir. Örneğin televizyon programlarının anımsanmasıyla ilgili bir soruşturmada, bir programı izlediğini belirten ama o programla ilgili pek

bir şey anımsamayan izleyicilerin açıklamaları bu araştırmanın sonucunu sorunlu hale getirir. Hele bu araştırma gazete, dergi, sinema gibi izleyicilerin zihinsel yoğunlaşmasını gerektiren ve dayatan iletişim araçlarıyla karşılaştırmalı olarak yapılıyorsa, televizyonun etkilerine ilişkin olarak yanlış değerlendirmelere yol açacaktır.

David Morley'in *Nationwide*'dan sonraki çalışması olan *Family Television* –Aile Televizyonu (1986), 1985 yılında, yani İngiltere'de Thatcherizm'in özellikle işçi sınıfı ve orta-sınıf üzerindeki yıkıcı politikalarının en civcivli döneminde, Londra'daki 18 adet işçi sınıfı, işsiz ve orta-sınıf ailesiyle, onların evlerinde televizyon izleme pratikleri hakkında yapılmış olan gözlemlere ve derinlemesine görüşmeye dayanmaktadır ve televizyon izlerkümelerine ilişkin araştırmalar arasında özellikle doğal ortamda gerçekleştirilmesi bakımından önemli bir farklılığa sahiptir.

David Morley bu araştırmasında, Inglis'in belirttiği gibi (1990), eskinin soru-cevap tarzı araştırmacılarının yerine çok daha neşeli bir tarzda, televizyonun toplumsal ve toplumcul kullanımlarından söz eder ve bunları belgeler. Ayrıca, onun eğlendirici tespitleri bize genelde ailelerin televizyonun çevresine yığılıp kaldıklarını, seyrettikleri hakkında tartıştıklarını, uzaktan kumandayı ele geçirmek için kavga ettiklerini, ütü yaptıklarını, misafirlerle konuştuklarını, ekranda gördükleri Başbakana bağıldıklarını vb. anımsatır. Hatta hiç durmadan televizyon seyrettiklerini kabul edenler bile ne yaptıklarının farkındadırlar.

“Kocanın evde, televizyon karşısında çakılıp kalmayı tercih etmesinin nedeni daha sonra yapılan mülakatta ortaya çıkar. Bu adam evden çıkıp kamusal bir mekâna gittiğinde kendi evinin duvarları arasında kurmuş olduğu tümçül iktidarı yitirmektedir. Verdiği örnekler (bacaklarını uzatıp oturmak, sigara içmek, çay içmek) pek önemsiz görünse bile buradaki mesele istediğini tam olarak yapabildiği yerin kendi evi olmasıdır: ‘Ayrıca kendi evindesin. Sinemada küçücük bir koltuğa oturursun, ne ayağını uzatabilecek bir boşluk vardır, ne de bir sigara içebilirsin. Üç saat sigara yok, üstelik ben sıkı sigaracıyım-

dır. Arada çıkıp beş dakikada beş sigara içersin, miden altüst olur. Ayrıca bir bardak çay içersin, üstelik istediğini de yaparsın”.

Morley’in anlattığı bu adam, der Inglis (1990), kendi tarzında bir halk-tipidir. Söyledikleri izlerkümelerdeki gereksinimlerin ve amaçların ne kadar çok çeşitli olduğunu ortaya koymaktadır. Ev halkının oturma odası kuralları ve düzenleri de vardır kuşkusuz; babalar ve oğullar kanallar arasındaki gezintiyi yönetirler, yani, ailenin yetişkin erkeği diğer aile mensuplarının televizyon izlemelerini belirleme bakımından denetimi elinde tutmaktadır.

Toplumsal Cinsiyet ve Televizyon

Evlerdeki erkek hakimiyeti televizyon ve video teybin işletilmesinin denetimini de kapsar. Ne var ki, der Morley, erkeklerin denetimi mutlak değildir asla, sürekli olarak diğer aile üyeleri bu denetime meydan okumaktadır. Erkekler siyasete düşkündürler, kadınlar ise arkası yarınlar; anneler televizyonu küçük çocuklar için bir yaptırım olarak kullanırlar (‘eğer uslu durmazsan seyredermezsin’).

Kadınlar ve erkeklerin televizyon izleme edimleri farklıdır, çünkü çalışan kadınlar için akşamları ev de bir çalışma mekânıdır. Birçok kadın için ev işleri, hane halkı televizyon alıcısının çevresine toplandığında araya sıkıştırılması gereken bir etkinliktir. Buna karşılık erkekler için ev dinlenme, rahatlama mekânıdır. Kadınlar alıcı üzerinde yoğunlaşmazlar. Daha çok ev işleriyle uğraşırken gelip gider ve arada televizyona bakarlar. Şöyle der Morley: “evlerde televizyon izleme konusunu araştırmak... erkeklerin canı yürekten katılacak şekilde konumlandıkları, buna karşılık kadınların, bitmek bilmeyen evcil sorumluluk duyguları nedeniyle, bunu ancak kaçamak bir şekilde yapabildikleri bir şeyi araştırmaktır”.

İzleyiciler seyrettikleri ve okudukları hakkında düşünmeye ve söyleşmeye de yer verirler. Ayrıca, düşlemsel bir yaşamın keyiflerine de hem söyleşilerinde hem de düşlenmelerinde bol miktarda yer bulunmaktadır. Dolayısıyla yine Inglis’in belirttiği gibi (1990), televizyona karşı insanların tepkilerini sınıflandırmak bir ansiklopedi okumaya benzer. Birçok parçadan oluşan bir yapıdır karşımızda duran.

Morley'in ailelerde televizyonun kullanımını sorunsallaştıran araştırması, programın içeriksel yapılaşmasından, yani semiyolojisinden çok izleme pratiklerini biçimlendiren iktidar ilişkileriyle ilgili daha sosyolojik bir eğilimi ortaya koymaktadır. Bunun nedeni, televizyon izleme etkinliğinin aile ilişkileri aracılığıyla kurulan 'mahrem, özel yaşama ait' bir etkinlik olmasıdır. Televizyon izleme etkinliği, Morley'e göre 'sıradan' aile ortamlarında iktidarın toplumsal cinsiyete dayalı biçimde işleyişinin tüm özelliklerini sergilemektedir.

Bu saptama Lull'un araştırmasıyla da doğrulanmaktadır (1990). Lull tüm aile içinde erkeklerin televizyonda neyin seyredileceği konusunda kesin bir denetim sahibi olduğunu ortaya koymaktadır. Erkekler televizyon alıcısını açıp kapama veya kanal değiştirme kararını aynı hanedeki kadınlara oranla iki ya da daha çok kez vermektedirler. Bu tür bir denetimin uygulanmasında çocuklar ikinci sırayı almaktadırlar. Kararların %90'ında ailenin erkeği seçimini televizyon seyredebilecek olan diğer aile üyeleriyle herhangi bir pazarlığa ya da tartışmaya girmeksizin yapmaktadır. Kadınların denetim uyguladıkları görece az sayıdaki örnekte, bunlar önce tartışma ve belli bir müzakere sonucu gerçekleşmiştir.

Morley'in araştırmasında da görüldüğü üzere, 'uzaktan kumanda cihazı' neredeyse erkeğin simgesel mülküdür ve erkeğin ailedeki televizyon izleme düzenini belirlemedeki iktidarının bir göstergesidir. Morley'in araştırmasındaki kadınların bir çoğu erkeklerin uzaktan kumandayı kullanma davranışlarından duydukları rahatsızlığı dile getirmişlerdir. Kadınlar sevdikleri bir şeyi seyrederken erkeklerin çoğunluğu takınaklı bir şekilde kanaldan kanala geçip durmaktadırlar ve bu da kadınları çok rahatsız etmektedir.

Kadınlar ile erkeklerin ailede televizyon izleme davranışları arasındaki farkları belirleyen başka araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin Dorothy Hobson, kadın izleyicilerin genellikle bir yandan evle ilgili birtakım işleri yaparken, bir yandan da televizyon izlediklerini, çoğunlukla televizyonda programın sesini dinledikleri, önemli olduklarını düşündükleri bir şey duyduklarında ekranın karşısına gelip

seyrettiklerini belirtmektedir (1983). Morley ise, erkeklerin televizyonu kadınlardan daha ilgili ve dikkatli izlemelerine karşılık, kadınların televizyon programları hakkında aralarında erkeklerden daha çok konuştuklarını saptamaktadır (1986). Dolayısıyla erkeğin karakteristik televizyon izleme tarzı ‘dikkatli ve yeğinleşmiş’, kadınıninki ise ‘dikkatsiz ve dağınık’tır. Ama bu farklılık kuşkusuz erkek ve kadınların farklı biyolojik yapılarından veya kadınların yoğunlaşma konusundaki ‘doğal’ yetersizliklerinden kaynaklanmaz. Bu, evin örgütlenmesinde iki ayrı cinse yüklenen farklı yükümlülükler ve beklentilerle ilişkili toplumsal olarak belirlenen bir farklılıktır.

Kadınların televizyon üzerine konuşmaları, genellikle arkası yarın türündeki programlardaki karakterlerin davranışlarına ilişkin, çoğu kez kendilerini onların yerine koyarak yaptıkları yorumlardan oluşurken, erkekler televizyonla ilgili konuşmalarını spor, güncel olaylar ve haberlerle sınırlı tutma eğilimi göstermektedir. Morley, erkeklerin bu eğilimini, yani gerçekçi ve olgusal programlara bağlılıklarını fantezi veya duygusallığa düşmemek için bir savunma tarzı olarak yorumlamaktadır (1992),

Morley’e göre araştırmasının başlıca bulgularından biri kadınlar ve erkekler arasındaki farklılığın ekonomik düzey, toplumsal statü gibi değişkenler fark etmeksizin, hemen tüm hanelerdeki tutarlılığıdır. Morley, erkeklerin televizyonu dikkatli bir şekilde, sessizlik içinde, ve hiçbir şeyi kaçırmamak için, hiçbir kesinti olmaksızın izleme yönünde açık bir tercih beyan ettiklerini belirtir. Dahası erkekler eşlerinin ve kızlarının televizyon izleme biçimlerine de şaşıp kalmaktadırlar. Çünkü kadınlar televizyon izlerken sürekli konuşmakta ve en azından bir başka ev işi (örneğin ütü vb.) yapmaktadırlar. Erkekler, araştırmada dile getirdikleri gibi, “kadınların hem televizyon izleyip hem de başka işleri nasıl yaptıklarını anlayamamakta, özellikle hem konuşup hem de nasıl televizyon izlenebildiğini, programın nasıl takip edilebildiğini hiç kavrayamamakta”dırlar.

Gerçekten de, kadınların çoğu aynı zamanda başka bir şey yapmaksızın sırf televizyon seyretmenin ev işleriyle ilgili yükümlülükleri göz önüne alındığında savunulamayacak bir zaman israfı oldu-

ğunu düşünmektedirler. Televizyonu bu şekilde, kendini vererek ve başka bir iş yapmaksızın seyretmek kadınların nadiren yaptıkları bir şeydir. Kadınlar, yalnız başlarıyken veya diğer kadın arkadaşlarıyla birlikteyken, sevdikleri bir programı izlemek için bir 'fırsat' yarattıklarında başka iş yapmaksızın televizyonu dikkatlice seyrederler. Kadınlar televizyon seyreden kocalarının sürekli kendilerine 'çenesini kapatmasını' söylediklerini belirtmekte ve onların bu davranışlarından yakınmaktadırlar.

Gerçekte bu durum, kadınlarla erkeklerin televizyon kullanımlarındaki farklılıkla birlikte, kadınlarla erkeklerin aile içinde televizyona yükledikleri anlamın farklılığını da ortaya koymaktadır. Televizyon programları genellikle izleyicinin izleme sırasında, mutfığa gitmek, tuvalete gitmek, masayı hazırlamak, hatta konuşmak gibi dikkatinin dağıldığı araları telafi edecek biçimde kurulmaktadır. Özellikle kadınların en çok izledikleri söylenen arkası yarın tarzı yapımlar, Allen'in belirttiği gibi (1989) tekrarlara dayanır (*redundant*). Bu tür programlarda izleyicilerin olay örgüsünün unsurlarını kaçırmaları, hatta dizinin birkaç bölümünü izlemeseler bile, olanaksızdır. Buna karşılık, erkeklerin eğilim gösterdikleri tür programlar, yani güncel ve olgusal programlar diğerlerine göre belli bir yoğunlaşmayı gerektirirler. Çünkü haberler ve benzeri tarz programlar, enformasyon yüklüdürler ve bu yük genellikle birbirini izleyen, birikimsel bir tarzda aktarılır izleyicilere. Enformasyon zincirinin bir yerinde dikkatsizlik nedeniyle meydana gelecek kopma, tüm bir haberin kavranmasını zorlaştırabilir. Spor programları ise bu tür bir zinciri içermese de, özellikle naklen yayınlarda anlık durumların önemine dayanan olayları kapsamaktadır. Örneğin bir gol, önemli bir pozisyon, bir kurtarış vb... Bu anlar kaçırıldığı taktirde, her ne kadar sonradan tekrar gösterme tekniğinin kullanımıyla bir telafi söz konusu olsa bile, izleyicinin olayın doğal akışından kopmasına neden olur. Program tercihleri bakımından farklılaşmış olan kadın ve erkeklerin televizyon izleme deneyimlerinde de farklılaşmaları bu nedenle doğal görünmektedir.

Ama kadınlarla erkeklerin televizyon izleme edimine ve televizyona yükledikleri anlamın farklılığı, sosyolojik olarak daha da önem-

lidir. Morley'in araştırmasındaki veriler, Morley bunun sözünü etmese de, kadınların televizyonu aile ortamında, aile içi ilişkileri zenginleştirecek bir etken olarak görme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Tüm aile bireylerinin bir araya toplandıkları akşam saatleri, ailenin alışlagelen, geleneksel tanımına uygun olarak aile birlik ve bütünlüğünün idamesi için en değerli saatlerdir. Bu saatler aile bireylerinin birbirlerine daha fazla zaman harcayacakları, birbirleriyle ilgilenecekleri, aralarındaki yakınlığı yeniden-üretecekleri belki de tek zaman dilimidir. Bu değerli zamanı aile bireylerinin televizyona gömülmüş olarak geçirmeleri, klasik aile kavramını zedeleyici bir edimdir. Bu anlamda kadınların televizyon izlerken çok sık konuşmaları, bu edime karşı bir direniş, televizyona rağmen akşam saatlerinin işlevine uygun biçimde kullanılması yönünde bir çaba, sonuç olarak 'politik' bir müzakere olarak da değerlendirilebilir. Televizyon seyretme, özellikle aile ile birlikte televizyon izleme kadınlar için, Morley'in araştırmasında belirtmiş olduğu gibi, özünde 'toplumsal bir etkinlik'tir. Buna karşılık erkek, televizyonla olan ilişkisini bireysel bir deneyim olarak algılamaktadır. Bunun açıklaması, muhtemelen kadınların dışarıda çalışıyor olsalar bile, evin idaresinin sorumluluk ve yükümlülüğünün omuzlarında olması nedeniyle ev mekânını kendi kamusal alanları olarak görmeleri, buna karşılık erkek için evin iş yaşamının sıkıntılarından uzakta, boş zamanını geçirdiği, dinlendiği ve rahatladığı bir mekân anlamına gelmesidir.

Erkeklerin, televizyonu kendilerini kadınlardan daha çok vererek ve dikkatli izlemelerine karşın, aynı zamanda televizyon izlemeye yönelik olumsuz bir tutum içinde olmaları ilgi çekici bir problem gibi görünmektedir. Erkeklerin dramatik yapımları, örneğın arkası yarınları izlemediklerini iddia etmelerine karşın, çoğu araştırmanın bulguları bunun tersini ortaya koymaktadır. Erkeklerin bu tavrı ile 'eril' ideoloji arasında dolaysız bir ilişki bulunduğu söylenebilir.

Eril ideoloji özellikle kadınlara ve erkeklere özgü alanların birbirlerinden kesin bir biçimde ayrılmasını ve kadınların alanı duygusal, evcil ve irrasyonel unsurlarla tanımlanırken, erkeklerin alanının ussallık, verimlilik, araçsallık ve kamusal unsurlarıyla tanımlanma-

sını dayatmaktadır. Kadınların kamusal alandan görece uzaklaştırılması ve yalıtılması, onların topluluk yaşamında bir toplumsal 'zamk' işlevi görececek şekilde konuşmalarını üç temel konu üzerinde, 'çocuklar, ev işleri ve televizyon' üzerinde odaklamalarını bir ölçüde de olsa açıklamaktadır. Televizyonun bilgi ve haber vermekle birlikte, esas olarak eğlenceye yönelik bir araç olması, dolayısıyla erkeğe ait olan kamusal alanın 'ciddiyeti' ile bağdaşırlık konusunda sorunları olması, erkeklerin televizyon ve televizyon programları karşısındaki 'gibi davranma' eğilimlerinin nedenini ortaya koymaktadır.

Kadınların televizyonla olan ilişkilerindeki araştırma verilerini, evlerdeki video teyp kullanımı çerçevesinde sınavan Ann Gray (1992), Morley'in televizyon kullanımındaki toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin etkilerine ilişkin değerlendirmelerini tamamlayan sonuçlara ulaşmıştır. Buna göre kadınların çoğu, hangi toplumsal sınıftan olursa olsun, video kullanımında becerili değildir, özellikle de aracı kayıt için programlama konusunda güçlükler yaşamaktadır. Gray'a göre bunun nedeni, çoğu kez iddia edildiği üzere kadınların genellikle teknolojiden korkmaları değildir. Aile içindeki iş bölümü gereği, kadınlar domestik teknolojiyi, örneğin bulaşık makinesini, fırını, çamaşır makinesini, erkeklere oranla çok daha beceriyle kullanabilmektedirler. Kadınların video teyp cihazını kullanmadaki beceriksizliklerinin nedeni, ev içindeki teknolojinin de cinsiyet rolleri uyarınca paylaşılmış olmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim Gray, aile içinde programların video teybe kaydedilmesi ve saklanması işinin, erkek tarafından tanımlanan bir etkinlik olduğunu saptamıştır. Gray'ın görüştüğü kadınların hemen hepsi, belli bir programı sadece bir kez izlemeyi tercih ettiklerini söylerken, erkeklerin bir bölümü aynı filmleri tekrar tekrar izleme eğilimi içinde olduklarını belirtmişlerdir.

Morley'inkiler de dahil olmak üzere, aile ortamında televizyon izlemeye yönelik tüm araştırmalar, mahrem aile hazlarının dahi cinsiyet rolleri ve ilişkilerinin belirleyici olduğu bir toplumsal bağlama oturduğunu ortaya koymaktadır. Televizyon üzerine yapılan feminist araştırmalar da, kadınların hazlarını eril çerçevelerden ve tanımlardan kurtarma konusuna ağırlık vermektedirler. Bu alanda-

ki araştırmaların çoğunluğu, özellikle kadınlara hitap eden romantik dramalar ve soap operalarla kadın izleyiciler arasındaki ilişkileri çözümlemeye yöneliktir.

Ien Ang'ın bir dönemlerin çok popüler Amerikan dizisi *Dallas*'ın Hollandalı izleyicileri üzerine yaptığı araştırma, kadınların televizyon dizileriyle olan ilişkilerini çözümleyen klasikleşmiş çalışmalardan biridir (1985). Teksaslı, petrol zengini bir ailedeki iktidar, aşk ve benzeri ilişkileri konu alan ve gösterildiği 90'dan fazla ülkede büyük ilgi toplayan *Dallas* dizisi, Ien Ang'ın araştırmayı yaptığı 1982 baharında da, Hollanda'da nüfusun yarısından fazlasının izlediği popüler bir programdı.

Ang'ın araştırmasındaki temel varsayımı, popüler kültür ürünlerinin sağladığı hazzın dolaysız ve duygusal eğlence biçimlerinde tanımlandığıydı. Ang, araştırmasına katılanların programla ilgili yorumlarını yorumlayarak, *Dallas*'ı izleyen kadınların bu programı duygusal bakımdan gerçekçi buldukları sonucuna varmıştır. Bu sonuç, *Dallas*'ın gerçeklikten yoksun bir dizi olduğu şeklindeki bilinen eleştirilerle çelişiyordu. Ang bu çelişkiyi, özellikle kültür emperyalizmi tezinin kültür ürünlerine karşı izleyicilerin tepkilerinin karmaşıklığını kavrayamamasına bağlamaktadır.

Dizinin gerçekçiliği ve oyuncuların sahici ve inandırıcı duyguları aktarma yeteneği, seyircinin bu gösteriden haz alması için çok önemlidir. Ang, 'sahicilik' etkisinin seyircinin en önemli beklentisi olduğunu belirtmektedir. Seyirciler ancak bu etkiyi deneyimlediklerinde diziyi kendilerini verebilmektedirler. Metinde kurulmuş olan karakterlerin, hoşlandıkları veya hoşlanmadıkları, yakınlık kurabildikleri veya kuramadıkları 'gerçek insanlar' olduklarına inanabilmeleri gerekmektedir. *Dallas*'ın seyircilerine haz vermesinin zorunlu koşulu budur.

Ang'a göre, kurmaca bir eserin gerçekçi olmadığı iddiası simgesel üretimin doğasını yanlış anlamaktır. Televizyon programı dünyayı yansıtmaz, ama onu üretir. Dallas tutkunlarının programda bulmuş oldukları gerçekçilik, görgül değil psikolojik bir gerçekçiliktir. Dallas'ın yaratmış olduğu 'gerçeklik etkisi' bu dizinin dış

dünyaya denk düşmesi nedeniyle değil, izlerkümede oluşturduğu doğrudan katılım duygusuyla üretilir. Diğer soap operalar gibi Dallas da, aile çevresinde bir topluluk kavramını simgesel olarak icat eden bir anlatılar çoğulluğu sağlamaktadır. Ne var ki, bir melodram olarak *Dallas*, Ang'ın trajik bir duygu yapısı olarak adlandırıldığı şeyi cisimleştirmektedir. Dallas'ın karakterleri trajik duygu yapısına uygun olarak yaptıklarını ve durumlarını uzun uzun düşünmezler ve kendi yaşamlarını denetleyemezler. Bu seyirciler arasında acı çekmenin ve sıkıntıya katlanmanın kişisel ilişkilerin gündelik bir durumu olduğu düşüncesiyle bağlanır.

Dallas'ın dünyası izlerkümenin belli kesimleri tarafından gerçekçi bulunmuştur çünkü ataerkil bir toplumun işleyişini elde bir olarak sunmaktadır. Mutlulukların sevinci bu dünyada uzun sürmediği gibi, bu dünyadaki erk sahibi olanlar da çoğunlukla erkeklerdir. Dizinin iki önde gelen kadın kahramanı, Sue Ellen ve Pamela, farklı özne konumları sunmaktadır. İkisi de ataerkil tahakküm yapıları tarafından kısıtılmış olmakla birlikte, bu ilişkiyi öznel olarak dile getirmenin farklı yollarını canlandırırlar. Sue Ellen'in erkek egemenliğinin kaçınılmazlığını alaycı bir biçimde kabul edişine karşılık, Pamela kadın-erkek arasındaki eşitlikçi bir sevgiye dayalı ilişkinin varolabileceği düşüncesinin ardında koşmakta ve bunun için mücadele etmektedir.

Kültür Emperyalizmi ve Kültürel Direnç

Dallas dizisinin popülerliği aynı zamanda, televizyondaki Amerikan dizilerinin gerek nicel olarak, gerekse izlenme miktarı bakımından hakimiyeti nedeniyle ulusal ve yerel kültürlerin giderek Amerikanlaştığını iddia eden kültür emperyalizmi tezinin geçerliğine dayanak olarak gösteriliyordu. Ne var ki Ang'ın araştırmasında elde edilen veriler, bu tezin iddialarını desteklemek yerine çürütmektedir. Etnografik izlerküme araştırmalarının tanımlayıcı çerçevesi içinde gerçekleştirilen bu çalışma, televizyon programlarındaki unsurların, ister karakterler, ister ilişkiler, isterse mekânlar olsun, izleyicilerin kendi gündelik yaşamlarında duygusal ve düşünsel kar-

şılıklarını bulmadıkça, yani bir anlamda yerli karşılıkları olmadıkça hiçbir etkileri olmadığını ortaya koymaktadır.

Bu aslında beklenebilir bir sonuçtur, çünkü kültür emperyalizmi kavramı kültürlerin oluşma ve işleyişleri ile televizyonun bu sürece nasıl girdiğini sorgulamaksızın, iletişim araştırmalarında yukarıda tartışmış olduğumuz ‘etkiler yaklaşımı’nın düzayak, indirgemeci neden-etki, uyaran-tepi modeline dayalı olarak geliştirilmiş bir varsayımı, yani verili olan bir içeriğin (Amerikan dizilerinde temsil edilen Amerikan tarzı yaşamın, ilişkilerin ve değerlerin), verili etkilerde (yani izleyicilerde bu yaşam tarzını ve ilişkileri benimseme, değerleri içselleştirme) bulunacağı varsayımını daha sonraki tüm düşünsel geliştirmelere ve çözümlemelere dayanak yapar.

Kültür emperyalizmi tezi, bu sürecin, Oliver Boyd-Barrett’in formülleştirdiği üzere (1977), teknoloji ihracatı, kapitalizmin ihracatı ve içeriğin ihracatı olmak üzere üç düzeyde işlediğini öne sürmektedir. Buna göre, yeni teknolojiler Üçüncü Dünyaya çoğunlukla kapitalist Batı tarafından getirilmiştir. Medya teknolojisini Batıdan alan ve dolayısıyla bu teknolojiye bağımlı olan ülkeler, uluslararası kapitalizmin mali ve örgütsel yapılarına dolaysız bir şekilde dahil olurlar. Ulus ötesi medya şirketlerinin büyümesi ve bu büyümenin özellikle bağımlı ülkelere doğru ve onları kapsayacak biçimde olması, Batı sermayesinin ve ‘know-how’ının bu ülkelere kullanılması sonucunu getirir. Nihayet, medya alanında nesnellik, denge gibi Batılı profesyonel normların bu ülkelerin medyasında da özsel normlar olarak benimsenmesi ve daha önemlisi Batı’da üretilen filmlerin, programların bu ülkelere yoğun olarak gösterilmesiyle ideolojik mesajların ve düşüncelerin bu ülkelere taşınması, kültürel emperyalizmin son ve içeriksel düzeyidir.

Özellikle televizyon gibi belli bir düzeyde ekonomik ve teknolojik altyapı ile bu yapıyı işletecek bir bilgi birikimi gerektiren iletişim araçlarında, kültür emperyalizmi tezini savunanlar iddiaları için çok sayıda destek bulabilmektedirler. Teknoloji ve bilgi zengini ülkelerin özellikle uluslararası televizyon akışı alanında bu düzeyde olmayan ülkelere tek yönlü program tedariki yaptıkları bilinmektedir. Ne var

ki Sepstrup'un (1989) uyardığı gibi, yabancı televizyon ürünlerinin farklı bir alımlama ortamında tüketildiği göz önüne alınmalı, dolayısıyla bu ürünlerin üretildiği ülkelerin kimliğine bakarak, buradan dolaysız kültürel etkilerin çıkarsanmasından kaçınılmalıdır. Çünkü böyle bir formülleştirim, izleme pratiğini edilgin bir davranışa indirgemekte, izleme ediminin direniş, yeniden-bina etme, müzakere etme, yeniden-konumlama, ayıklama, seçme gibi süreçlerle karakterize olan karmaşık ve etkin bir müdahale olduğunu göz ardı etmektedir.

Kültür emperyalizmi tezini, medya ve televizyon kuramlarındaki 'direniş' kavramı çerçevesinde tartışan Roach (1997), 1960 sonlarında özellikle yaygınlık kazanan bu tezin önde gelen savunucularından bazılarının bile, iddialarını belli kayıtlamalarla sınırladıklarını belirtmektedir. Örneğin Armand Mattelart, 1980 başlarında, emperyalizm, özellikle de kültür emperyalizmi sorununa yaklaşımların bazı sıkıntıları olduğundan söz etmektedir. Bunların başında, kültürel tahakkümün dış güçleri kadar, iç, ulusal faktörlerin de göz önüne alınma gerekliliği gelmektedir. Ayrıca kültür emperyalizmi tezinin sırf 'Amerika' ve 'Amerikanlaşma' ile kurulması, eleştirilerde Fransa gibi 'ikincil emperyalist güçler'in unutulması anlamına gelmektedir. Mattelart, bir mesajın anlamının iletim evresiyle sınırlı kalmadığını, izleyicilerin kendi anlamlarını üretebildiklerini söyleyerek, iletişimin alımlayıcılarının, izlerkümelerinin etkinliğine de dikkat çekmektedir.

Roach, kültür emperyalizmi tezine yönelik eleştirilerin, özellikle 1980 ortalarından, yani medya araştırmalarında 'direniş' kavramının popüler hale gelmesinden sonra yoğunlaştığını belirtmektedir. Bu kavram, izlerkümelerin 'etkin' olarak düşünülmesinin bir sonucudur. Bu 'etkinlik' izleyicilerin medya mesajlarına 'direnmesi' ve bu mesajları dayattıkları veya ima ettikleri hakim 'anlam'a 'muhalif' bir şekilde okuması olanağını sağlamaktadır.

Nitekim Elasmara ve Hunter'in (1996) yabancı televizyon yayınlarının yerli izlerkümeler üzerindeki etkilerine ilişkin araştırmaları değerlendirdikleri çalışmalarında, ulusal sınır ötesi televizyonun, yani yabancı televizyon yayınları ve programlarının izleyiciler üzerinde çok zayıf etkileri olduğu görülmektedir. Bu sonuç, yabancı

televizyon yayınlarının ve programlarının seyirciler üzerinde güçlü ve olumsuz etkileri olduğunu öne süren kültür emperyalizmi kuramcılarının eleştirileriyle çelişmekte, bu eleştirilerin izleyicilerin etkinliği ve eleştireliliği bağlamında yeniden ele alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çokanlamlılık ve İzlerküne

Nitekim Ang'ın araştırmasındaki kültür emperyalizmi tezini çürüten iddia, Dallas'ın çokanlamlı bir metin olduğu ve bu metnin kurulmasının izleyicinin toplumsal ve söylemsel bağlamına dayandığıdır. Liebes ve Katz'ın (1993) Dallas'ın izlerkümeleri üzerine yaptıkları araştırma da, Ang'ın iddiasını destekleyici sonuçlar üretmiştir. Farklı etnik gruplardan izleyiciler üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmada, bu etnik grupların programın içeriğine ilişkin değerlendirmelerini kendi kimlikleri çerçevesinde yaptıkları görülmüştür. Bu iki araştırmadan çıkarılacak özsel sonuç, izleyicilerin dolaysız ve gündelik yaşamları, kültür emperyalizminin küresel sermayenin ihraç ettiği kültürel içerikle de çıkarlarını korumaya devam ettiği ve bunda başarılı olduğu gibi büyük iddialarını çürütecek kadar önem taşımaktadır. Yani insanlar, özellikle de kendi yaşamlarına yabancı olduğu varsayılan kültürel içerikleri olduğu gibi alıp benimseyen birer 'tabula rasa' değildirler.

Özetle, insanlar, televizyonda izledikleri olay veya karakterleri kendi yaşamlarıyla ilişkilendirirler ve programın içeriğine ilişkin anlam kurma süreci bu ilişkilendirmeye bağlantılı olarak işler. Televizyonun gündelik yaşama göndermelerle yorumlanması, televizyonun göndergesel kullanımını dile getirmektedir. Ancak televizyon sadece bu şekilde, olumlayıcı bir şekilde kullanılmaz. İzleyiciler televizyonu kullanımlarında eleştirel de olabilirler. Ancak bu eleştirelilik onların programları eleştirmeleri değil, daha çok programlara eleştirel yöntemlerle yaklaşımlarını anlatmaktadır (Abercrombie, 1996).

Liebes ve Katz'ın Dallas dizisinin farklı kültür ve uluslara mensup izlerkümeler üzerindeki cazibesini ölçen araştırmaları, televizyonun göndergesel okunması kavramını daha da geliştirip incelt-

mektedir. Araştırmacılar, araştırmalarına katılan izlerkümelerle yaptıkları görüşmelerde, bunların yaptıkları göndergesel yorumları dört başlık altında sınıflamaktadırlar: Eylem güdüleyicileri, hısımlık ilişkileri ve normları, özellikle başarının bedeli olan ahlaki ikilemler ve iş ilişkileri. Bu araştırmada, farklı ülkelerden tüm etnik kümeler arasında eylem güdüleyiciliği gerçek yaşamla en sık ilişkilendirilen tür olarak görülmüştür. Aile ilişkilerine göndermeler ise, en sık dile getirilen ikinci konu olmuştur. Burada önemli olan bir nokta, tüm bu ilişkilendirmelerin ciddi ve gerçekçi olmasıdır. Yine araştırmada, farklı etnik grupların ahlaki değer yargıları bakımından farklı yorumlar yaptıkları ortaya çıkmıştır.

Liebes ve Katz'ın araştırmasında eleştirel okumalar, göndergesel okumalara oranla daha az görülmüştür. Abercrombie bu saptamayı, insanların ve oyunculuk veya yapımın zenginliği veya belki de yapımının ideolojik olarak manipüle edici niyetleri üzerine yorum yapmak-tansa genel olarak televizyonu kendi deneyimleriyle bağlantılandırmak suretiyle yorumladıklarının bir göstergesi olarak değerlendirmektedir. Liebes ve Katz araştırmalarında, anlamsal, sözdizimsel ve edimsel olmak üzere üç tür eleştirel okumayı ayırt etmektedirler. Anlamsal okumada, izleyiciler kurmaca bir anlatıdaki bir temayı, mesajı veya konuyu algılama kabiliyetlerini kullanmaktadırlar. Anlamsal okumanın da üç düzeyi vardır. Bunların göndergesel okumaya en yakını, seyircilerin dizinin tümüne yayıldığını düşündükleri bir temayı saptamalarıdır. İzlerkümelerin bu tür eleştirel okumalarına, programın kapitalizmin yozlaşmışlığını yansıttığı veya zenginlerin mutsuz olmasını yansıttığı şeklindeki yorumlar örnek olarak verilebilir. Göndergesel okumaya daha uzak olan okuma tarzı eleştirel okumadır ve bu süreç bir mesajın algılanması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu eleştirel okuma biçimini kullanan izleyiciler, yapımcıların sadece programın temasını amaçlamış olduklarını söylemekle kalmamışlar, bu temaların programa manipüle etme amacıyla konmuş olduklarını da belirtmişlerdir. Daha yüksek anlamsal okuma düzeyi ise arşetipik okuma olup bu düzey, seyircilerin Dallas'ta tüm öyküleri veya programları kapsayan genel bir temayı tespit etmelerini dile getirmektedir.

Sözdizimsel eleştiri izleyicilerin türleri, saymacaları veya anlatı şemaları, karakter tipleri veya yapım koşulları bakımından programları tartışma kabiliyetlerini işaret etmektedir. Seyirciler öykülerin yinelenmeci özellikleri veya soap opera türünün karakteristikleri ya da daha da gelişkin bir biçimde, Dallas'ın niçin tipik bir soap opera olmadığı üzerinde fikir sarf edebilirler. Ya da izleyiciler öyküye özgül dramatik etkiler yaratmak amacıyla yerleştirilmiş olan karakterlerin niteliklerine duyarlı olabilirler. Araştırmada bazı izleyici kümeleri özellikle öykünün ilerlemesini belirlemiş olabilecek örgütsel ve ticari kısıtlılıklar üzerinde durmuşlardır.

Edimsel eleştiri yapan seyirciler, karakterlerle veya anlatıyla olan ilişkilerinin farkında olduklarını dile getirmektedirler. Örneğin, türsel saymacaların itkisiyle izlerküme üyeleri olay örgüsünde daha sonra ne olacağını kestirmek için çok fazla zaman harcayarak, önceki haftaki bölümde sonraki bölüme bırakılan sorunlara çözümler üretmektedirler.

Liebes ve Katz, eleştirel okumalarda da ulusal ve etnik kümelelerin büyük ölçüde farklılaştıklarını belirtmektedirler. Örneğin, Ruslar anlamsal okumanın ideolojik yönünü benimseme eğiliminde olup, Dallas'ı bir mesajlar dizisi olarak, yani belli fikirleri, görüşleri aktarmaya yönelik bir dizi olarak görmüşlerdir. Amerikalılar ise, her türden sözdizimsel okumaları diğer gruplardan çok daha fazla olasılıkla üstlenmişlerdir. Araştırmacılara göre bunun nedeni, büyük olasılıkla, Amerikalıların genelde televizyonla, özelde de Dallas'la daha tanışık olmalarıdır.

Eleştiriler ve Değerlendirmeler

Etnografik izlerküme araştırmalarının küçük-ölçekli olması kuşkusuz bunlardan geçerli genellemeler yapılabilmesini engeller ama burada amaç gerçek izleyicilerin toplumsal dünyalarının özgül yanlarına ilişkin bilgi edinmektir (Ang, 1991). Böylelikle bu araştırmalar gerçek insanların gündelik yaşamlarında televizyonla ilişkilerinin özgül ayrıntılarına yönelik duyarlılığın artmasına katkıda bulunurlar. Televizyon izleme deneyimini kavramada bu duyarlılığın yeri çok önemlidir. Çünkü televizyon gerçek insanlar tarafından,

doğal ortamlarında ve gündelik ilişkileri içinde kullanılan, üstelik bu gündelik ilişkilerin hem bir parçası, hem de bu ilişkilerin bir anlamda yapılaştırıcısıdır.

Denis McQuail (1994), kültürelci alımlama araştırmalarını tanımlayan belli başlı özellikleri şöyle özetlemektedir:

a) Televizyon (ve diğer medya) programlarının (metinlerinin) sunulan bu programlardan anlamlar ve hazlar kuran izlerkümelerinin algılaması aracılığıyla ‘okunması’ gerekir. Yani programlara yönelik içerik çözümlemesi ve diğer tür nicel veya nitel okumaların, bu programların izlerkümelerinin yorumları ve anlamları dışlandığı takdirde hiçbir önemi yoktur. Televizyon programları izleyicilerinin anlam ve haz kurma çalışması ve çabasıyla önem ve hatta varlık kazanırlar.

b) Bu araştırmaların esas ilgilendiği konu, bir dizi pratik olarak televizyon (medya) kullanım sürecinin bizzat kendisi ve bu sürecin gelişme biçimidir. Televizyon izleme tekbiçimli, tek yanlı ve sırf bir seyretme edimi olarak soyutlanamayacak bir pratikler topluntusudur. Diğer araştırma geleneklerinin çoğu, televizyon izleme pratiğini sırf televizyona bakma edimiyle ve bu edimin süresiyle tanımlar. Oysa kültürelci yaklaşım, televizyon izleme pratiğini birçok başka kültürel ve toplumsal pratik gibi bir üstbelirlenme, yani hem belirlenen hem de belirleyen bir pratik olarak kavramlaştırır.

c) Belli televizyon (program) türlerinin izlerkümeleri, aynı deneyimi, söylem biçimlerini ve televizyonu anlamlandırma çerçevelerini paylaşan ‘yorum toplulukları’ oluştururlar.

Yorum toplulukları kavramı özellikle edebiyat kuramlarında ‘alımlama kuramı’ olarak bilinen yaklaşım içinde ortaya atılmış ve herhangi bir metni okuma sürecinin aslında karmaşık bir anlambilimsel ve toplumsal süreç olduğunu, farklı okurların farklı okuma yapılarının bunların çeşitli yorum topluluklarına mensup olmalarından kaynaklandığı varsayımı içinde anlamını kazanmıştır. Edebiyat kuramları içinde bu kavramı tartışan Stanley Fish, ‘yorum topluluğu’ olarak edebiyatın mahiyetine, edebiyat eleştirisinin amaçlarına ve yorum sürecinin mahiyetine ilişkin temel varsayımları paylaşan edebiyat akademisyenleri topluluğunu kastetmektedir.

Dolayısıyla farklı yorum toplulukları, bir edebi yorumun kurulması konusunda birbirleriyle fikir birliği içinde olmayan ama hepsi zorlu edebiyat metinlerine ilişkin tutarlı okumalar üretebildikleri için eş-değerde edebi bilgiye sahip olan okurlardan oluşmaktadır (1980).

Janice Radway, Fish'in bu dar profesyonel tanımının edebiyat uzmanları dışındaki okurlara da uygulanabileceğini, böylelikle bazı izleyicilerin kovboy filmlerini klasik romanlara, polisiyeleri şiire niçin tercih etliklerini aydınatabileceğini belirtmektedir. Radway'e göre, yorum toplulukları, metinlerin kodlarını değerlendirme konusunda değil, bizzat okumanın mahiyeti ve amacı üzerinde bile farklılaşabilirler (1984).

d) İzleyiciler asla edilgin olmadıkları gibi tüm izlerküme mensupları eşit de değildirler. Çünkü bunların bazıları diğerlerine göre daha deneyimli veya daha etkindirler.

e) Araştırma yöntemlerinin 'nitel' ve derinlemesine, çoğu kez etnografik olması gerekmektedir. Bu yöntemler, içeriği, alımlama edimini ve bağlamı birlikte değerlendirmelidirler.

Bu tür araştırmaların televizyon-izleyici ilişkisini, izleyicinin mahrem alanına, yani aile yuvasına taşıyarak, televizyonun içeriğinden, yani ekrandaki dünyadan ziyade izleyicinin gündelik yaşamındaki etkinliklerine ağırlık verecek şekilde tanımladığı buraya kadar söylenenlerden açıkça ortaya çıkmaktadır.

Etnografik araştırmaların bunca yaygınlık kazanmasında genel toplumbilimde 'gündelik yaşam' kavramının moda olması da etkili olmuştur. Ne var ki, bu araştırmaların çoğunda 'gündelik yaşam' ve 'gündelik kültürler' konusunda yeterli bir kuramsallaştırmanın eksikliği görülür. Drotner (1994) etnografik iletişim çalışmalarında bu kavramların söylemsel bir muğlaklık taşıdığını belirterek 'gündelik' kavramının tarihini aydınlatmaya girişir ve bu kavramı televizyon alınılmasındaki güncel konularla bağlantılandırır. Alımlama süreçlerinin eşzamanlı ve artzamanlı bakış açılarının kısa bir özetini yapan Drotner 'gündelik' kavramının daha ayrıntılı ve incelikli bir medya etnografisi için ne kadar yararlı olacağını ortaya koymaya çalışır.

Etnografinin geniş kapsamı iki çok önemli çözümleme biçimini kolaylaştırmaktadır. İlkin, medya çıktısının çok sayıda düzeyinde giderek daha açık yönleri haline gelen metinlerarasılıkları tespit etmemiz gerekmektedir. İkinci olarak da, etnografi giderek küreselleşen medya üretiminin insanların gündelik yaşamlarında kullanılması ve konumlanması suretiyle nasıl farklılaştığını anlamamıza yardımcı olabilecektir.

Bu eğilim kabaca izleyicilerin televizyon karşısında daha etkin bir biçimde kavramlaştırılmasını içermektedir. Ne var ki, kimileri bu eğilimin aslında iddia edildiği gibi özgün ve yepyeni olmadığını öne sürmektedir. Nitekim örneğin, James Curran, 'kullanımlar ve doyumlar' gibi araştırma geleneklerinin çok önceleri bu araştırmalarda ulaşılan birçok noktayı zaten aydınlatmış olduğunu belirtmektedir (1990). Bu yeni yaklaşıma karşı Curran, etkin izlerkümelerin özerkliği konusunda ciddi sınırlamalar bulunduğunu, medyanın (ve kültür endüstrilerinin) güçlü yapısal etkenler olduklarını belirtir. Curran'a göre, televizyon programları her türlü anlamın üretilmesine izin veren sınırsız biçimde 'açık' metinler değildir; programlarda kesinlikle bir tercih edilen anlam bulunmaktadır ve bu anlam izleyicilerin metinle olan ilişkilerinde yönlendiricidir. İzleyicilerin etkinlik alanlarının televizyon programlarının dayattığı anlamla iyice sınırlanmasının nedeni, Curran'a göre, televizyonun sürekli olarak tekrarladığı imgeler ve temaların birikimsel etkisi olabilir. Etnografik alımlama çalışmaları, özellikle izleyicilerin etkinliğini vurgulayarak, televizyon ile izleyici arasındaki ilişkiyi izleyicilerin televizyon programlarını yorumlamaları çerçevesinde tanımladıkları için, toplumsal ve kültürel iktidarın nasıl kurulduğu ve uygulandığı, geniş kültürel toplulukların ortak kimliklerini nasıl oluşturdukları gibi özsel soruları göz ardı ettiği gibi, büyük ölçüde öznelliğe düşme tehlikesi de içerir yollu düşünceyi savunanların yanı sıra (örneğin Schlesinger, 1987) izleyicinin ekran karşısındaki gücünü abartmanın ve televizyon ile izleyicisi arasındaki ilişkide izleyiciyi ve alımlama pratiklerini belirleyici ve muktedir ilan etmenin ağırlıklı olarak popülizm izleri taşıdığını öne sürerek (örneğin Brunsdon, 1989) bu yaklaşımı eleştirenler de bulunmaktadır.

Semiyotik Demokrasi

Televizyon karşısında bizleri, yani izleyicileri tam, hatta anarşik denebilecek bir özgürlüğe kavuşturan, daha doğru bir deyişle, televizyonu neredeyse izleyicilerine indirgeyen ve izleyicileri, böylelikle bir anlamda televizyon denen, endüstrisiyle, teknolojisiyle, programları, programcılarıyla, ratingleriyle, kültürüyle birlikte devasa bir aygıtın efendileri olarak konumlayan bir yaklaşım, tüm tartışmaya açık ve spekülâtif yönlerine karşın, burada ayrı bir başlık altında ele alınmayı hak etmektedir. Sözüünü ettiğimiz John Fiske'nin 'semiyotik demokrasi' kavramıyla tanımladığı yaklaşımdır.

Fiske'nin 'semiyotik demokrasi'sine ayrı bir yer ayırmamızın iki nedeni vardır: İlkin, bu yaklaşım, etnografik izleyici araştırmalarının varabileceği kuramsal yerlerin neler olabileceğini ortaya koymakta, hatta bu yerlerden birini örneklemektedir. Etnografik kültürel çalışmalar televizyonun işleyişini üretim kertesinden tüketim kertesine taşımakla ve bu kerteği 'seçme', 'reddetme' gibi davranışlardan ve 'algılama' mekanizmaları gibi bilişsel süreçlerden ayrı olarak televizyon programının (anlamının) kurulma anı olarak konumlandırmakla, izlerkitlenin sınırsız özgürlüğüne gidebilecek olan yolu açmıştır. Bu yol herhangi bir bilimsel sakınma ve kısıtlama olmaksızın takip edilebilir. Nitekim Fiske bu yolu yeğleyerek yaklaşımını geliştirmiştir.

İkinci nedenimiz, bu yaklaşımın bir anlamda televizyon izleyicileri olarak televizyon karşısındaki iktidarımızı anımsatmasının, televizyonu sürekli 'günah keçisi' ilan etme yaygın eğilimimizi sorgulama olanağı vereceği düşüncesidir. Kuşkusuz Fiske'nin yaklaşımını kurarken böyle bir pedagojik kaygısı yoktur. Tam tersine, Fiske, televizyon dahil, tüm popüler kültür ürünlerini, örneğin 'etkiler yaklaşımı'nın izleyicileri nitelediği kavramla, 'boş çanak' olarak niteler ve bunları ciddi ve yüksek sanat kültürü ürünlerinin karşısına, 'semiyotik demokrasi'nin mümkün olmasını sağlayan yapıtlar olarak olumlu bir şekilde konumlar ve selamlar.

Fiske'ye göre, popüler kültür ürünleri, yüksek kültür ürünlerini 'açık', popüler ürünleri de 'kapalı' metinler olarak niteleyen Umberto

Eco'nun söylediğinin tam tersi olarak 'açık metinler'dir. Hem de öylesine açıktırlar ki, izlerküme mensupları bunları kendi kapasiteleri içinde istedikleri gibi eğer, bükür, yoğurur ve anlamlandırabilirler.

Fiske'nin yaklaşımı 'iradeci Marksizm'in semiyotik alandaki bir yansıması" gibidir sanki. Nitekim kuramsal çalışmasının derdini, 'sosyalist bir haz kuramı' geliştirmek olarak niteleyen Fiske şöyle der (1989): "İnsanlar kendi kültürlerini yapabilir ve yapmaktadırlar da, hem de kendi seçmiş olmadıkları koşullar içinde". Fiske bu iddiasını, popüler kültür kuramlarının popüler kültür ürünlerinin belirleyici gücünü abartmaları, izleyicilerinkini ise azımsamalarına karşın, aslında tersinin geçerli olduğu görüşüne dayandırır. Popüler kültür, kültür endüstrisi tarafından üretilmemekte, halk tarafından inşa edilmektedir. Çünkü kitlesel olarak üretilen bir kültürel ürün, söz gelişi Madonna'nın yeni bir CD'si, plakçı dükkanında bir kez satın alındığında kültür endüstrisinin bir ürünü olmaktan çıkar ve gündelik yaşamın kültürel bir kaynağı, parçası haline gelir. Gündelik yaşam pratiklerinin kültürel metni olan bu ürünler, izleyiciler tarafından, etnik, cinsel ve benzeri eşitsizliklerin geleneksel ve hakim temsilinin sarsılmasını sağlayacak bir şekilde kurulurlar (anlamlandırılırlar).

Çünkü Fiske'ye göre 'popüler olan' açık, akışkan ve kaygan bir kültürdür ve 'zayıf olan'ın simgesel taktikleriyle gerçekleşir. Bu iddia popüler kültür ürünlerinin 'çokanlamlı' olduğu iddiasıyla birleşir. Fiske, yukarıda sözünü ettiğimiz Hall'un okuma rejimlerindeki 'tercih edilen okuma' kategorisini bir yana bırakır. Çünkü popüler kültür ürünleri tek bir tercih edilen anlamla kurulmazlar ve izleyicilerin okuma edimi bu tercih edilen anlam çevresinde gerçekleşmez. Tersine bu ürünler "çokanlamlıdırlar ve okurlar ya da izleyiciler kendi gündelik yaşam pratikleri içinde bu anlamları 'müzakereli' veya 'muhalif biçimde' yeniden-kururlar. İzleyicilerin popüler kültür ürünlerini kullanımları sıradan, edilgin, kısıtlı değil, yaratıcı bir iştir.

Fiske televizyonun çıktısının aslında program değil semiyotik, yani göstergesel bir deneyim olduğunu öne sürer. Bu deneyimin özsel niteliği, açıklığı ve çokanlamlılığıdır. Kuşkusuz bu 'al, anlamı kendin kur' şeklinde bir 'kendin pişir, kendin ye' paketine

benzemez, ama hazır ‘paketlenmiş’ anlamlar kutusu da değildir. Kültürel belirlenimler içinde iş görmekle birlikte, bu sınırlamalara ve denetimlere meydan okuma, bunları değiştirme veya bunlardan kaçma özgürlüklerini ve iktidarını da sunmaktadır izleyiciye. Bütün popüler kültür metinleri çokanlamlıdır, ama çokanlamlılık kesinlikle televizyonun metinselliğinin özündedir. Televizyonun sunduğu bu göstergesel deneyim, izlerkümelerin semiyotik düzlemde kurdukları anlamla ‘tercihlerini’, ‘direnişlerini’, ‘hazlarını’ ortaya koymaları nedeniyle ‘semiyotik bir demokrasi’ deneyimidir. “Semiyotik demokrasi öznenin metnin, toplumsal deneyimin ve özneliğin anlamlarına katılma ve bunları eğip bükme iktidarına sahip olmasını gerektirir. Kuşkusuz bu iktidar belirlenmemiş ya da sınırsız değildir. İktidar ancak direncin deneyimlenmesinde var olabilir, demokrasi ancak otokratik güçler karşısında gereklidir. İzleyicinin televizyondan kendi alt kültürüne ait anlamları kurma iktidarı metinde karşıtlaşan semiyotik güçlerin işbaşında olduğunun kabul edilmesiyle var olabilir ancak. Televizyondan anlam kurma süreci izleyicinin-ürettiği, merkezsiz, demokratik anlamların karşıtlaştığı yetkeci, merkezi semiyotik güçlerin tanınmasını ve kabul edilmesini içerir”.

Fiske’nin görüşleri, ilginçliğine karşın, düşünce disiplindeki aşırılığın tüm kusurlarını da içermektedir. Stevenson’un belirttiği gibi (1995), Fiske’nin açıklaması, simgesel biçimlerin alımlanmasını yapılaştıran kurumlara yeterli ve gerekli önemi vermemektedir; iddiaları, bir ideoloji kuramının olasılığını önceden önlemektedir; popüler kültür ürünlerine ilişkin görüşleri, bu ürünlerin gerçek içeriğine ilişkin somut bir araştırmayı dışlamaktadır ve nihayet Fiske, popüler biçimlere ilişkin kendi yaptığı okuma ve yorumları izlerkümelerinkinin yerine koymaktadır.

Fiske’nin yaklaşımı tüm eleştirilen yönleriyle birlikte geçerliği tartışılabilir, bize hiç de göz ardı edemeyeceğimiz bir noktayı anımsatmakta ya da telkin etmektedir: “Televizyon izleme dediğimiz eylemde ya da davranışta, iş bizde, yani televizyon izleyicilerinde biter”.

İğneyi Bize, Çuvaldızı Televizyona

Böyle bir iddia, bu kitabın temel derdini, yani televizyon karşısında daha uyanık, daha kavrayışlı ve daha eleştirel bir tavrın tüm izleyiciler için gerektiği düşüncesini, dayandığı düşünsel temeller ve amacı itibariyle olmasa bile vardığı sonuç itibariyle desteklemektedir. Çünkü, “televizyonu eleştirirken aslında kendimizi de eleştirmekteyiz, hatta belki dolaylı olarak da olsa esas kendimizi eleştirmekteyiz, çünkü televizyon izleyicileri olarak bu devasa aygıtın, hem de en önemli parçalarından biriyiz ve bu aygıtın eleştirdiğimiz ya da olumladığımız tarzda işlemesini sağlayan asal etkenlerinden biriyiz”. Televizyon programlarına yönelik izleyici şikayetleri, tepkileri aslında izleyicilerin kendi güçsüzlüklerinin, çaresizliklerinin kendi ağızlarından itirafıdır. O zaman bizlerin izleyici olarak güçsüzlüğümüzün ve çaresizliğimizin nedenlerini sorgulamamız gerekmektedir.

Elbette ki, herkesin bir konumdan bakıldığında haklı, bir başka konumdan ise haksız olabileceği; dünyanın insanlar arası serbest oyun tarzında kurulduğu; tarihin ne başladığı dolayısıyla, ne de bir yere ulaşacağı düşüncesinin karşıtlarını ‘Auschwitz’in, nazizmin, Stalinizm’in müsebbipleri olarak rahatça eleştirdiği, kısaca modernizm-sonrasicılığın (postmodernizmin) her türlü esintisinin hem moda hem de düşünce dünyasına hakim olduğu bir ortamda (hem de ne ironiktir ki, iddialarının temelleri büyük ölçüde bu modayla bitişen Fiske’den mülhem olarak) böyle bir talebin öne sürülebilmesi biraz cesaret gerektirir. Ama, insanoğlunun varoluşunu sürdürebilmesinin, insanın bu dünyada kendi yazgısını hâlâ belirleyebilir olduğu inancının, suyun altında, derinlerde bile olsa yaşamasıyla mümkün olabileceği düşüncesi, bu cesareti göstermek zorunda bırakıyor bizi.

Televizyon ve Çocuklar

Televizyon izlerkitle ilişkisinin olumsuz kimi yönlerine ilişkin toplumda yaygın olan kanılar, özellikle çocuklar söz konusu olduğunda ödün vermez bir inanca dönüşüyor. Bu inancın düşünsel

dayanağı, çocukluk döneminin bir insanın yaşamında her türlü etkiye açık olduğu yıllar olması; duygusal nedeni ise, insanların çocuklarını her türlü zararlıya karşı koruma savaşını sürekli vermesi. Bu zararlılara kuşkusuz televizyon da dahil ediliyor.

Çocukluk insanın ‘ağacın yaşken eğilmesi’ misali toplumun değerlerini edinmesi, bilgilenmesi, doğru davranış modellerini benimsemesi, kişiliğinin yapıtaşlarını ideal birey ölçütüne göre kurması sürecini en yoğun olarak yaşadığı bir dönem. Çocukluk böyle bir dönem olunca, çocuklar da ister istemez televizyonun en sorunlu, zarar görmeye en açık, güçsüz, dolayısıyla da korunmaya muhtaç izleyicileri oluyorlar.

Tüm bu düşünce silsilesinde belli bir doğruluk payı kuşkusuz var. Ama bu temel üzerine kurulan öneri ve öngörülerin, ‘etkiler’ yaklaşımını tartışırken eleştirmiş olduğumuz yalıtmacılık ve indirgemecilik nedeniyle tek yanlı olma tehlikesine de burada değinmemiz gerekiyor. Çünkü bir kez böyle bir yalıtma ve indirgeme yapıldığında televizyon-çocuk ilişkisine dair varsayımlara dayalı iddialar kadar, bu iddiaların herhangi bir bilimsel temeli olmayan gözlemlerle desteklenmesine de sıklıkla tanık oluyoruz. Bu tür desteklerle daha da yalıtık bir neden-sonuç ya da uyaran-tepki ilişkisi haline gelen televizyon-çocuk ilişkisi, bu ilişkinin karmaşıklığını kavramamızı engelliyor, ama daha da önemlisi çocukların olumsuz davranışlarında, edindikleri ve öğrendikleri olumsuzluklarda tek neden olarak (günah keçisi olarak) televizyonun gösterilmesine neden oluyor.

Bu daha önemli, çünkü çocukların yetiştirilmesinde bizlerin, toplum olarak sorumluluğumuzu göz ardı etmemiz böylelikle kolaylaşıyor. Konuyu daha açık olarak aktarabilmek için burada kişisel tarihinden bir örnek vereceğim. 1997 yılında TRT Televizyonunun İkinci Kanalı’nda bir söyleşi programına katılmıştım. Programın adı ‘Televizyon ve Çocuklar’, konusu da adından beklenebileceği üzere televizyonun çocuklar üzerindeki olumsuz etkileriydi. Programa birkaç ana baba, yuva öğretmeni, psikolog, televizyonun çocuk yayınları sorumlusu da katılmıştı. Programa katılanların hemen hepsi televizyonun olumsuz olabilecek etkilerine karşı çocukların korunması gerektiği

konusunda fikir birliği içindeydi. Ancak bir konudaki fikir birliğiyle genellikle bu konuya ilişkin başka değişkenlerin göz ardı edilmesi zaa-
fi, burada da geçerliydi ve tartişma giderek çocukların davranışlarındaki
ki (özellikle şiddet edimine ilişkin davranışlarındaki tüm olumsuzlukla-
rın sebebinin televizyon olduğu sonucuna doğru gidiyordu.

Televizyonun çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin gideril-
mesi için gerekli politik ve yasal önlemlerin alınması ne kadar ge-
rekliyse, tartişmanın ister istemez böyle bir seyir izlemesi, sonuçta
toplumun ve bizlerin çocukların biçimlenmesindeki olumsuzluk-
lardan sorumluluğumuzu ve hatalarımızı da o denli gizlemeye yol
açmaktadır. Televizyonun çocukların saldırganlığı üzerindeki etki-
sinden çok emin olan bir yuva öğretmeni, bu inancını tanık olduğu
bir örnekle temellendirmek amacıyla yaşadığı bir olayı aktardı. Yu-
vadaki çocuklardan biri arkadaşlarına bir tabancayı gösterirken ta-
banca ateş alıyor ve çocuklardan biri yaralanıyor. Yuva öğretmeni
bu canlı olayı televizyonun çocuklardaki saldırganlık eğilimini nasıl
harekete geçirdiğinin bir örneği olarak anlatınca, kendisine sorma-
dan edemedim: ‘Peki sayın öğretmen’, dedim, ‘tabancayı nereden
bulmuş çocuk’. Öğretmen, ‘babasının tabancasıymış’ diye yanıtladı.
‘Neyse ki benim çocuğum televizyonu epey sık izlemekle birlikte
patlatacak bir tabanca bulamıyor da, televizyonun bu zararlı etkile-
rinden kendisini kurtarabiliyor’ dedim yuva öğretmenine.

Aslında söylemek istediğim, bu olayda belki televizyonun en il-
gisiz etmenlerden biri olduğuuydu. Bu söylemek istediğimle birlikte
akla hemen gelen soruları da burada sıralamak istiyorum: ‘Acaba
toplumda silahlanma eğiliminin nedeni televizyon mudur?’; ‘Aca-
ba, arkadaşlarından birini babasının tabancasıyla yaralayan çocuğun
bu saldırgan ve kötü davranışının asıl etmeni, evde şiddetin en so-
mut örneklerinden biri olan tabanca bulunduran, üstelik de bunu
çocuğundan gizlemeyen baba mı, yoksa televizyon mudur?’; ‘Ga-
zetelerden, dergilerden, televizyonlardan tanık olduğumuz top-
lumda giderek yaygınlaşan şiddet eğilimi acaba televizyon yüzün-
den midir, yoksa toplumun yasal, ekonomik, kültürel bazı zaafla-
rından mı kaynaklanmaktadır?’ Bu soruların sayısı artırılabilir.

Tüm bu sorularla birlikte, ‘televizyon ve çocuk’ ilişkisine burada diğer konular arasında ağırlıklı bir yer ayırmak gerektiğini düşünüyoruz. Çünkü bu konu özellikle ‘şiddet ve anti-sosyal davranışlarla’ ilişkili olarak, televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri bağlamında, hem kültürel ve toplumsal politikalara ilişkin tartışmalarda, hem de iletişim araştırmalarında üzerinde en çok durulan bir alanı tanımlamaktadır.

Bu konuya bunca önem ve ağırlık verilmesinin nedeni çok anlaşılabilir, çünkü, çocuklarla televizyon ilişkisi, yetişkinlerin televizyonla ilişkisine oranla, yukarıda bu konuya girişte belirttiklerimizi de içeren, birbirine bağlı en azından üç nedenle sorunludur: İlki, çocukluk, toplumsal değerlerin içselleştirilmesinin henüz tamamlanmamış olduğu ve toplumsal öğrenme süreçlerinde etkiye en açık olunan bir dönemdir. Çocukların şiddet, saldırganlık gibi anti-sosyal davranışları, bu davranışları temellendiren değerleri öğrenmeleri ve bunları içselleştirmeleri bu nedenle çok mümkündür. Bu görüşte, toplumsallaşma kuramlarının, toplumsallaşma sürecinde çocukluk dönemine bu anlamda atfettikleri önemin rolünü de göz ardı edemeyiz. Televizyon işte bu toplumsallaşma sürecinde, aile, din, eğitim gibi kurumların yanında yeni bir etken olarak ortaya çıkmıştır ve zaman zaman bunlardan çok daha etkili olduğu öne sürülmektedir. Toplumsallaşma sürecinde ailenin rakibi olarak işleyen ve ana babanın görece denetleyebildikleri diğer toplumsallaştırıcı etkenlere oranla daha denetimsiz görünen bu etkene karşı duyulan kaygılar, kuşkusuz belli ölçüde haklılık payı taşımaktadır. Zaten ana babaların televizyona yönelik ‘sansürcü’ tavırları aslında bu etkeni denetim altına alma mücadelesinin bir parçasıdır.

Bununla bağlantılı bir ikinci neden, çocukların dış uyaranlara karşı korumasız, savunmasız olduğu inancıdır. Çocuklar henüz toplumsal kişilikleri oluşmadığı için, iyiyi kötüyü ayırt etme konusunda gerekli mekanizmaları geliştirmiş değildirler. Dolayısıyla, toplumsal iyi ve kötü kategorileri henüz üst benliği yeterince gelişmemiş olan çocuklarda birbirine karışabilir.

Nihayet bu yukarıdaki açıklamalarla bağlantılı bir başka nedenle, daha önce sözünü etmiş olduğumuz televizyonun ‘üçüncü kişi’

etkisine en açık olan yaş grubunun çocuklar olduğu düşünce ve inancının yaygınlığıdır.

Elbette tüm bu korkulu nedenlere bir de insanoğlunun geleceğe ilişkin endişesini eklememiz gerekiyor. Televizyondan anti-sosyal davranışları öğrenmiş, saldırganlığı ve şiddeti zihinsel olarak içselleştirmiş gelecek kuşakların insanlığın geleceği için bir tehdit olacağı endişesi, geçerliği bakımından tartışılabilir bile yaygınlığı ve iyi niyeti bakımından kuşkusuz üzerinde durulmaya değer bir duygusal durumdur ve bunun insanoğlunun geleceğine ilişkin kaygıların yerini bugünü kurtarma felsefesinin aldığı günümüzde, kıyıda köşede kalmış insani duygu durumlarından biri olması bu değerini daha da artırmaktadır.

Çocuklarla televizyon ilişkisinin ‘etnografik izleyici araştırmaları’ geleneğinde pek sorunsallaştırılmadığını, bu konunun esas olarak geleneksel iletişim araştırmaları alanında tartışılacağına da burada belirtmemiz gerekiyor.

Ne Tür Etkiler?

Mander (1974) ve Postman (1985) gibilerinin tersine bazı düşüncelerine karşın, televizyon çocuk ilişkisini sorgularken varsayımımız, televizyonun toplumsallaştırıcı bir etken olarak esasında ne kötü, ne de iyi olduğudur. Bu varsayımın zorunlu uzantısı, televizyonun etkileri ve değerinin yayınlanan programların türleri ve izleyicilerin onları kullanma biçimlerine göre değiştiğidir.

Huston ve Wright’ın araştırması (1996), bu değişkenlerin önemini ortaya koyar. Huston ve Wright, araştırmalarını üç soru çerçevesinde kurmaktadır. Bu soruların ilki, çocukların televizyon aracını kullanma edimini nasıl öğrendikleri, bu edime nasıl toplumsallaştıklarıdır. Bu soruyla bağlantılı olan ikinci soru ise, toplumda, ailede ve çocukta televizyon izleme tarzını ve miktarını neyin belirlediğidir. Araştırmacıların üçüncü sorusu, ilk televizyon izleme deneyimlerinin çocuğun bilişsel ve toplumsal gelişmesini nasıl etkilediğidir. Araştırma sonucunda, çocukların çoğunlukla televizyon izlerlerken bilişsel olarak etkin oldukları, anlayışlarına ve

çıkarlarına bağılı olarak neyi, ne zaman izleyecekleri konusunda bilinçli seçimler yaptıkları görülmüştür.

Ne var ki, araştırmada bu bulgudan daha da önemli olarak, çocukların televizyon izlemelerinin özellikle ilk yıllarında ailelerine bağılı olduğu ortaya çıkmıştır. Ailenin televizyon izleme kalıpları yani izlenen programların türleri, televizyon izleme miktarı, zamanı gibi düzenlilikler, bir ölçüde o ailenin içinde yaşadığı toplumsal kurumlar ve durumlar tarafından belirlenmektedir. Çocukların televizyon seyretme alışkanlıklarına sosyalle olmalarında ilk yaşlar can alıcı bir dönemdir. Çocuklar neyi, ne miktarda izleyeceklerini ana babaları ve kardeşlerinin koymuş oldukları örnek aracılığıyla öğrenmektedirler. Çocukların yetişkinler için hazırlanmış olan programları izlemeleri büyük ölçüde ailedeki diğer bireylerin yaptığı izleme seçiminin dolaysız bir sonucudur.

Ayrıca, yine çocukların televizyonu diğer bilgi araçlarıyla birlikte kendilerini toplumsal gerçekliğin içinde konumlandırmada bir kaynak olarak kullandıkları da bilinmektedir. Çocuklar, gerçeklik tanımlarını televizyondan edindikleri bilgiyi başka kaynaklardan aldıkları bilgiyle karşılaştırarak ve tartarak oluştururlar. Şayet televizyondan edindikleri bilgi gerçek yaşamda yaygın olarak görülenle çatışırsa, o zaman çocuklar televizyondaki temsili gerçek dışı veya gerçek toplumsal normlardan sapmış olarak reddetme eğilimi göstermektedirler.

Ne var ki Austin, Roberts ve Nass'ın ortaya attığı bu televizyon yorumlama modeline göre, arzulanan bir televizyon temsilinin, gerçekdışı olarak algılansa bile benimsenmesi mümkündür. Modelin televizyonda alkol görüntüleri bağlamında sınıandığı bir araştırmanın sonuçları hipotezi büyük ölçüde desteklemektedir (Austin ve Meili, 1994). Araştırmada toplanan veriler çocukların, hem mantıksal hem de duygusal olan bir yorumlama süreciyle beklentiler geliştirdiklerini, bunu yaparken hem gerçek yaşam, hem de televizyondaki bilgi kaynaklarını kullandıklarını ortaya koymaktadır. Austin ve Meili, alkol kullanımının önlenmesi için uygulanacak etkili bir stratejinin, çocukların televizyondaki alkol kullanımı temsillerine yönelik bir kuşkuculuk geliştirmelerine yardımcı olması;

bilgi kaynakları ve davranış modelleri olarak ana-babaların oynadığı ilksel rolü öne çıkarması gerektiğini öne sürerler.

Ayrıca, çocukların uyaranları algılama, yorumlama ve kavrama tarzlarında, onların gelişme evrelerine göre farklılıklar olduğu düşünülecek olursa (örneğin, Piaget'nin bilişsel gelişme kuramı bunun böyle olduğunu öne sürmektedir, 1976), bu farklılıkların çocukların gördükleri ve işittiklerine karşı tepkilerinde de farklılıklara yol açması gerekir. Demek ki, çocuklar şeklinde genel bir kategorileştirme televizyon-çocuk ilişkisinin araştırılmasında bazı yanlış değerlendirmelere yol açabilir. Piaget'nin kuramından hareketle söyleyecek olursak, özellikle 8 yaşın çocukların bilişsel gelişmelerinde can alıcı önemde bir yer tuttuğunu göz önünde bulundurmak gerekir. 8 yaş, çocukların televizyondaki öyküleri, karakterleri ve televizyonun gerçekliğini kavramalarında tam bir dönüm noktasıdır.

Dolayısıyla farklı bilişsel gelişme düzeylerindeki çocukların aynı televizyon içeriğine farklı bilişsel ve duygusal tepkiler göstermeleri doğaldır (Cantor ve Nathanson, 1996). Demek ki, genel bir çocuk kategorisi televizyon içeriğiyle çocuklar arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlayan araştırmalarda sorunlu bir kategoridir ve araştırmaların sonuçları tüm çocukluk yaşındakileri kapsayacak şekilde genelleştirilemez.

Televizyonun her şeyden önce başka boş zaman etkinliklerinin, özellikle de okumanın yerini aldığı bilinmektedir. Böylelikle televizyon bir anlamda büyük bir kitlenin boş zamanına el koymakta, bir anlamda bu zamanın haylice bir bölümünü sömürgeleştirmektedir. Çocuklar üzerine yapılan araştırmalarda da bu ilişki görülmektedir. Koolstra ve van der Voort'un araştırmaları ilkokul çağındaki çocukların her gün 2-3 saat televizyon izlediklerini, buna karşılık günde sadece sekiz dakikalarını okuma edimine ayırdıklarını ortaya koymaktadır. (1996 ve 1997).

Televizyon ile okumaya ayrılan zaman ve okuma becerisi arasındaki ilişki, özellikle eğitimciler ve ana babalar arasında kaygıya neden olacak bir şekilde varsayımlaşmakta, televizyona ayrılan zaman arttıkça çocukların okuma becerisinde bir azalma olduğu öne sürülmektedir. Koolstra ve van der Voort, bu varsayımı sınamak

amacıyla, televizyon seyretmenin çocukların evde, boş zamanlarında kitap ve çizgi roman okuma sıklığı üzerindeki uzunlamasına etkisi ile bu etkilerin altında yatan mekanizmaları da soruşturmakta-
dırlar. Aynı çocuklar üzerinde birer yıl aralarla üç kez gerçekleştirilen araştırmalar televizyonun hem kitap okuma eğilimini hem de çocukların okudukları üzerinde yoğunlaşma yetilerini olumsuz şekilde etkilediğini ortaya koymuştur. Yine, bu kez genel olarak televizyon izlemenin çocuklar üzerindeki etkilerini araştıran Signorelli ve Staples, televizyonun sayısız mesajın bombardımanı altında olan çocukların, hem amaçlanan hem de amaçlanmayan çok sayıda içeriğe maruz kaldıklarını belirtiyorlar. Bunlar şiddet, toplumsal cinsiyet rolü, ırksal basmakalıp yargılar, beslenme ve çevre gibi birçok konuyu içeriyor. Araştırmada televizyon izlemeyle çocukların sağlıklı beslenme eğilimleri arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişki cinsiyet, ırk, okuma düzeyi, ana-babaların eğitim düzeyi ve meslekleri gibi değişkenlerden etkilenmemektedir (1997).

Televizyon-çocuk ilişkisinde kaygıya neden olan bir başka varsayım, televizyon izlemeyle hayal gücünün yaratıcılığı arasında genellikle olumsuz bir bağıntının bulunduğu şeklindedir. Özellikle okuma, radyo dinleme gibi etkinliklerle karşılaştırıldığında televizyonun hayal gücünü harekete geçirme bakımından etkisiz olduğu düşünülmektedir. Örneğin radyo ile televizyonun bu bağlamda karşılaştırılmasına dayanan ‘görselleştirme hipotezi’ne göre, televizyon, radyodan farklı olarak izleyicilerine hazır görsel imgeler sunmakta ve onlara kendi imgelerini oluşturmak için fazla imkân vermemektedir. Yaratıcı düşünce sürecine girdiklerinde izleyiciler, kendilerini televizyonun temin ettiği imgelerden uzaklaştıramamakta, böylelikle de yeni fikirler üretmede zorluk çekmektedirler. Bu hipotez televizyonun yaratıcı düşgücü üzerindeki indirgeyici etkisini aracın görsel niteliklerine bağlamaktadır.

Valkenburg ve Beentjes bu hipotezi sınamak amacıyla yaptıkları deneyde karşıt bir hipotez geliştirirler. Buna göre radyodaki öyküler televizyondakilere oranla daha yeni tepkilere yol açar çünkü bunlar daha az anımsanır (bellek-yanılması hipotezi). Valkenburg

ve Beentjes'in bu hipoteze dayalı olarak çocuklar üzerinde yaptıkları araştırmada, yaşı artmasıyla birlikte televizyonun yaratıcılık üzerinde olumsuz etkide bulunduğu, küçük yaşlarda ise böyle bir etkinin görülmediği saptanmıştır (1997).

Çocuklar ile televizyon ilişkisinde yetişkinleri, özellikle ana babaları kaygılandıran bir başka sorun, çocukların televizyon programlarındaki kurmaca unsurları gerçek olarak algılayabilecekleridir. Oysa yapılan araştırmalar, çocukların televizyon programlarının gerçekliği yansıtıp yansıtmadığı konusunda kendi başlarına değerlendirme yaptıklarını, bu değerlendirmelerin hem televizyon aracına hem de gerçek gündelik yaşama ilişkin bilgileri arttıkça giderek artan gelişkinlik düzeyine ulaştığı ve çok sayıda ölçütün kullanılmasını içerdiğini ortaya koymuştur. Dolayısıyla çocukları televizyon karşısında, ekranda ne gösterilirse onu herhangi bir değerlendirme sürecinden ve işleminden geçirmeksizin algılayan, bir 'boş levha' olarak görmemek gerekmektedir.

Nihayet televizyonun eğitim bakımından çocuklar için zorunlu olarak kötü olduğu ve ana babalarla çocukların televizyonu aynı şekilde yorumladıkları yaygın inancına karşı görüşler de bulunmaktadır. Hodge ve Tripp (1986), Avustralya'daki okul çocukları arasında *Prisoner Cell Block H* adlı arkası yarın dizisinin popülerliğini araştırırken, okul çocuklarının kendilerini psikolojik olarak bu dizideki kadın mahkumlarla özdeşleştirdiklerini bulgulamışlardır. Araştırmacılar, bu bulguyu, çocukların okuldaki konumlarıyla bu drama karakterlerinin durumları arasındaki yapısal benzerliklerle açıklamaktadırlar. Okul çocukları ve mahpuslar tek bir otoritenin yönetimi altındadırlar, bunların ikisi de tepeden dayatılan sıkı sıkıya programlanmış bir düzen içinde muamele görmektedirler ve faaliyetleri kurumun ussal planlamasıyla koordine edilmektedir. Okul çocukları, ayrıca, okul ve hapisane arasında, genellikle bir yere kapatılmışlık, arkadaşlarından ayrılmışlık ve hiçbir haklarının bulunmaması, ellerinde olsa burada bulunmak istememe ve itaat etmenin anlamlı olmadığını düşündükleri kurallara katlanmak bakımından birçok benzer nokta olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şe-

kilde öğretmenler ve hapishane gardiyanları otorite figürleri olarak çocuklar tarafından sıklıkla aynı konuma yerleştirilmiştir.

Böylelikle araştırma, bu dizinin popülerliğinin sebebinin, çocukların okulları hapishane gibi görmelerinin bir sonucu olduğunu ortaya koymuştur. Bu tür bir değerlendirme televizyonun çocuklar tarafından, ana babaların ve yetişkinlerin düşündüklerinden farklı biçimde yorumlanabileceğini, dolayısıyla ana babaların ve yetişkinlerin televizyondaki her hangi bir içeriğin çocuklar üzerindeki özgül etkilerine ilişkin yorumlarının aslında bu içeriğin çocuklar üzerindeki gerçek etkisiyle hiçbir bağlantısı olmayabileceğini dile getirmektedir. Bu, ayrıca ve daha da önemli olarak, araştırma soruları ve deseni yetişkinlerin gözlemi ve değerlendirmesiyle kurulduğu için, televizyon-çocuk ilişkisini soruşturan çalışmaların sonuçlarının sağlıklı olmayabileceğini ima eden bir değerlendirmedir.

Frenette ile Caron'un (1995) yaptığı araştırma da, televizyon-çocuk ilişkisinin verimli sonuçları olabileceğini ortaya koymaktadır. Özellikle etkileşimli televizyon yayıncılığının, yani izleyicinin yayın sırasında elindeki uzaktan kumanda cihazıyla içeriği seçme (örneğin bir şarkının seçimi), bilgi üretimine katılma (örneğin bir matematik probleminin çözülmesi), öyküye müdahil olma (örneğin herhangi bir film ya da dizinin karakterlerinden birinin davranışı, eylemi konusunda karar alma), görsel kompozisyona müdahale etme (örneğin bir konser yayınında görüş açısını değiştirme, bir futbol maçının naklen yayınında istenen kameradan maçı izleyebilme) olanaklarını sağlayan teknolojik gelişmenin, çocukların öğrenmelerini kolaylaştıran ve eleştirel izleme becerilerini geliştiren programlar üretilmesi için yeni olanaklar sağladığı görülmektedir.

Dolayısıyla televizyon-çocuk ilişkisini bir tek olumsuz yönleriyle değerlendirmek ve televizyonun özellikle gelişen teknolojik olanaklar çerçevesinde bu ilişkiye getirebileceği olumlu katkıları göz ardı etmek kuşkusuz kusurlu olduğu kadar, aynı zamanda çok karamsar bir bakış açısının tezahürüdür ve bu tür bir bakış açısı televizyon-çocuk ilişkisinin olduğu kadar genel olarak televizyon ve toplum ilişkisinin de kapsamlı, verimli ve zengin bir çözümlemesini engelleyebilir.

Şiddet Konusu

Televizyon ile çocuklar arasındaki ilişkide yukarıda belirtilen tüm olası etkiler ana babaların ve yetişkinler toplumunun kaygılarına yol açmakla birlikte, televizyon dendiğinde yetişkinlerin asıl tüylerini ürperten konu 'şiddet', onu izleyen konu da 'cinsellik'tir. Cinsellik ölçüsü, ölçülmesi ve etkileri bakımından formüle edilmesi, tanımlanması daha zor ve karmaşık bir konu olduğu için, daha çok yetişkinlerin bastırılmışlıkları ve 'mahçubiyet' duygularıyla ilgilidir. Bu konu, çağa göre değişen bir şeydir ve toplumun sıkı sıkıya denetim altına alabildiği ve televizyon endüstrisinin hem üretim hem de tüketim kertesindekilerin üzerinde anlaştıkları bir alana aittir. Nihayet bu genel oydaşmaya karşın, cinsellik, tanımı bakımından çok da değişiklik gösterir, çünkü bu kültürel bir konudur, tanımı, sınırları değişir ve izleyicilerin mensup oldukları alt-kültürlere göre şekillenir. Bunun en açık örneği, televizyondan cinsellikle ilgili yakınmaların, insanların inanç ve düşün yapısı olarak kendilerini konumladıkları ya da konumlanmış buldukları yere göre değişmesidir. Televizyon dizilerinden birindeki bir sahne, muhafazakârlar için buram buram 'cinsellik' kokarken, orta sınıf modernistleri böyle bir kokunun ayırımında bile değildirler. Dolayısıyla cinsellik konusunda 'aşırı erotizm' ve elbette ki 'pornografi' dışında, endüstri standartlarını koymuştur ve bu standartlar üzerinde genel bir toplumsal sözleşmenin varlığından söz edebiliriz.

Ama şiddet konusu çok daha tartışmalı ve sorunludur. Çünkü şiddetin genel geçer ve işlevsel bir tanımını yapmak çok zordur. Şiddet, sözden davranışa kadar her insan ediminin içinde, ayırımına varılarak ya da ayırımına varılmaksızın bulunabilir. Burada açık 'şiddet' edimleri dışında bir standart geliştirmenin zorluğu açıktır. Bu nedenle televizyonun özellikle çocukları şiddete ya da daha genel bir kavramla 'anti-sosyal' davranışlara yöneltici etkileri konusu medya ve televizyon araştırmalarında en fazla mesai harcanan alanlardan biri, hatta birincisi olmuştur.

Toplumbilimciler arasında televizyondaki şiddetin bazı izleyiciler üzerinde gerçek yaşamdaki saldırganlık eğilimini artırdığı yö-

nünde bir fikir birliği bulunmaktadır. Hatta bunun özellikle çocuklar üzerinde gerçek bir tehlike olabilecek düzeye ulaşabileceğini öne sürenler bile vardır. Örneğin Aronson, “televizyonda şiddetin potansiyel olarak özellikle çocuklar için bir davranış modeli işlevi görmesi anlamında bir tehlike olduğunu araştırmalar ortaya koymaktadır” demektedir (1995).

İletişim ve Toplumsal Politika Merkezi’nin (Center for Communication and Social Policy, 1998) 1996-97 yayın mevsiminde Amerikan kanallarındaki televizyon programlarına ilişkin araştırmasında, şiddetin televizyonda çılgınlık düzeyine ulaştığı ve en kötüsü, televizyondaki şiddet edimlerinin de gerçekleştirildiği ortamda ve bağlamda pek cezalandırılmadığı saptanmıştır. Böylelikle buram buram şiddet kokan bir televizyon ekranı ve bu ekranda gerçekleştirilen şiddet edimlerinin cezasız yani karşılıksız kalması, kuşkusuz şiddet edimlerini bilhassa çocuklar için özendirici kılan bir etkide bulunabilecektir. Yine araştırma bulguları, televizyonun 7 yaş altındaki çocukları, daha yaşlı izleyicilere oranla çok daha fazla tehlikeye maruz bıraktığını ve bu tehlikeli şiddet görüntülerinin çoğunun küçük çocukları hedef alan türlerde ve kanallarda yer aldığını ortaya koymaktadır.

Bu tür bir etki kaynağının izleyiciyi televizyona cezbetme bakımından da önemli bir ‘cazibe unsuru’ olmasının beklenmesi doğaldır. Ancak örneğin Diener ve DeFour (1978), yapılan araştırmalarda, televizyondaki şiddetin, programın popülerliğini artırdığı yönünde pek bir destekleyici delilin var olmadığını belirtmektedirler. Bunların yanı sıra, televizyondaki şiddet içeriğiyle çocukların gerçek yaşamdaki saldırgan davranışları arasında bir ilişkinin bulunmadığını öne süren ve bulgularıyla bu iddiayı destekleyen çok sayıda başka araştırma da bulunmaktadır. Yine şiddetin televizyonun popüleritesini artıran bir unsur olduğunu öne süren araştırmalar da vardır. Özetle, televizyondaki şiddetle çocukların daha sonraki saldırgan davranışları arasındaki ilişki, birbiriyle çelişen çok sayıda bulgu ve iddiaya konu olmuştur ve olmaktadır.

Nitekim, Paik ve Comstock'un televizyonun anti-sosyal davranış üzerindeki etkilerine ilişkin araştırmaları genel olarak değerlendiren bir incelemeleri (1994), araştırmaların tasarımları, izleyici özellikleri ve televizyon izleme tarz, miktar ve sıklığı gibi değişkenlere göre televizyonun etkilerinin derecesinin de değiştiğini ortaya koymaktadır. Ama derecesi ne olursa olsun, incelenen tüm araştırmalar televizyon şiddetini izleme ile anti-sosyal ve saldırgan davranışlar arasında olumlu bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Ne var ki, bu konuda çalışmalar yapan araştırmacıların bazıları da, televizyondaki şiddeti izleme ile saldırgan davranış arasında nedensel bir ilişkinin söz konusu olmadığını öne sürmektedir. Bu iddianın gerekçesi nedenselliğin sosyal bilimlerde karmaşık ve tartışmalı bir kavram olmasıdır. Araştırmacı bu sorunlu kavram nedeniyle araştırma verilerinin değerlendirilmesinde birçok yanlış yapabilir. Ayrıca televizyonun genel etkileri değerlendirildiğinde, araştırmacıların şiddet üzerinde çok durmalarına karşı, televizyonun anti-sosyal davranışları özendirmekten daha çok, toplum tarafından onaylanan ve kabul gören davranışları özendirdiği görülmektedir (Friedlander, 1993).

Kuramsal Yaklaşımlar

Televizyondaki şiddet içeriğinin çocuklardaki saldırganlığı ve anti-sosyal davranışları etkileme sürecini açıklamak için geliştirilmiş birtakım kuramlar bulunmaktadır. Ne var ki bu kuramların herhangi biri diğerleri üzerinde açıklayıcılık gücü bakımından üstünlük sağlayabilmiş değildir.

a) Uyarma kuramı

Bu kuramın başta gelen savunucusu P.H. Tannenbaum'dur. Uyarma kuramı televizyondaki şiddete maruz kalmanın saldırganlığı artırdığını öne sürer. Çünkü şiddet seyircileri heyecanlandırmakta veya 'uyarmakta'dır (Tannenbaum ve Zillman, 1975).

Bu düşünce belli tür televizyon içeriğinin insanlara aşırı yüklenmesinin onları nasıl etkileyeceği sorusundan temellenmektedir. Bu yaklaşıma göre, televizyon çocukları çeşitli (görsel ve işitsel) u-

yarıcılarla 'aşırı yüklemekte' ve böylelikle onları hiperaktif hale getirmektedir.

Televizyon şiddeti saldırganlıktan başka davranış biçimlerini uyarabilir; şiddet dışındaki içerik kategorileri saldırganlığı uyarabilir ve laboratuvar deneylerinde ve gerçek yaşamda görülen birçok etki, bir film sekansının kurgusunda artan uyaran eğrisindeki noktanın seyirciyi terk ettiği ana dayanıyor olabilir (bu an, sansür veya ölüm ve seksin ekran dışında gösterilmesi saymacası nedeniyle kesildiği an-noktadır).

Uyarma hipotezi; erotik, şiddet içeren ve uyarıcı olduğu varsayılan diğer içerik kategorilerinin üniversite çağındaki özneler arasında fizyolojik heyecanlanma ölçümlerini artırdığını, mizahi, erotik ve diğer uyarıcı görsel temsiller kategorilerine maruz kalmanın kolej çağındaki öznelerde daha fazla saldırganlığa yol açtığını, hem fizyolojik uyarımın ve davranış düzeyinin, bir film sekansının heyecanlandırıcı bir notla mı bittiği yoksa daha yatıştırıcı, hafif temsillerle mi bittiğine bağlı olarak değiştiğini gösteren araştırmalar tarafından desteklenmektedir.

b) *Duyarsızlaşma etkisi*

Ne var ki kimi araştırmacılar, televizyon uyarıcılarıyla aşırı yüklenmenin insanları ve çocukları 'hiperaktif' yapma yerine onlar üzerinde 'anestezi' etkisi yarattığını belirterek uyarma kuramının varsayımlarını sorgulamaktadırlar. Böylesi bir uyarılmanın başlıca etkisi de 'duyarsızlaşma'dır.

Cline, Croft ve Courier'in araştırmaları (1973), şiddet edimlerine dolaysız olarak ya da medya aracılığıyla aşırı ölçüde maruz kalmanın, şiddet içeren olaylara karşı normal duygusal tepkileri psikolojik bir donukluğa, boşluğa dönüştürdüğünü saptamaktadır. Bu etkinin derecesi özellikle medyadaki şiddet içerikli mesajlar, şiddetin haklı görülebilir olduğunu öğrettiğinde daha da artmaktadır. Örneğin, polisiye dizilerde suçlulara karşı veya suçluların yakalanması için şiddet içeren eylemlere başvurulması ya da haksızlığın şiddete başvurulması bu etkinin en bilinen kaynakları arasındadır.

Üstelik bu etki insanın tüm yaşam boyu şiddet içeren programlara maruz kalmasını gerektirmez ve televizüel şiddete kısa bir süre maruz kalındıktan sonra bile ortaya çıkabilir. Dolayısıyla bu etkinin çocuklarda görülmesi, yani televizyonda şiddete maruz kalan çocuklarda şiddet edimlerine karşı duyarsızlaşmanın saptanması hiç de şaşırtıcı değildir (Potter ve Warren, 1996).

c) *Toplumsal öğrenme kuramı*

Televizyonda şiddet içeriği ile özellikle çocukların saldırganlık eğilimi ve anti-sosyal davranışları arasındaki ilişkinin en yaygın kuramsal çerçevesi, hâlâ büyük ölçüde A. Bandura'nın toplumsal öğrenme kuramına dayanmaktadır (1973).

Tan (1986), bu perspektifin sadece televizyondaki şiddetin model olmasını açıklamakla kalmadığını, şiddeti seyretme ile saldırganlık arasındaki ilişkinin olumlu ve nedensel bile olsa, çoğu örnekte çok küçük olmasının nedenini de açıkladığını belirtmektedir.

Bandura'nın kuramına göre, insanların öğrenmesinde üç ayrı araç bulunmaktadır: dolaysız, gözlemsel ve simgesel. Bunların ilki, çevreyle insanın dolaysız ilişkisinin sonucunda ortaya çıkar. İkinci-si, gözlem veya taklit yoluyla gerçekleşir. Üçüncüsü de, dil ve simgelerin kullanımıyla olur. Bandura'nın toplumsal öğrenme modeline göre, çocuklar televizyonda şiddete başvuran karakterleri izleyerek aynı ana baba, yakınlar, akranlar ve diğerlerini izleyerek başka bilişsel toplumsal becerileri öğrenmeleri gibi saldırgan davranmayı da öğrenirler.

Gözlemsel öğrenme en çok yaşla bağlantılıdır. Bu süreç özellikle küçük çocuklar için önemli bir etmen olmakla birlikte çocukların yaşı ilerledikçe önemini bir ölçüde de olsa yitirmektedir.

Laboratuvar deneylerinin çoğunluğu bu önermeyi desteklemektedir. Deneylerin bir çoğunda, televizyon uyarıları bir biçimde saldırgan davranıştan oluşmuştur ve bağımlı değişken de, oyunda bu davranışın taklit edilmesinin saptanmasıdır. Özneler tipik olarak küçük, çoğunlukla ana okulu yaşındadırlar. Açıkça görülen, çocukların saldırgan davranış biçimlerini televizyondan öğrendikleri ve bu sal-

dırgan tepkileri oyunlardaki davranışlarında gösterdikleridir. Yine, çok küçük çocukların televizyondaki davranışları taklit ettiğini ortaya koyan bir başka araştırmada, Dubow ve Miller (1996) televizyonda şiddet içeriği izlemenin, gözlemsel öğrenme aracılığıyla saldırgan davranışları etkilediğini ortaya koymaktadır. Buna göre, bir çocuk televizyonda daha önce görmüş olduğu durumlara benzer bir durumla karşılaştığında, televizyonda öğrenmiş olduğu davranışı karşı karşıya kaldığı durumla başa çıkmak için kullanabilmektedir. Böylelikle televizyon programlarında çok sayıda saldırgan davranış izleyen çocukların, bu davranışları uygun uyaranlarla karşılaştıklarında uygulayacak şekilde depolayabildikleri söylenebilir.

Öğrenme kuramıyla temellenen araştırmalarda, şiddet temsillerinin gerçeklik derecesinin de önemli olduğu saptanmaktadır. Gerçekçi olarak algılanan şiddetin taklit edilme ve davranış kılavuzu olarak kullanılma olasılığı çok daha fazladır (Atkin, 1983). Ne var ki, bu etki küçük çocuklara oranla büyük çocuklar üzerinde görülmektedir. Çünkü gerçekliği düşlemsellikten ayırma yetisi büyük çocuklarda daha çoktur. Yine saldırgan davranan karakterin kişiliği de, şiddet içeriğinin etkisi bakımından önem taşımaktadır. Araştırmalar cazip ve ilginç olarak algılanan kişilik modellerini çocukların daha fazla taklit etme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır (Bandura, 1986). Öğrenme kuramı çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmalar, saldırganlığın ve şiddet kullanımının verili bir durumda savunulabilir bir davranış biçimi olarak temsil edilip edilmemesinin de önemli bir değişken olduğunu göstermektedir. Buna göre, şiddet kullanımının haklı bir gerekçeye dayalı olarak gerçekleştirildiği televizyon sahnelerinin, çocuklar tarafından taklit edilme olasılığı çok daha yüksektir.

d) *Kısıtsızlaştırma hipotezi*

Kısıtsızlaştırma hipotezi televizyon şiddetinin belli koşullarda, insanların böylesi bir davranışla ilgili kısıtlamalarını zayıflattığı için, kişiler arası saldırganlığın artışıyla sonuçlanacağını öne sürmektedir (Berkowitz. 1962). Buradaki temel değişken, televizyondaki şid-

detin ödüllendirildiği, televizyondaki şiddet temsiline benzer uyarıların insanın çevresinde ortaya çıktığı ve çevrede daha önce izleyiciyi kızdırmış veya izleyiciye zarar vermiş bir hedefin bulunduğu durumlardır. Böyle durumlarla karşılaşıldığında, kişiler arası ilişkilerde insanların saldırgan davranışlarda bulunma olasılığı televizyondaki şiddet içeriğiyle bağlantılı olarak artmaktadır.

e) *Katharsis (saldırganlık azalması) hipotezi*

Bu hipotez, belli koşullar altında televizyondaki şiddete maruz kalmanın, izleme sonrasında izleyicilerdeki saldırganlık eğilimini azalttığını öne sürmektedir. Çünkü bu tür gösterimler, insanların şiddet içerikli anti-sosyal davranışlarından arınmalarına neden olur.

Dramatik temsillerde 'katharsis' kavramını Aristoteles geliştirmiş ve binlerce yıl önce tiyatro temsillerinde canlı olarak oyuncularla canlandırılan dramalara ilişkin çözümlemesinde kullanmıştır. Dramanın amacını 'katharsis' olarak tanımlayan Aristoteles, bu kavramla, seyircilerin, sadece kurmaca olduğunu bildikleri halde, sahnedeki öyküye psikolojik olarak dahil olduklarını, oyuncular arasında saldırganlık doruğa ulaştığında bir 'katharsis' veya baskının gevşeyip gitmesi duygusu yaşadıklarını, bunun deneyimlemesi haz veren bir duygu olduğu ve onları arınmış, boşalmış ve şiddet davranışına daha az eğilim gösterecek hale getirdiğini anlatmaktadır.

Saldırgan enerji bir çıkış aramaktadır ve kendisini, ya aşırı şiddet edimleri halinde patlayarak ya da zihinsel hastalık semptomları olarak gösterir. Saldırgan enerji, insanlar kendilerini saldırgan olarak dile getirmeye izin verilmediğinde birikmekte, baskı artmaktadır. Bu Freud'un görüşüdür; ama Freud, bu sonuçla ilgili direkt bir delil bulunmadığını da belirtmektedir. Gerçekten de, televizyondaki şiddet ile saldırgan davranışlar arasındaki ilişkiye dair araştırmaların hiçbirinde bu hipotezi destekleyen verilere ulaşılamamıştır. Bu nedenle katharsis kavramıyla temellenen ve televizyondaki 'şiddet' ile buna maruz kalanların daha sonra saldırgan davranışlarında azalma olup olmadığını sorgulayan araştırmalara, muhtemelen kuram yanlışı olduğu için literatürde artık hiç rastlanmamaktadır.

f) *Kullanıma hazırlama*

Bu kuram, Berkowitz ve Rogers (1986) tarafından, bilişsel psikoloji ve insanın enformasyonu bir işleme tabi tutma yetisini konu alan güncel çalışmalardan yararlanılarak yapılan şiddet araştırmalarına ilişkin bir genel değerlendirmede ortaya atılmaktadır. Berkowitz ve Rogers, televizyonun etkilerini koşullanma ilkelerine dayanarak açıklayan yaklaşımların yerine, zihinsel çağrışım kavramlarını, özellikle de 'kullanıma hazırlama' kavramını koymaktadırlar.

'Kullanıma hazırlama' kuramına göre, bir düşünce harekete geçirildiğinde, bu düşünceyle ilişkili olan diğer düşünceler 'çağrışım yolları'na dayalı olarak bilince getirilir. Bu işleyiş, ilişkili düşüncelerin yeniden zihne gelme olasılığını artırır ve böylelikle bunlara ortaya çıkma, gerçekleşme talimatını verir.

Berkowitz ve Rogers, böyle bir durumun açıklamasının, televizyondaki şiddetin özellikle devamlılığı olmayan ve kısa dönemlerde ortaya çıkan etkileriyle ilişkili olduğunu öne sürmektedirler. Şiddet içerikli televizyon programları, saldırgan düşünceleri izleyicilerin daha sonra kullanımı için hazırlarlar ama çağrışımlar sürekli olarak pekiştirilmediği takdirde bu düşünceler yok olup giderler.

Teknik ve Yasal Önlemler

Televizyonun çocuklar üzerindeki özellikle şiddet bağlamındaki olumsuz etkilerine ilişkin araştırmaların, kimi kaygıları doğrulaması nedeniyle çocukları bu tür varsayılan etkilerden koruma yönündeki siyasal eğilimler özellikle son yıllarda hız kazanmıştır.

Bu çerçeveden olmak üzere Amerikan Kongresi, 1990 yılında oybirliğiyle 'Çocuk Televizyonu Yasası'nı benimsemiş ve yasa, 1 Ekim 1991'de yürürlüğe girmiştir. Bu yasa, çocuk programlarında aşırı şiddet unsurlarını ve diğer uygun olmayan malzemeyi engellemeyi amaçlayan bir yayın siyasasını uygulamaya sokuyordu. Yasa, yayıncıların çocukların eğitim gereksinimlerinin karşılanmasına katkı yapmalarını, yayın izinlerini sürdürebilmeleri için zorunlu bir koşul haline getiriyordu. Yayıncılar daha yapıcı çocuk programları gerçekleştirmeye özendiriliyordu.

Ne var ki yasa, ne çocukları televizyondan koruyan bir mevzuat çıkarılmasını en şiddetli şekilde destekleyenleri, ne de yayıncıları memnun etmedi (Hayes, 1994). Çocukların televizyon karşısındaki haklarını savunan gruplar, yayıncıların yasayı uygulama biçimlerini onaylamazken, yayıncılar da, yasanın kendilerinden talep ettiği ‘çocukların eğitim ve bilgi gereksinimleri’ni karşılamaları yükümlülüğüne nasıl cevap vereceklerini bilemediler. Yasa belirsizdi, öylesine belirsizdi ki, çocuklara yönelik televizyon yayınlarında olumlu görülebilecek çok az değişiklik oldu. Hatta Federal İletişim Komisyonu’nun yasanın nasıl uygulanacağına ilişkin yorumları, Komisyon’un bile televizyonu küçük seyirciler için daha eğitici bir deneyim haline getirmek üzere ne yapılması gerektiği konusunda belirsizlikler içinde olduğunu ortaya koymuştur.

Nitekim, Kunkel ve Canepa’nın (1994), Amerika’da Federal İletişim Komisyonu’na (FCC) yayın izni yenilemesi için 1992’de başvuran 48 istasyon üzerinde, bu yasanın gereklerini yerine getirip getirmediıklarını anlamak için yaptıkları araştırma da, yayıncıların bu konuda yetersiz kaldıklarını ortaya koymaktadır. Araştırmaya göre, izin yenileme talebinde bulunan bu istasyonların çocuklar için hazırlanmış eğitim programlarının ortalama süresi 3,5 saat dolayında olmakla birlikte bunların eğitsel değeri gerçekten tartışmaya açık bir düzeyde görünmektedir.

Sonuçta, Çocuk Televizyonu Yasası, başlangıçta beklendiği etkiyi sağlayamadı ve çocuk programları yasadan önceki haliyle hemen hemen aynı kaldı (Knell, 1995). Yine bu yasa, televizyon programlarında 12 yaşından küçük çocukları hedef alan reklamların sınırlandırılması zorunluluğunu getiriyordu. Snyder bu sınırlamanın uygulanıp uygulanmadığını tespit etmek için yaptığı araştırmada, başlangıçta olumlu gelişmeler görülmekle birlikte, 1994 yılıyla birlikte yasadan önceki duruma dönüldüğünü belirtmektedir (1995). Bu iki örnek, çocuk ve televizyon ilişkisini baskıcı, hötzötçü, sansürcü olmayan bir yasal çerçeve içinde, bu çerçeve ne denli iyi niyetle çatılırsa çatılsın, çözümlenmesinin beklenemeyeceğini ortaya koymaktadır.

Yine yasa koyucular, çocukları televizyondaki şiddetin zararlı etkilerinden korumanın yollarını bulmaya çalışmaktadırlar. Yakınlarda Amerika'da ortaya atılan üç öneri bu tartışmaları alevlendirmiştir. Bu önerilerin ilki, televizyon alıcısı imal edenlerin tüm yeni alıcılara bir V-yongası takmaları zorunluluğunu getirmektir. Böylelikle evlerde ana babalar televizyon alıcılarını uygun bir şekilde programlayacaklar ve çocuklarını şiddet unsuru içeren programlardan koruyabileceklerdir. İkinci öneri, televizyon yapımcılarına bir yük getirmektedir. Buna göre televizyon yapımcıları gerçekleştirdikleri ve yayınladıkları her program için bir şiddet değerlendirme-si, puanlaması yapacaklar, böylelikle ana babalar şiddet dozu yüksek olan programları önceden bu çizelgeye bakarak öğrenecek ve çocuklarını bu programları izlemekten alıkoyabileceklerdir. Sonuncu öneri ise, şiddet unsuru içeren programların, çocukların genel olarak televizyon izlemedikleri 'güvenli liman' tabir edilen saatlerde gösterilmesini sağlamaktır.

Amerikan Kongresi 1996 yılında 'Telekomünikasyon Rekabet ve Deregülasyon Yasası'nı benimseyerek, bu önerilerden ilk ikisini yürürlüğe soktu. Ne var ki Potter ve Warren, bu önerilerin gerisinde yatan düşüncelerin özünde kusurlu olduğunu, dolayısıyla istenen etkiyi sağlayamayacaklarını öne sürmektedirler. Çünkü iki önemli konu göz ardı edilmiştir. İlk konu, şiddet ediminin tanımının çok dar bir şekilde yapılması, ikincisi ise, şiddet ediminin sıklığından çok, bu edimin anlamının önem taşıyor olmasına karşın, bu önerilerin anlam konusunu hiç düşünmemiş olmasıdır (1996).

Şiddet edimine ilişkin açık ve işlemsel bir tanım olmaksızın yukarıda sayılan üç önerinin de geçerliği tartışma götürür, hatta bu önerilerin uygulanırlığı da mümkün olmaz. Ama böylesi bir tanımın geliştirilmesi de çok zordur, çünkü şiddet kavramı herkesin üzerinde anlaştığı doğal, yalın bir kavram değildir. Tam tersi, herkes şiddeti farklı unsurlarla tanımlamaktadır. Bu farklı tanımlar uygulamada farklılıklara yol açacaktır. Kimi ana babalar televizyon alıcılarını programlarken kantarın topuzunu iyice kaçırıp, çocuklarının izleyecekleri programların sayısını iyice kısıtlarken, kimileri de

gerçekten tehlikeli olabilecek programları kendi şiddet edimi tanımlarına uymadığı için çocuklarının erişimine açık bırakacaklardır. Yine toplumda herkesin üzerinde anlaştığı bir şiddet edimi tanımı olmadığı için, televizyon yayıncı ve yapımcılarının yapacakları şiddet puanlaması da belli bir ölçüte dayalı olmayacaktır.

Bu koruyucu önlemlerin ikinci kusuru, şiddetin anlamından çok temsil sıklığı üzerine inşa edilmiş olmalarıdır. Buradaki ana varsayım, bir çocuğun maruz kaldığı televizüel şiddet edimlerinin sayısı ile sonuçtaki risk arasında doğru orantılı bir ilişki olduğudur. Dolayısıyla riskin azaltılması için televizyondaki şiddet edimlerine maruz kalma miktarının ve sıklığının azaltılması gerekir. Bu, mekanik bir ilişki kurması nedeniyle kusurludur, Çünkü burada aslolan şiddet ediminin anlamıdır, etkiyi yaratan, riske sebep olan edimin sıklığı değil, şiddet ediminin temsil edilme tarzıdır.

Potter ve Warren, bu tür düzenleyici önlemlerin temelinde yatan varsayım ve düşüncelerin kusurlu olmaları nedeniyle yararlı olamayacaklarını belirtirken, televizyonda istenmeyen içeriklerle ve bunların çocuklar üzerindeki olumsuz etkileriyle ilgili problemlere yönelik tek ve sağlam çözüm yolunun 'eğitim' olduğunu öne sürmektedirler. 'Eğitim' konusunu eksenine alan bir çözüm yolu arayışı ise, konu olarak televizyon endüstrisini değil 'izlerküne'yi seçmek durumundadır. 'Eğitim', en etkili çözüm yolu olmanın yanı sıra, başka türlü çözüm arayışlarının ister istemez neden olacağı sansürcülük ve seçme özgürlüğünün kısıtlanması gibi olumsuzlukları da giderecektir. Ayrıca yasa koyucunun, televizyon gibi başarılı bir endüstriye ürünleri konusunda dayatmalarda bulunma, baskı uygulama gibi, hem ekonomik faaliyet özgürlüğüne hem de düşünce üretme özgürlüğüne pek istenmeyen müdahaleleri de söz konusu olmayacaktır.

Eğitim kavramı, yazarlara göre problemin çözümünde hedef noktasını doğru olan yere, yani izleyicilere çevirmektedir. İzlerkile mensupları içeriği ve bu içeriğin kendi üzerlerindeki uzun-dönemli etkilerini anlamak ve televizyon mesajlarındaki anlamın kurulmasını denetleyebilmek gücünü ve yetisini ancak eğitimle kazanabilirler. Eğitim, izleyicileri bilinçdışı izleme riskini daha doğru şekilde de-

ğerlendirmek suretiyle televizyonun zararlı etkilerinden kendilerini korumaya yöneltir. Ayrıca izleyicileri televizyon endüstrisine yönelik talep yelpazesini genişletmeye, insan yaşantısının zenginliğini tüm genişliğiyle aktaran programlara olan talebi artırmaya yöneltir.

Potter ve Warren'in özellikle eğitime yüklediği ikinci işlev, sadece televizyonda şiddetin etkileri konusunda değil, televizyon içeriğinin zenginleşmesi gibi çok daha geniş bir bağlamda da önemli görülmektedir. Çünkü yayıncılık alanını düzenleyici kuruluşlar ne tür önlemler geliştirirse geliştirsinler, yayıncılar özdüzenleyici ne kadar çok kural getirirlerse getirsinler, bunlar izleyicilerin giderek kısırlaşan ve daralan televizyon içeriği alanına talepleriyle yapacakları genişletici müdahale kadar etkili olamaz. İzleyicilerin program içeriklerini zenginleştirmeye yönelik talepleri, endüstrinin yeni programlar için mali riskleri göze alabilmesi demektir; böylelikle televizyonun alışlagelen ve giderek kısırlaşan, basmakalıplaşan program yapısı ancak izleyicilerin müdahalesiyle dönüştürülebilir.

Değerlendirme

Buraya kadar söylenen bunca şeyden sonra, toparlayıcı bir değerlendirme yapılması beklenir kuşkusuz. Hatta aslında beklenti bundan da ilerisindedir ve bazı önerilerde bulunulmasının gerektiği bile öne sürülebilir. Bu konuda bırakın önermeler, öneriler, tavsiyelerde bulunmayı, herhangi bir iddiaya dayanmayan ya da iddia içermeyen bir değerlendirmenin bile çok zor olduğuna inanmakla birlikte, bazı ifadeleri rahatlıkla kullanabileceğimizi düşünüyorum.

Örneğin televizyon-çocuk ilişkisinin, yetişkinlerle televizyonun ilişkisinden farklı olduğunu söyleyebiliriz. Bu farklılık çocukların televizyon içeriklerini okuma ve yorumlamalarının, yetişkinlerin çocukların bu okuma ve yorumlamalarına ilişkin okuma ve yorumlamalarından farklı olması anlamına gelmektedir. Yetişkinler kendileri yetişkinleştikten sonra, ana babalarının onların okudukları 'çizgi romanlar hakkındaki tepkilerini, eleştirilerini' nedense (aslında doğal olarak) unutmaktadırlar. Çoğu kez ana babalardan gizli gizli okunan Teksas'da, Tom Miks'te, hele beyazların Kızılderililerin, Kızılderilile-

rin beyazların kafa derisini yüzüp durdukları ‘Kinova’daki şiddetin dozunu, Tom Braks’ın, Kaptan Swing’in ve daha nicelerinin buram buram şiddet dolu olduğunu anımsayacak olursak, zihnimizde yetişkinlikten geçmişe, çocukluğumuza şöyle bir uzanıp televizyonu belki çocukların gözüyle görebilme kabiliyetim’zi bir ölçüde de olsa geliştirebiliriz. Üstelik, o zaman, Tom Miks’in son serüveninden habersiz kalmanın, arkadaş çevresindeki ilişkilerimizde nasıl olumsuz sonuçları olduğunu da göz önünde tutarak, televizyon-çocuk ilişkisi üzerine anlamlı bir şeyler söyleyebilmek, kendi çocukluğumuza böylesi bir seyahati gerektirir düşüncesindeyim.

Yine rahatlıkla söyleyebileceğimiz, televizyon bir aile aracı olmakla birlikte, çoğu ailede artık birden çok sayıda televizyon alıcısının bulunması ve bunlardan birinin büyük olasılıkla çocuklara tahsis edilmiş olmasının, çocukları aileden bağımsız bir televizyon izleyicisi konumuna getirdiğidir. Çocuğun televizyon izleme deneyimindeki bağımsızlığı, kişisel bilgisayar ve video oyunlarındaki bağımsızlığıyla da koşut bir gelişmedir. Televizyon-çocuk-şiddet üçgenini araştıran incelemelerin genellikle bu ‘bağımsızlık’ değişkenini göze almamaları nedeniyle, sonuçları itibariyle hiç değilse günümüzde tartışmalı hale geldiklerini de söyleyebiliriz. Yine, bu üçgenin konu edildiği araştırmalar, çoğunlukla çocukların sırf televizyondan edilgin bir şekilde şiddet içeriğine muhatap oldukları bir zaman dilimindeki, yani bilgisayar ve video oyunlarında doğrudan şiddet uygulayabildikleri bir dönem öncesindeki varsayımlara dayanmaktadırlar. Bugün artık çocuklar elektronik ortamın edilgin şiddet alıcıları olmaktan çıkmakta, bu ortamın dolaysız şiddet uygulayıcıları haline gelmektedirler. Bilgisayar ve video oyunlarındaki şiddet uygulama konusu, televizyonun şiddet içeriği sunma probleminden çok daha anlamlı ve önemli bir sorundur bugün. Dolayısıyla araştırma problematiklerinin yeniden kurulması, varsayımların yenilenmesi gerekmektedir.

Çocukların televizyon izlemesi her ne kadar ‘bağımsızlaşsa’ bile, televizyon-çocuk ilişkisindeki temel değişkenlerden birinin ana baba-televizyon ilişkisi olduğunu da rahatlıkla söyleyebiliriz. Sevdiği bir ‘soap opera’yı izlerken yanına gelip kendisiyle şu ya da bu ko-

nuda diyalog talep eden çocuğunu, ‘şimdi televizyon seyrediyorum, sonra’ diye başından savan bir annenin ya da benzer bir durumdaki ve edimdeki bir babanın çocuk-televizyon ilişkisini de tanımladığını aklımızın bir yerinde tutmamız, ana baba olarak taşıdığımız sorumluluğun ayırımında olmamız gerekir.

Kaynakça

- Abercrombie, N., *Television and Society*, Polity Press, Cambridge, 1996.
- Allen, R.C., “‘Soap Opera’ Audience and the Limits of Genre” içinde, Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G. ve Warth, E.-M. (der.), *Remote Control*, Routledge, London, 4-55, 1989.
- Anderson, D.R. vd., “Stressful Life Events and Television Viewing”, *Communication Resaerch*, 23 (3): 243-266, June 1996.
- Ang, I., *Watching Dallas: Soap Opera and The Melodramatic Imagination*, Methuen, London, 1985.
- *Desperately Seeking the Audience*, London, Routledge, 1991.
- Aronson, E., *The Social Animal*, New York, W.H. Freeman and Co., 1995.
- Atkin, C.K., “Effects of Realistic TV Violence vs Fictional Violence and Agression”, *Journalism Quarterly*, 60: 615-621, 1986.
- Aust, J.F. ve Zillman, D., “Effects of Victom Exemplification in Television News on Viewer Perception of Social Issues”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73 (4): 787-803, Winter 1996.
- Austin, E.W. ve Meili, H.K., “Effects of Interpretations of Televised Alcohol Portrayals on Childiren’s Alcohol Beliefs”, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 38(4): 417-435, Fall 1994.
- Bandura, A., *Aggression: A Social Learning Analysis*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1973.
- *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1986.
- Bare, J., “A New Look at Television Viewing and Adult Vocabulary”, *International Journal of Public Opinion Research*, 7(1): 23-29, Spring, 1995.
- Barnett, G.A. ve Cho, S.H., “Predicting Television Viewing: Cycles, the Weather, and Social Events”, Watt, J.H. ve VanLear, C.A. (der.), *Dynami Patterns in Communication Processes*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1996.

- Barwise, P. ve Ehrenberg, A., *Television and Its Audience*, Sage, London, 1988.
- Bechtel, R.B. ve Akers, R., "Correlates Between Observed Behaviour and Questionnaire Responses on Television Viewing" içinde, Rubenstein, E., Comstock, G. ve Murray, J. (der.), *Television and Social Behaviour*, Cilt 4, Television in Day to Day Life: Patterns of Use, Washington DC, US Government Printing Office, 1972.
- Berkowitz, L. ve Rogers, K.H., "A Priming Effects Analysis of Media Influences" içinde, Bryant, J. ve Zillmann, D. (der.), *Perspectives On Media Effects*, Lawrance Erlbaum, New York, 1986.
- Boyd-Barrett, O., *Mass Communications in Cross-Cultural Contexts: The Case of The Third World*, Open Uni. Press, Milton Keynes, 1977.
- Brown, M.E., *Soup Opera and Women's Talk*, Sage, London, 1994.
- Brunsdon, C., "Text and Audience" içinde, Seiter, E., Borchers, H., Kruetzner, G. ve Warth, E. (der.), *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*, Routledge, London, 1989.
- Burke, P., "We, the People: Popular Culture and Popular Indentity in Modern Europe" içinde, Lash, S. ve Friedman, J. (der.), *Modernity and Indentity*, Blackwell, Oxford, 1992.
- Cantor, J. ve Nathanson, A.I., "Children's Fright Reactions to TV News", *Journal of Communication*, 46 (4): 139-152, 1996.
- Center for Communication and Social Policy, *National Television Violence Study*, 2, Sage Publications, Thousand Oaks, 1998.
- Clancy, M., The Television Audience Examined, *Journal of Advertising Research*, 34 (4), Unpaginated Insert, July/August, 1994.
- Cline, V.B., Croft, R.G. ve Courier, S., "Desentisization of Children To Television Violence", *Journal of Personality and Social Psychology*, 27: 360-365, 1973.
- Cohen, S., *Folk Devils and Moral Panics*, Martin Robertson, Oxford, 1980.
- Condry, J., *The Psychology of Television*, Lawrance Erlbown, Hillsdale, 1989.
- Curran, J., "The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal", *European Journal of Communication*, 5 (2-3), 135-164, June, 1990.
- Diener, E. ve DeFour, D., "Does TV Violence Enhance Program Popularity", *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(3): 333-342, 1978.
- Drotner, K., "Ethnographic Enigmas: 'The Everyday' in Recent Media Studies", *Cultural Studies* 8 (2): 341-357, May, 1994.

- Dubow, E.F. ve Miller, L.S., "TV Violence Viewing and Agressive Behaviour" içinde, MacBeth, T.M. (der.), *Tuning in to Young Viewers*, Sage, Thousand Oaks, California, 1996.
- Elasmar, M.C. ve Hunter, J.E., "The İmpact of Foreign TV on a Domesic Audience: A Meta Anlysis, içinde Burleson, B.R., (der) *Communication Yearbook*, Cilt 20, 47-69, Sage Publications, Thousand Oaks, 1996.
- Esser, F. ve Brosius, H.-B., "TV As Arsonist?: The Spread of Right-Wing Violence in Germany", *European Journal of Communication*, 11(2): 235-260, June, 1996.
- Finn, S., "Origins of Media Exposure: Linking Personality Traits to TV, Radio, Print and Film Use", *Communication Research*, 24(5): 507-529, October, 1997.
- Fish, S., *Is There A Text in This Class?: The Authority of Interpretive Communities*, Harvard University Press, Cambridge, 1980.
- Fiske, J., "Moments of TV: Neither The Text Nor the Audience" içinde, Seiter, E., Bouchers, H., Kreutzner, G. ve Warth, E.-M., (der), *Remote Control: TV Audiences and Cultural Power*, Routledge, London, 1989.
- Frenette, M. ve Caron, A.H., "Children and Interactive TV: Research and Design Issues", *Convergence* 1 (1): 33-60, *Spring*, 1995.
- Friedlander, B.Z., "Community Violence, Children's Developlent and Mass Media: In Pursuit of New Insights, New Goals and New Strategies", *Psychatry Journal*, 56 (1), February, 1993.
- Gerbner, G., "Cultural Indicators- The Third Voice", içinde Gerbner, G., Gross, L. ve Melody, W. (der.). *Communications Technology and Social Policy*, 553-573, Wily, New York, 1973.
- Gitlin, T., *The Whole World is Watching: Mass Media in The Making and Unmaking of The New Left*, Universtiy of Caroline Press, Berkeley, 1982.
- Gray, A., *Video Playtime: The Gendering of A Leisure Technology*, Routledge, London, 1992.
- Günter, B., Furnham, A. ve Lineton, Z., "Watching People Watcing TV: What Goes on In Front of The Television Set", *Journal of Educational Television* 21 (3): 165-191, 1995.
- Hall, S., "Encoding and Decoding", içinde Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. ve Willis, P. (der.), *Culture, Media, Language*, London, Hutchinson, 1980.

- Hayes, D.A., "The Children's Hour Revisited : The Children's Television Act of 1990, *Federal Communications Law Journal*, 46 (2): 293-328, March, 1994.
- Hobson, D., *Crossroads: The Drama of A Soap Opera*, Methuen, London, 1983.
- Hodge, B. ve Tripp, D., *Children and Television*, Polity Press, Cambridge, 1986.
- Horton, D. ve Wohl, R.R., "Mass Communication and Parasocial Interaction", *Psychiatry*, 19, ss. 215-229, 1956.
- Huston, A.C. ve Wright, J.C., "TV and Socialization in Young Children", içinde Macbeth, T.M. (der.), *Tuning In To Young Viewers*, Thousand Oaks, C.A: Sage Publications, 1996.
- Inglis, F., *Media Theory: An Introduction*, Basil Blackwell, Oxford, 1990.
- Jameson, F., "Reification and Utopia in Mass Culture", *Social Text*, 1, Fall, 1979.
- Jeffrey, L., "Rethinking Audiences for Cultural Industries: Implications for Canadian Research", *Canadian Journal of Communication*, 19 (3/4), 1994.
- Jensen, K. ve Rosengren, K.E., "Five Traditions in Search of The Audience", *European Journal of Communication*, 5 (2-3), 207-238, June, 1990.
- Katz, E., Blumler, J. ve Gurevitch, M., "Utilization of Mass Communication by the Individual", içinde Blumler, J.G. ve Katz, E. (der.), *The Uses of Mass Communications*, London, Faber, 1974.
- Knell, G.E., "The Children's Television Act: Encouraging Positive Television For Our Children", *Comm/Ebt: Hasting Communications and Entertainment Law Journal*, 17 (3): 699-704, Spring, 1995.
- Koolstra, C.M ve Van der Voort, T.H.A., "Longitudinal Effects of TV on Children's Leisure-Time Reading: A Test of Three Explanatory Models", *Human Communication Research*, 23 (1), 4-35, September, 1996.
- "TV Impact on Children's Reading Comprehension and Decoding Skills: A 3-year Panel Stud", *Reading Research Quarterly*, 32 (2), 128-152, April-June, 1997.
- Kracauer, S., *Theory of Film*, Oxford University Press, NY, 1960.
- Krauss, S., "Winners of The First Televised Presidenti Debate Between Kennedy and Nixon", *Journal of Communication*, 46 (4): 78-96, Autumn, 1996.

- Kunkel, D. ve Canepa, J., "Broadcasters Licence Renewal Claims Regarding Children's Educational Programming", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 38 (4): 397-416, Fall, 1994.
- Lee, B. ve Lee, R.S., "How and Why People Watch TV: Implications for the Future of Interactive Television", *Journal of Advertising Research*, 35 (6): 9-18, Nov/Dec, 1995.
- Lewis, J., *The Ideological Octopus: An Exploration of Television an Its Audience*, Routledge, London-New York, 1991.
- Lombard, M., "Direct Responses to People on the Secreen: Television and Personal Space", *Communication Research*, 22 (3): 288-324, June, 1995.
- Lull, J. (der.), *World Families Watch Television*, Newbury Park, Sage, 1988.
- *Inside Family Viewing*, Routledge, London, 1990.
- MachBeth, T.M., "Indirect Effect of Television: Creativity, Persistence, School Achievement and Participation in Other Activities", içinde MacBeth, T.M. (der.), *Tuning in to Young Viewers*, Thousand Oaks, CA: Sage, 1996.
- Mander, J., *Four Argumants for the Elimination of Television*, New York, Quill, 1978.
- McQuail, D., *Mass Communication Theory: An Introduction*, London, Sage, 1994.
- "After Fire Television: The Past half Century in Broadcasting, Its Impact on Our Civilization", *Broadcasting Culture Research Institute, Studies of Broadcasting*, Tokyo, Nippon Hoso Kyokai, 1997.
- , Blumler, J. ve Brown, J.R., "The Television Audience: A Revised Perspective", içinde D. McQuail (ed.), *Sociology of Mass Commnication*, Penguin, Middlesbrough, 1972.
- Morley, D., *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*, London, BFI, 1980.
- *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London, Comedia Publishing, 1986.
- "Changing Paradigms in Audience Studies", içinde Seiter, E., Borchers, H., Kruetzner, G. ve Warth, E. (der.), *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*, Routledge, London, 1989.
- *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, London, 1992.
- "Populism, Revisionism and the 'New' Audience Research", içinde Curran, J., Morley, D. ve Walkerdine, V. (der.), *Cultural Studies and Communication*, St. Martin's Press, New York, 1996.

- Paik, H. ve Comstock, G., "The Effects of Television Research of Antisocial Behaviour: A Meta-Analysis", *Communication Research*, 21 (4): 516-546, August, 1994.
- Piaget, J., *The Child and Reality: Problems of Genetic Psychology*, Penguin, New York, 1976.
- Postman, N., *Amusing Ourselves to Death*, Methuen, London, 1985.
- Potter, W.J. ve Warren, R., "Considering Policies to Protect Children from TV Violence", *Journal of Communication*, 46 (4): 116-138, Autumn, 1996.
- Radway, J., *Reading the Romance: Feminism and the Representation of Women in Popular Culture*, Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1984.
- Reep, D.C. ve Dambrot, F.H., "TV Parents: Fathers (and now mothers) Know Best", *Journal of Popular Culture*, 28 (2): 12-21, Fall, 1994.
- Roach, C., "Cultural Imperialism and Resistance in Media Theory and Literary Theory", *Media, Culture and Society*, 19(1): 47-66, January, 1997.
- Roe, K. ve Vanderbosch, H., "Weather to View or Not: That is the Question", *European Journal of Communication*, 11 (2): 201-216, June, 1996.
- Rojas, H., Shah, D.V. ve Faber R.J., "For the Good of Others: Censorship and the Third-Person Effect", *International Journal of Public Opinion Research*, 8 (2): 163-186, Summer, 1996.
- Sepstrup, P., "Research Into International TV Flows", *European Journal of Communication*, 4 (4): 398-408, 1989.
- Signorelli, N. ve Staples, J., "Television and Children's Conception of Nutrition", *Health Communication*, 9 (4): 289-301, 1997.
- Silverstone, R., *Television and Everyday Life*, Routledge, London, 1994.
- Snyder, R.J., "First-year Effects of the 1990' Children's Television Act on Saturday Morning Commercial Time", *Communication and Law*, 17 (4): 67-74, December, 1995.
- Stevenson, N., *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*, Sage, London, 1995.
- Tan, A.S., "Social Learning of Aggression from TV", içinde Bryant, J. ve Zillmann, D. (der.), *Perspectives on Media Effects*, New York, Lawrence Erlbaum, 1986.
- Tannenbaum, P.H. ve Zillman, D., "Emotional Arousal in the Facilitation of Aggression Through Communication", içinde L. Berkowitz (der.),

Advances in Experiment Socil Psychology, Cilt 8, New York, Academic Press, 1975.

Thompson, M.E., "Cognitive Activity and Patterns of Involvement Among Television Viewers", *Mass Communication Review*, 21 (1/2): 36-48, 1994.

Valkenburg, P.M. ve Beentjes, W.J., "Children's Creative Imagination in Response to Radio and Television Stories", *Journal of Communication*, 47 (2): 21-38, Spring, 1997.

Van den Bulck, J., "The Selective Viewer: Defining (Flemish) Viewer Types", *European Journal of Communication*, 10 (2): 142-177, June, 1995.

Willnat, L., "Mass Media and Political Outspokennes in Hong Kong: Linking the Third-Person Effect and the Spiral of Silence", *International Journal of Public Opinion Research*, 8 (2): 187-212, Summer, 1996.

FİLM KURAM(LAR)INI NİÇİN KURMA(MA)LI?*

Robert Lapsley ile Michael Westlake, *Film Theory: An Introduction* başlıklı çalışmalarının önsözünde, ünlü film yönetmeni Alan Parker'ın, "filmin, negatif üzerinde bir çizintiye ne kadar ihtiyacı varsa kurama da o kadar ihtiyacı vardır" dediğini aktararak başlıyorlar söze (s. vi). Konuyu biraz daha açmak için, Parker'ın meramını şöyle yeniden-formüle edebiliriz: "Bir filmin başına gelebilecek en kötü şeylerden biri orijinal negatifin çizilmesidir. Çünkü çizilmiş olan negatifin kullanılması olanaksızdır. O halde yapımcısından yönetmenine film ekibindeki herkes negatifin çizilmemesine ne denli özen gösteriyorsa, film kuramı denen şeyden de aynı özenle kaçınmak gerekir".

Doğaldır ki, entelektüel emeklerini film kuramlarının genel bir gözden geçirilmesine ve değerlendirilmesine hasretmiş olan, yani bu çalışmalarını filmin kuram(lar)ı olduğu iddiası üzerine kuran Lapsley ve Westlake, film dünyasının asal iki unsurunun, yani yönetmen ve seyircilerin dışında kalan film eleştirmenleri ve kuramcılarının konumlarını haklılayacak bir şekilde, Parker'ınkine benzer yaygın argümanlara karşı-argümanlar geliştirip, filmin kuram ve kuramcılara nasıl gereksinim duyduğunu, gereksinimin ötesinde kuramın film dünyasının nasıl vazgeçilmez bir parçası olduğunu anlatmaya girişiyorlar. İddiaları özetle, filmin asal iki unsuru olan yönetmen ve seyircilerinin arasında (veya üstünde) bir kategori olarak film kuramının, dışarıdan gazel okuyup sorunsuz bir ilişkiyi, beraberliği bozmak bir yana, tam da bu ilişkinin içinde başından beri varolduğudur.

* *İletişim*, Sayı: 1-2, 1994: 111-118.

Herhangi bir olgunun dolaysız tarafı ya da parçası olmayan her kategorinin problemidir aslında film kuramının ki de. Hele ki bu kategori olgu üzerine ahkam kesmek meşruiyetine sahiplik gibi mütevazı(!) bir iddiayla yola çıkıyorsa; o olgusal pratiği yaşayan camia böyle bir kategoriye kendi çevresinin doğal bir unsuru olarak görmüyorsa, üstüne üstlük böylesi kategorilere meşruiyet dağıtan merkezlerin elleri (bu merkezler nelerse, ama akademia herhalde bunlardan biri) o kategorinin meşruiyetini onaylamada iyicene sıkıysa, problem daha da yamandır. Ama bu kuramsal meşruiyet probleminin bir yüzüdür sadece. Ayrıca meşruiyetin kazanılması için çaba harcamak da gerekir.

Film kuramcılarının hakkını vermek gerekiyor bu noktada, Gerçekten de böylesi bir çabayı, sinemanın görece kısa tarihi içinde, daha bu tarihin başlarından itibaren alabildiğine göstermişler film kuramcıları. Önce konularının kuram konusu olmaya değerliğini (ki bu sinemaya sanatsal bir statü kazandırılması şeklinde gelişmiş) kanıtlamaya çalışmışlar ve bunu başarmışlar; sonra da bu konuyla ilgili kavramsal çerçeveler, çözümleme yöntemleri geliştirmişler.

Yine de, çok yakın tarihlerde film kuram(lar)ıyla ilgili çalışma yapanlar, çalışmalarının bir yerinde hâlâ, “şu film denen şeye bir kuram lâzımdır, lâzım ne kelime, zaten kuram filmin vazgeçilmez bir parçasıdır, şu ve bu nedenle” diye durumlarını meşrulaştırma gereğini duyuyorlarsa, film ile kuram arasındaki ilişki, film kuramına ilişkin oldukça kabarık literatüre karşın, henüz bir hayli problemli demektir. Tam karışık durumdaki bir örnekle, ‘toplumbilim kuramları’ başlıklı bir çalışma, böylesi bir açıklama gereği duymuyor mesela. Elbette bu örnek, bu konudaki meşruiyetin çok da haklı, adil, doğru vb. nitelermelerle süsleyebileceğimiz nedenlere dayandığı iddiasında olduğumuz yanılgısına yöneltmemeli okuyanları.

Ne var ki, bir tek film için geçerli değil bu problem. Terry Eagleton’ın *Edebiyat Kuramı* başlıklı çalışmasının yine önsözünde, kuramlardan hoşlanmayanların; onlarsız daha rahat ettiklerini iddia

edenlerin aslında “eski bir kuramın kölesi olduğunu” iktisatçı J. M. Keynes’in ağzından aktarması, böylelikle kurama yönelik, özellikle edebiyat camiası içindeki direnci kırmaya çalışması, aynı sorunun edebiyat için de söz konusu olduğunu hatırlatıyor bize (Eagleton, 1990: 24). Ne var ki bu iddia, esas olarak herhangi bir konuyu irdelemenin belli bir perspektifi gerektirdiğini ima etmekle kuramı perspektife indirgiyor gibi. Oysa kuramın perspektifi de içeren daha kapsamlı bir anlamı olsa gerektir.

Müdahale mi, Mesafe mi?

Tabii, ‘kuramın kölesi olmak’ deyişi kuramla pratisyen arasındaki ilişkiyi en aşırı şekliyle tarif ediyor. Ama üslup ne denli abartılı da olsa bu tarife katılmamak mümkün değil. Çünkü kuram denen şey, konusundan kendini uzakta tutan, konusuyla ilişkisini asgari düzeyde sürdürmeye çaba harcayan bir formel ya da formel olmayan düşünceler sistemi değil. Bu uyarının üzerinde durulması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü konumuzun açılımında önemli dönemeçlerden biri bu; üstelik, kuramın geleneksel tarifinin sanki çok yaman bir açmazı da burada düğümleniyor. Kuram, alışlagelen, geleneksel tarifiyle bir üst-söylem; yani konusuna belli bir mesafeden, konumunu konusu karşısında güvenlikte tutmaya yeter bir mesafeden bakan bir söylem. Ama böyle anlaşıldıkta, kuramın konusunun bir parçası olması söz konusu değil. Bu durumda da, onun meşruiyetinin dayanağı, konusunda ya da konusuyla içiçe geçmiş ilişkilerinde aranamaz. Bu meşruiyetin kaynağı başka yerlerde, muhtemelen asimetrik toplumsal ilişkilerde, toplumsal iktidar ilişkilerinde aranacaktır. Ne ki, konusunun müdahalesinden korunmuş olarak sürdürülen safiyet, bu kez bu tür toplumsal ilişkilerin bulaşmışlığıyla lekelenecektir. Tüm bu tespitlerin ima ettiği şey, zaten her iki biçimde de safiyetten söz edilemeyeceği gibi, geleneksel kuram tarifinin de tartışma götürdüğüdür.

Klasik anlayış, kuramın pratikle ilişkisini zıtlık olarak tarif ettiği için, böylelikle de film yapanlarla film üzerine ahkâm yürütenlerin iş-

lerini birbirinden kesin çizgileriyle ayırdığı için, yönetmenlerin kurama yönelik olumsuz tavırlarını anlamamızı zora koyuyor. Klasik anlayışın kaynağındaki bu zıtlık, aslında kuram sözünün batı dillerindeki karşılığı olan teorinin etimolojisiyle de izah edilebilir. Teori Yunanca *thea*, yani görme, müşahade etme ve *theoros* yani müşahit kelimelerinden kaynaklanmaktadır (Williams, 1976: 316). *Theoros* bir kentin diğer kentlerdeki dinsel törenleri izlemek amacıyla görevlendirdiği kamu memurlarına verilen bir addır (Wolin'den akt: Sunar, 1986: 51). Bu memurun, izlediği törenlerin etkin bir unsuru olmadığı açıktır. Müşahitlik konumu, müşahade edilen pratikle belli bir uzaklığı gerektirir. Bu mesafe, klasik anlayışta giderek kuram/pratik zıtlığına dönüşür. Yani kuramsal olan, pratik-olmayandır, ya da tersi. Film alanına taşındığında bu zıtlığın gerçekte film yönetmeni için rahatlatıcı bir yönü var. Çünkü bu durumda, kuramcı, pratisyenin (yönetmenin) işine müdahale edemez; ayrı ve problemi kendine ait olan bir alanda ne yaparsa yapar.

Kuramın Masumiyeti

Kuramı, “bir konuyu çözümlemeye imkan veren kavramların geliştirilmesi” süreci olarak tanımlayan Aumont vd., bu terimin defedilmesi gereken normatif tınıları olduğunu belirtirken, sinema kuram (lar)ının “bir film yönetilirken izlenmesi gereken bir dizi kuralla hiçbir ilgisi olmadığı”nı iddia ediyorlar (Aumont vd., 1992: 6). Kuram/pratik zıtlığının film kuram(lar)ı için olmazsa olmaz bir koşul olduğunu ima eden bu iddia, film yönetmenlerinin yüreğine su serpmenin yanı sıra, kuramı da, sadece betimleyicilikle sınırlayarak bir bakıma iğdiş ediyor; yani kuramı konusuna tabi kılıyor ve kimi pratisyenlerin, “film yapamayıp-yapacak kabiliyette olmayıp, kendilerine sıradan seyirci rolünü de yakıştıramayanların kendileri için biçtikleri bir iş” olarak tanımladıkları alana sıkıştırıyor; kısacası kurama haddini bildiriyor.

Ne var ki, kuram bu iddianın ima ettiği kadar masum değildir konusunun karşısında; bir kez meşruiyeti genel kabul gördüğünde,

yerini sağlamlaştırdığında, üstelik bir üst-dil olma ayrıcalıklı konumundan, konusuna sürekli olarak müdahale eder. Çünkü kuram, önce sınıflandırmalarla, sonra formüle ettiği genel kavramlarla ve nihayet tüm bunları işe koştan tanımlarla iş görür. Tanımlamak, bir konuyu belli bir konumdan sınırlandırma, dahası yine o konuma göre yeniden-biçimlendirme anlamına gelir. Demek, kuramın konusuna müdahalesi karşılıklı alışverişe elverir simetrik bir ilişki değil, fevkalade yetkeci, zorbaca bir dayatmadır.

Film kuramı açısından bakıldığında, özellikle film dünyasının asal aktörleri olan yönetmenlerin kendi işleri üzerinde, ayrıcalıklı bir konumdan yayılan böylesi bir yetkeciliğe, zorbalığa müsamaha göstermekte pek de istekli olmamaları doğal görünüyor. Çünkü Aumont ve diğerlerinin iddia ettiklerinin tersine, her ne kadar defedilmeye çalışılsa da, kuramın doğası gereği, normatif tınılardan kurtulmak mümkün değildir. Çünkü kuramsal bir çalışmanın, temel sorusu ‘doğru nedir’dir. Bu soruyla (örtük veya açık olarak) hesaplaşmayan ve bu hesaplaşma sonucu kural(lar) koymayan bir düşünceler demeti, kuramı tarif eden ölçütlerin (normların) dışında kalır; kuram olarak adlandırılmaz; sadece film üzerine bölük pörçük yazılıp çizilenler olmakla da bu yazının sorunsalıyla ilintilendirilemezler. İşin gerçeği, bir olguyu betimleme çabası o olguyu anlama ve anlamlandırma çabasından ayrılmaz; anlamak ve anlamlandırmak ise normatif bir sorundur.

Demek ki, Alan Parker, “kuramın bizim işimizde ‘iş’ ne?” diye sorarken (bu soruyu herhalde sorabileceğini baştaki sözlerinden çıkarma hakkına sahip olduğumuzu düşünüyorum), direnci kuramın konusuyla olan bu müdahaleci ilişkisine karşıdır; kastettiği de, negatifin çizilmesi, bir film için nasıl istenmeyen bir müdahale, bir gürültüyse, kuramın da öyle bir müdahale olduğu, istenmeyen, üstelik de gereksiz bir gürültü olduğudur. Negatifin de, pozitifin de, sinema salonlarının da safiyetini bozmaya hiçbir şeyin, hiç kimsenin hakkı yoktur.

Burada gürültünün klasik iletişim modellerindeki gürültü kavramını anırtmakla birlikte tam olarak ona denk düşmediğini be-

lirtelim. Çünkü bu modelde gürültü elde olmayan bir müdahale olup, mesajın etkisini ve gücünü (esas olarak anlaşılabilirliğini) çarpıtır; oysa kuram öyle bir gürültüdür ki, iradidir; kaldı ki en önemlisi bir şeyleri çarpıtmak için değil, tam tersi, daha anlaşılır kılma, açık ve belirgin kılma işlevini yüklenmiş olarak orada bulunma iddiasındadır. Demek ki kuramsal bir konumun tek iddiası, konusunu anlamak amacını taşıdığıdır; başka bir şey değil (Inglis, 1990: 1-2). Bu iddia aynı zamanda, kuramın varlık ve konum olarak meşruiyetinin de temelidir. Ama yukarılarda bir yerlerde değinmiştik: Anlamak müdahale etmek değil midir? Yani anlayıcı olan kuram, aynı zamanda ve dolayısıyla müdahaleci değil midir? O zaman kuramcılık ve film-yapıcılık alanları birbirlerinden ayrılabilir mi? Pratikte ayrılrsa bile, birbirlerine müdahale etmezler mi? Değil mi ki kuram film dünyasına bulaşmıştır, o halde film pratisyenlerinin de pratiğin özerk ve özgün alanına kaçarak, kendilerini bu sorundan uzakta tutmaları mümkün değildir.

Kısa Bir Tarihsel Değerlendirme

Film kuramı diye bir sorunun olabilirliğine ilişkin ilk katkıların aslında film yönetmenlerinden gelmiş olması da, yönetmenlerin film alanında kurama hâlâ direnç göstermeleriyle ilginç bir paradoks sergiliyor. Film kuramının klasiklerini, 1920’lerde Lev Kuleşov, V. I. Pudovkin ve Sergei Eisenstein’ın yazı ve incelemeleri oluşturuyor. Özellikle Pudovkin ve Eisenstein, yazdıklarını yaptıkları filmlerde hayata geçirmekle kuram ve pratiğin zıtlığı fikrini bir anlamda çürüten sinema adamlarıdır.

Kurguyu film dilinin yaratıcı yönüyle özdeşleştirdikleri için film kuramının kurucuları olan bu üçlünün ‘montaj kuramcıları’ diye adlandırılması yerinde olacaktır. Nitekim Pudovkin, gerçek olaylar ile onların perdedeki görünüşleri arasında belirgin bir farkın bulunduğunu ve filmin bir sanat olmasının nedenini de bu farkın oluşturduğunu söylerken, bu farkı yaratanın da kurgu olduğunu belirtir. Çünkü kurgu film yönetmeninin dilidir ve film sanatı, yö-

netmen çeşitli film parçalarını birleştirmeye ve eklemeye giriştiği andan itibaren başlar (1958: 86, 100, 167). Birleştirilecek olan film parçalarının bu anlamda hiçbir önemi yoktur. Ama bir araya getirilmeleriyle bunlar yeni bir kavram, yeni bir nitelik yaratacak şekilde anlam kazanırlar (Eisenstein, 1957: 4).

Sovyet kuramcılarının filmi, kendine özgü, ayrı bir dil olarak nitelemeleri ve yeni ve diğerlerinden farklı bir sanat olarak tarif etmeleri, onların yazılarını yazdıkları tarihlerden başlayarak sinemanın sıradan, üstelik bir alt-sınıf eğlencesi olduğu yönündeki baskın düşünceye karşı bir estetik ve sanat şemsiyesi altına sığınarak karşılık veremeye çalışan diğer yazılarla bir devamlılık gösteriyor. Bela Balazs, Rudolf Arnheim, Paul Rotha gibi kuramcılar yazılarının çatısını filmin bir sanat olduğu iddiasını destekleyici çözümlemelerle çatarken, amaçları sinemanın sanatsal bir statüye kavuşmasını sağlamaktı. Bunu sağlamanın yolu da, “film sanatının diğer sanatların kural ve ilkelerini izlemekte olduğunu” (Arnheim, 1933: 7) göstermekten geçiyordu. En büyük sanat eserlerinin ortak bir özelliği varsa bu, sanatsal aracın kendi özgüllüklerini eserde görünür ve fark edilir kılmış olmasıdır (Arnheim, 1933: 45). Film aracının özgün dili kurgu da, filmin bir kopya aracı olmaktan çıkıp, bizzat kendi varlığıyla yeni bir dünya yaratan bir sanat olmasına olanak veriyordu. Bu dil, bir filmde kendisini ne denli ele verirse, o film gerçek bir sanat eseri sayılabilirdi.

Bazin’in Müdahalesi

Film (üzerine) ilk çalışmalar(1) esasında, her kuramsal girişimin ilk sorusu olmak gereken ‘film nedir?’ sorusuyla yola çıkıp bu soruyu yanıtlama çabasıyla karakterize olmaktadır olmasına da, bu soruyu dört ciltlik eserinin başlığı olarak seçen film üzerine düşünür kişilerin bildiğim kadarıyla ilki ve teki Fransız eleştirmen Andre Bazin olmuştur. Bazin öyle bütünlüklü, kapsamlı bir film kuramı geliştirmiş değildir. ‘Sinema Nedir’ başlıklı dört ciltlik çalışması aslında, film üzerine en önemli makalelerinin derlendiği bir güldestedir. Bazin’in

yazdıkları sinema-sanat ilişkisini sorunsallaştırmaz pek. Bu yanıyla daha önceki kuramcıların açtığı yolda yürümektedir. Ama onlardan haylice önemli bir noktada da ayrılmaktadır. O da, önceki kuramcılarının sinemaya sanat olma niteliğini kazandıran unsurları filmin araçsal yönlerinde aramalarına karşılık, Bazin'in sinemayı sanat yapan niteliği, tam da onun fotografik kabiliyetinde, yani gerçekliği zaptetme ve bu gerçekliği açınlayabilme gücünde bulmasıdır. Sinemaya ilişkin kuramsal çalışmalarda Bazin'in başını çektiği bu eğilim, fiziksel gerçekliğin açınlanabilirliğinin salt sinema aracına ait bir olanak olduğunu, bunun geleneksel sanatlara benzemek amacıyla göz ardı edilmesinin, bu aracın -başka sanatsal araçlarda bulunmayan, özgün-potansiyelini zayıflatmaktan başka bir şeye yaramayacağı düşüncesini merkezine alır (Kracauer, 1965: 301).

Sinema sanat olacaksa, işte tam da bu potansiyeli sayesinde. Sinemanın sanatsal statüsünü montaj kuramcılarından farklı niteliklerde arayan bu eğilimi paylaşanları da 'fotografik gerçeklik kuramcıları' diye adlandırabiliriz.

Sinema üzerine ilk sistemli yazılar, film aracının potansiyeline ilişkin değerlendirmelerde farklı yönelimler sonucu kutuplaşmış da olsalar, öncelikle sinemanın bir yeni sanat dalı niteliğini sorunsallaştırmaktadırlar. Elbette bu sorunsal, sinemanın bir kurum olarak diğer sanatsal kurumlar camiasına kabulünü gaye almakla, sinemaya değil de, esas olarak yerleşik sanat söylemine bir müdahale amacı taşır görünmektedir. Gelgelelim, film kuram(lar)ı, sinemanın sanat olduğu varsayımını desteklemek niyetiyle film aracının anlatımsal potansiyelini kurcalamaktan kaçınmadığı için de açıkça konusuna müdahale etmektedir.

Gerçekte daha sonraki film kuramları da, ağırlıklı olarak bu aracın anlatımsal potansiyeli üzerinde durmakla, ilk kuramcılarının izini sürerler. Elbette bu iz sürme, onların kavramsal çerçeveleri ya da perspektifleriyle kısıtlı kalma şeklinde anlaşılmamalı. Tersine, film kuramları, film-dışı anlatı ve sanat alanlarındaki söylemsel gelişmelerle ve zenginlikle beslenerek hayli şişkinleşir. Christian Metz, dilbi-

lim ve göstergebilim kavramlarını sinemasal anlatıya uygular (Metz, 1974), sinemasal göstergeyi ruh     msel tartıya vururken film seyretme deneyimini de ruh     msel kavramlarla tartır (Metz, 1982). Filmsel anlatı yapılarını saymaca bir sistem olan form  ller aracılığıyla sınıflandıran John G. Cawelti ‘kovboy’ filmlerini     mlerken edebiyat kuramcılarına,   zellikle de Northrop Frye’in kavramlarına yaslanır (Cawelti, 1970). Yapısalcı   yk  leme      mlemesine dayanarak geliştirdiği ‘t  r’ kavramını filmsel   r  nlerde sınavan Stephen Neale, filmlerden alınan hazzı anlatıların   nceden kestirilebilirliğe elveren yapılarıyla ilintilendirir (Neale, 1980). Yapısalcılık-  tesi, feminizm akımları film kuramlarına m  dahale eder. T  m bu saptamalar, film   zerine kuramsal   alışmaların zenginliğinin belirtileridir elbette. Ama bu zenginlik film pratisyenleri ile film kuramı arasındaki ilişkilerin sorunlu olduğu ger  ğini, film kuramlarını kayıracak bir şekilde      me bağlamaktan uzak kalır.

Sonuç

Kaynaklar

- Arnheim, Rudolph, *Film*, Faber and Faber, London, 1933.
- Aumont, Jacques vd., *Aesthetics of Film*, Richard Neupert, University of Texas Press, Austin, 1992.
- Cawelti, John G., *The Six Gun Mystique*, Bowling Green University Popular Press, Ohio, 1970.
- Eagleton, Terry, *Edebiyat Kuramı*, çev. Esen Tarım, Ayrıntı Yayınevi, İstanbul, 1990.
- Eisenstein, Sergei, *Film Form and The Film Sense*, Meridian Books, New York, 1957.
- Inglis, Fred, *Media Theory: An Introduction*, Basil Blackwell, Oxford, 1990.
- Kracauer, Siegfried, *Theory of Film: The Redemption of Physical Reality*, Oxford University Press, New York, 1965.
- Lapsley, Robert., M. Westlake, *Film Theory: An Introduction*, Manchester University Press, Manchester, 1988.
- Metz Christian, *Film Language: A Semiotics of the Cinema*, tr.Michael Taylor, Oxford University Press, New York, 1974.
- Metz Christian, *The Imaginary Signifier: Psychoanalysis and the Cinema*, Indiana University Press, Bloomington, 1982.
- Neale, Stephen, *Genre*, British Film Institute, London, 1980.
- Pudovkin, V.I., *Film Technique and Film Acting*, Vision: Mayflower Memorial Edition, London, 1958.
- Sunar, İlkay, *Düşün ve Toplum*, Birey ve Toplum Yayınları, Ankara 1986.
- Williams, Raymond, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Fontana, London, 1976, (Türkçesi: *Anahtar Sözcükler*, çev. S. Kılıç, İletişim Yayınları, 2005).

KESİM 2

GLOBALLEŞME

İçinde yaşadığımız ve belirsizliklerle (tehditlerle olduğu kadar imkânlarla da) dolu şu dünyaya bakıp geleceğe dair güvenilir, sağlam kestirimlerde bulunabilir miyiz? Yarın ne olacağını kestirmenin bunca zorlaştığı, geleceğe dair bin bir farklı senaryonun kol gezdiği, her belirsizlik ortamında sayıları geometrik olarak artan falcılarla birlikte fütüristlerin de (bir zamanlar rahmetli Turgut Özal'ın da teşviki ve desteğiyle ülkemizde en popüler sosyal bilim karakteri haline gelmiş olan Red Kit'in serüvenlerindeki cenazecileri anımsatan bir 'oh, oh işler açıldı, açılıyor' keyfiyle) avuçlarını ovuşturduğu şu içinde bulunduğumuz zaman ve mekânda, sağlam, tutarlı ve olabilirliği ilmi kıstaslara uygun ne tür öndeyilerde bulunulabilir?

Bu soru, özellikle 'globalleşme' teriminin dile getirdiği süreçler temel alınarak, iyimser veya karamsar yaklaşımı benimseyenlerce birbirlerine karşıt şekillerde cevaplandırılıyor. İyimserler, globalleşmenin dünyayı tek bir mekân, tek bir iman uyumluluğuna dönüştüren süreçlerin genel adı olduğunu söyleyerek güzel ve mutlu bir gelecek tahmini yaparken; karamsarlar, tam tersine bu süreçlerin topluluk ruhunu yıkıcı, parçalayıcı, bireysel kimliklerin üzerinde durdukları sağlam zeminleri aşındırıcı etkilerini öne çıkararak karanlık bir gelecek resmi çiziyorlar. Bir yanda 'evrenselci', diğer yanda 'tikelci', ortada ise bu ikisini birleştirmeye çalışan türlü çeşitli senaryolar 'gırla' gidiyor.

Çok bilinen, değilse bile çoğumuzca paylaşılan bir görüş, herhangi bir kavramı bir kez yaygın dolaşıma soktuğumuzda (veyahut

* *Karizma*, Sayı: 5, 2001, s. 15-20. Bu metinde çeşitli kaynaklara gönderme yapılmakla birlikte, bir kaynakça bulunmamaktadır. Kaynaklar için, benzer savların tartışıldığı, E. Mutlu, "Ne Olacak Bu Kamu Yayıncılarının Hali?" *Medya Politikaları*, B. Kejanlıoğlu vd. (der.), İmge, Ankara, 2001: 22-78'e bakılabilir -yhn.

sokabildiğimizde) onu neredeyse hakikatin kendisi haline getirmekte olduğumuzdur. Elbette bir kavramın yaygın dolaşıma sokulması, popülerleştirilmesi karmaşık bir mekanizmanın sonucudur. Bu mekanizma inançlar, iddialar, istekler ve dileklerle bunların yaslandığı çıkarlar arasındaki müsademenin yekûnudur ve bu süreçte medya özsel bir rol oynar. Sonuçta belki aslında bir ilmi dertle kurulmuş ve o -bilimsel- mekânın sınırları içinde halledilmesi gerekli bir kavram, gündelik hayatımızı anlamlandırmanın zemini ni oluşturan gündelik dilin bir parçası haline gelir. Kavramın popüleritesi ile gündelik pratiklerimizi anlamlandırmamızda referans teşkil etmesi arasında ise sıkı bir korelasyon vardır. Yani bir kavram ne kadar popülerleşirse, popüler kültürün ne kadar ‘lingua franca’sı haline gelirse, hayatımıza dair tariflerimizi de o kadar belirler.

‘Globalleşme’ bu tür kavramlardan biri, belki de birincisidir bugün. Dünyanın tek bir mekân haline gelme fikrini dile getiren bu terim, aslında popüler dile kırk yıl kadar önce girmiştir. Birçok düşünür ve yazar (mesela Immanuel Wallerstein) günümüzün bu moda kavramının açıkladığı iddia edilen sürecin, aslında 500 yıllık bir geçmişi olduğunu söylese de, ‘globalleşme’ kavramı, bugün içinde bulunduğumuz duruma ve geleceğimize dair düşüncelerimizi tarif eden belli başlı referanslarımızdan biridir.

Dijitalleşme ve Medya

Birçok popüler dergide, kitapta son yıllarda adı sıklıkla anılmakla birlikte ‘dijitalleşme’ ise, henüz ‘globalleşme’ kadar popüler hale gelmemiş bir kavramdır. Oysa bugün ‘dijital’ sözü, birçok enformasyon bilimci tarafından yanına ‘devrim’ sözcüğü eklenerek kullanılmakta; üstelik kimileri bu ‘dijital devrim’in endüstri devriminden, ya da insanlık tarihindeki ‘bütün zihniyet yapılarını değiştiren bir sıçrama’ olarak nitelenen ‘Gutenberg devrimi’nden sonraki benzer bir sıçramayı temsil eden en büyük kopuş olduğunu iddia etmektedirler. Çünkü iddia edildiğine göre, dijitalleşme iletişimin (medyanın) globalleşmesindeki en önemli halkayı oluşturmakla

kalmaz, iletişimin tarzını, dolayısıyla tasarım ve tahayyül şeklimizi de, özetle düşünme, algılama ve kavrama tarzımızı da değiştirir.

Amacımız bu mütevazı yazıyla 'dijitalleşme' kavramını veya benzeri bir kavramı popülerleştirmeye çalışmak değildir. Aslında tam tersine, yukarıda kavramların popülerleşme sürecine dair kısa değerlendirmemiz, bu tür girişimlere eleştirel bir mesafeden baktığımızı ortaya koyuyor sanırız. Yine de herhangi bir kavramı tartışırken, bu kavramı 'şeyleştirmek'ten (yani temsil ettiği şeyin kendisiymiş gibi olan, böylelikle hem kavram olarak kendisinin, hem de temsil ettiği her neyse onun içini boşaltıcı bir etkiden) uzak durmanın zorluğunu da biliyoruz.

Buraya kadar söylediklerimiz, bu yazıdaki derdimizi zımnen de olsa dile getirmektedir. Şimdi dolaysız ve daha açık bir şekilde söyleyecek olursak, bu yazıda amacımız medyanın globalleşmesine dair birtakım tespit ve değerlendirmelerde bulunmaktadır. Çok bilinen bir vakıadır ki, bugüne kadar, özellikle global ekonomik ve siyasal ilişkilere dair karar alma süreçlerinde medya teknolojilerindeki gelişmeler ile globalleşme arasında 'doğal' sayılan bağlantıya (ya da bu bağlantının doğallığına) gönderme yapılarak, alınan kararların meşruiyetini bu şekilde sağlamak yoluna çok başvuruldu. Bu dolambaçlı görünebilecek ifadeyi meşrulaştırıcı iddialardan birini basitçe örnekleyecek olursak, medya (iletişim) teknolojilerinin gelişmesi sonucu dünyanın birbirleriyle ilişkisi belli kısıtlamalara tabi bölgeler (ki bunlar modern dünyada ulus-devletler oluyor esas olarak) halinde düzenlenmesini sağlayan sınırlar ortadan kalkmak durumuna geldi. Madem ki iletişim sinyalleri sınır tanımamaktadır, o halde dünyada artık ne politik, ne kültürel, ne de ekonomik sınırların işlevi ve anlamı kalmıştır.

Burada, (bu meşrulaştırıcı iddiada) mesela MTV müzik kanalının dünyanın büyük bir bölümünde (elbette Türkiye'de de) izlenir hale gelmesiyle Türkiye'de çiğ köfte ticaretinin yerini McDonald's köftesi ticaretinin alması gerektiği iddiasına benzer bir ilişki kurulmakla birlikte, bu ilişkinin garipliği nedense çok da göze batma-

dı. McDonald's ve benzerlerine karşı çıkanlar ise, bu denklemin acayıplığını eleştirmek yerine, teknolojinin gerisinde 'emperyalist' mantık arama ve bulma çabasına giriştiler. Yeni yeni 'fesatlık teorileri' üretildi kısacası. Oysa eleştiri bizzat bu denklemin kendisine yönelik olmalıydı. Bu tür bir eleştiri geliştirmekten kaçınmanın nedeni teknolojinin (aynı emrin demiri kestiği deyiminde olduğu gibi) karşı konulmazlığı inancının (karşı konulamayacak ölçüdeki) yaygınlığı olsa gerektir.

Gerçekte medya (teknolojileri) ile dünya hali arasındaki ilişki sırf bugüne dair analizlerin konusu olmamıştır. Globalleşmenin tehdit ettiği öne sürülen sınırların bir zamanlar sıkı sıkıya çizilmesinde, daha doğrusu bu sınırların içinde bir ulus hissiyat ve fikriyatının ortaya çıkmasında medyanın oynadığı rol birçok araştırmacı tarafından belirtilmiştir. Uluslaşma ve ulusçuluk üzerine çok etkili bir çözümleme yapan Ernest Gellner, bu sürecin kapitalist gelişmeyle ilişkisini incelikli bir şekilde ortaya koymuştur. Ne var ki Gellner uluslaşmanın sadece kapitalist gelişmeyle değil, aynı zamanda geleneksel bağlardan kopan izole ve anonim nüfusun okur-yazarlık düzeyindeki artışla ve kitle iletişiminin yaygınlaşmasının homojenleştirici sonuçlarıyla da bağlantılı olduğunu tespit etmektedir. Keza Todd Gitlin, ulusların şekillenmesinin, medyanın aracılığıyla gerçekleşen genel bir kültürel yığınlaşma (kitleleşme) sürecinin bir parçası olduğunu söylemektedir. Bu süreç, sadece kitlesel değil, aynı zamanda ulusal bir izlerkitle yaratmıştır.

Ama bu tahliller, daha çok özellikle kitlesel medyanın aynı türdenleştirici etkisine gönderme yapmakta ve esas olarak matbu medyanın hakim olduğu bir dönemi değerlendirmektedirler. Yeni dünya halini globalleşmeyle birlikte ele alacak olursak medyanın bu tür etkilerinin ilerisine bakmamız gerekmektedir. Medya (Lefebvre'in 'mekânsal tasarımlar' kavramından yararlanarak söyleyecek olursak), diğer kültürel ve sanatsal araçlarla birlikte bize bir mekânsal tasarım şablonu sunar (aslında Lefebvre'in bu kavramla yapmayı amaçladığı, bu araçların dünyanın mekânlarını kendimize temsil etmemize nasıl izin verdiğini veya vermediğini soruşturmaktadır).

Böylelikle mesela bugün bilhassa televizyon ekranındaki dünya tasarımı, aynı zamanda dünyanın mekânsal haline dair bir tasarımdır da. Bu tasarım bizi ‘küçülen, büzüşen bir dünya’ tahayyülüne sevk etmektedir. Televizyon ekranında temsil edildiği haliyle hayali globalleşmeye, ekrana gelen kanal sayısındaki artışı ve çeşitlenmeyi de ilave edecek olursak globalleşme kavramının gündelik hayatımızın temel referanslarından biri haline gelmesine medyanın ne ölçüde katkıda bulunduğunu pek de zorlanmaksızın tespit ederiz.

Özetle söylemek istediğimiz şudur: Medya bir zamanlar (ve hâlâ) dünyanın nispeten sınırlarla parçalanmış halini, bu parçalara mensubiyet hissini ve fikrini teşvik etmek suretiyle nasıl berkitmişse, bugün de dünyanın bir tek mekân haline geldiği fikrini ve hissini yayma işlevini görmektedir. Bu işlevsel farklılık medya teknolojilerindeki gelişmeyle, yani matbuatın hakim medya teknolojisi olmaktan çıkması, hakimiyeti globalleşen elektronik medya teknolojilerinin ele geçirmesiyle ilişkilidir. Elbette medya teknolojilerindeki gelişmelerin dünyanın bugünkü ve gelecekteki hallerini belirlediği inancının yaygınlığında, Marshall McLuhan’ın ayrı ayrı alındığında birbiriyle çelişen (global sözcüğünün binlerce kilometreyi ve milyarlarca insanı kapsayan bir gezegen ölçeğindeki şebekeyi ima etmesi, köy sözcüğünün ise küçük, yüz yüze ilişki halindeki cemaatleri ima etmesi) iki sözcükten oluşan çok meşhur ‘global köy’ eğretilmesinin kendi reklamını kendi yapacak ölçüdeki çarpıcılığı da etkili olmuştur. Ne var ki bu tür popülerliklerin etkisinde kalarak globalleşen elektronik medyanın, dünyayı çepeçevre ve büyük ölçüde sınır tanımaksızın dolaşan sinyallerinin Anderson’un deyişiyle ‘hayali cemaatlerin’ hayali sınırlarını tek başlarına tehdit ettiğini (yani ekonomik, siyasal ve kültürel globalleşmenin tek veya en önemli etkeni olduğunu) iddia etmek, en iyi ihtimalle safdillik olur. Böyle bir safdillik ise ‘globalleşme’ mitinin sırf teknolojik gerekircilik boyutunu görmek, sosyal, siyasal ve ekonomik boyutlarına ise kör ve sağır kalmak tehlikesini beraberinde getirir. Teknolojik boyut aslında medyanın globalleşmesinde bile tek veya başat etken değil, ‘diğerleri arasında bir unsurdur’.

Globalleşen Medya

Thompson, gelişkin iletişim şebekelerinin, özellikle posta haberleşmesi şebekelerinin daha Roma İmparatorluğu döneminde siyasal yetkililerce gerçekleştirilmiş olduğunu; ortaçağ Avrupa'sında ise bu tür bir şebekenin siyasal, dini ve ticari seçkinlerce kurulduğunu belirtiyor. Dolayısıyla mesajların çok uzak mekânlara iletilmesi pratiği yeni bir şey değildir. Ne var ki, iletişim şebekelerinin global ölçekte sistemli bir şekilde düzenlenmesi ancak 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Bu gelişme ise, dolaysızca ekonomik, siyasal ve askeri mülahazalarla bağlantılıdır.

Thompson iletişimin globalleşmesindeki başlangıçların 19. yüzyıl sonlarıyla 20. yüzyıl başlarında üç temel gelişmeyle ilgili olduğunu belirtmektedir. Bunların ilki, Avrupalı emperyal güçlerin sualtı kablo sistemlerini geliştirmeleridir; ikincisi ise, uluslararası haber ajanslarının kurulması ve bunların faaliyetlerini dünyayı kendi aralarında paylaşmak suretiyle yürütmeleridir; üçüncü ve son gelişme ise, elektromanyetik radyo dalgalarının tahsisi ile ilgili uluslararası kuruluşların teşkil edilmesidir.

Özellikle mesajları elektromanyetik dalgalar aracılığıyla iletebilen teknolojilerin gelişmesi ve bununla birlikte bu dalgaların yer aldığı spektrumu düzenlemekle ilgili ulusal ve uluslararası kuruluşların ortaya çıkması, iletişimin globalleşmesinde belirgin bir adımın işaretidir. Artık artan miktarda enformasyonu verimli bir şekilde ve fiilen anında olmak üzere çok uzak mesafelere iletme imkânına kavuşulmuştur. Dahası elektromanyetik dalgalar tarafından iletilen mesajlar, sinyallerin erişim alanı içinde bulunan ve onları alacak donanıma sahip olan herkes için potansiyel olarak erişilebilir hale gelmiştir. Ne var ki Thompson bütün bunları söyledikten sonra, elektromanyetik iletimle gerçekleşen iletişimin kapsam olarak tamamen global hale gelmesinin ilk dünya yörüngeli iletişim uydularının başarıyla devreye sokulduğu 1960'larla başladığını da ilave etmektedir.

İletişimin 1960 sonrasındaki hızlı globalleşmesini kurumsal ve teknolojik olarak iki ana gelişmeyle birlikte ele alabiliriz. Birleşme-

ler, ele geçirmeler, şirket evlilikleri, ortaklıklar sonucu ortaya çıkan ve küresel ölçekte üretim, iletim ve dağıtım alanlarında etkinlik gösteren dev iletişim örgütleri kurumsal gelişmeleri temsil etmektedir. İletişimin dağıtım, depolama ve iletim alanlarında gerçekleşen ve farklı iletişim faaliyetlerini yakınsaklaştıran süreçler ise teknolojik gelişmeleri temsil eder. Teknolojik gelişmeler de kablo ve uydular bir yanda, dijitalleşme ise diğer yanda olmak üzere iki başlık altında toplanabilir

a) *Kurumsal gelişme (ya da direksiyonu elde tutanlar)*

İletişim alanında global çapta kurumsal gelişme dendiğinde anlaşılması gereken büyük ölçekli iletişim konglomeralarının faaliyetleridir. Bu büyük tecimsel yapılar birleşmek, birbirleriyle bağlaşıklıklar kurmak veya daha küçük şirketleri ele geçirip bünyelerine katınak suretiyle sürekli yapısal değişim içindedirler. Aslında kurumsal yapılardaki bu gelişmeler dağıtım, depolama ve iletim teknolojilerindeki gelişmelerin (yani iletişimin globalleşmesinin) hem bir sonucu, hem de hızlandırıcısıdır.

1990'lar, iletişim alanındaki köklü değişimin direksiyonunda bulunan ve zaten o zamana kadar büyük, hatta devasa boyutta olan şirketlerin bütün medyayı bünyesinde toplayan, yeni amaçlara yönelen 'yeni mali kabuklar olarak' geliştiği yıllar oldu. News International, Time-Warner, Viacom ve Disney'e baktığımızda bu gelişmenin kurumsal ve parasal boyutunu görebiliriz. Dahası Sony gibi bir varlığı düşündüğümüzde ise hem donanımın hem yazılımın, içeriğin ve platformun etkili bir bütünleşmesini tespit edebiliriz. Medya kuruluşları büyük ve güçlü ekonomik aktörlerdir ama henüz bunlar telekomünikasyon şirketleri ve yazılım devleri kadar güçlü değildirler. Halihazırda tespit edebildiğimiz, 'bilgi-eğlence' endüstrilerinin sonraki veya şimdiki evrelerinde mümkün olacak şeyi sağlamak için; telekomünikasyon, yazılım ve içeriğin birbiriyle bağlantılandırılmasını sağlamak için devasa şirket mücadeleleri ve evlilikleridir. Bugün bu mücadelelerin yürütüldüğü alanlardan biri internettir. Henüz erken bir aşamasında olmakla birlikte, internette

ve internetle ilgili olarak kurulan ekonomik ilişkilerin gelecekteki global ekonominin biçimlenmesinde önemli olacağı açıktır.

Aşağıda sıralayacağımız birleşmeler ve satın almalar bu yapılaşmaların önemini ve büyüklüğünü ortaya koymaktadır: Telefonica ile Endemol'un birleşmesinin maliyeti 5,4 milyar dolardır ve amaç sabit ve telsiz dağıtım şebekeleri için televizyon içerik portföyünü genişletmektir; AOL ile Time Warner'in birleşmesinin maliyeti 327 milyar dolardır ve amaç dünyanın en büyük internet servis sağlayıcısı için film ve televizyon içeriği temin etmektir; Pacific Century Cyber Works ile Hong Kong Tele-com'un birleşmesinin maliyeti 36 milyar dolardır ve amaç gelecekte yeni internet, interaktif ve multimedya servislerinin işletilmesi için yerel şebeke altyapısına sahip olmaktır. Bu ve benzeri gelişmelerin sonucu muhtemelen dikey olarak bütünleşmiş, çok uluslu, devasa bir avuç firmanın ortaya çıkması olacaktır. Bu firmaların da ölçek ve kapsam ekonomileri bakımından diğer daha küçük firmalar üzerinde kesin bir üstünlüğü olacaktır ve bunlar mahiyet itibariyle küresel olacaklar, yani ulusal sınır tanımayacaklardır. Yine bu dikey olarak bütünleşen firmalara ilaveten, ulusal sınırları aşan büyük oyuncular arasında ortak girişimler ve diğer ittifaklar gerçekleşecektir.

b) *Dağıtımdaki gelişmeler*

İkinci gelişme, doğrudan dağıtımla ilgili yeni teknolojilerdir. Bunların ilki kablo sistemlerinin küresel çapta yaygınlaşmasıdır. Kablo sistemi elektronik olarak kodlanan enformasyonun dağıtımını için çok büyük bir kapasite sağlamaktadır. Üstelik cam elyafı kabloların kullanılması sırf hacim olarak değil, dağıtımın hızı bakımından da büyük bir kapasite artırımını sağlamaktadır. Ancak evlere dağıtım imkânlarının giderek genişlemesi sadece kabloyla da sınırlı değildir. Yeni teknikler, mevcut telekomünikasyon altyapısının da hem kalite hem de kapasite olarak çok daha verimli kullanımını sağlamaktadır.

Dağıtımla ilgili ikinci yenilik ise, uzun mesafeli iletişim amacıyla karasal kablo ve mevcut telekomünikasyon sistemleriyle birlikte uyduların giderek artan bir şekilde kullanılmasıdır.

c) *Dijitalleşme*

İletişimin globalleşmesini sağlayan üçüncü gelişme ise, enformasyon işleme, depolama ve yeniden kullanmada giderek dijital yöntemlerden yararlanılmasıdır. Enformasyonun dijitalleşmesi, bu süreçle bağlantılı elektronik teknolojilerin (mikro işlemciler vb.) gelişmesiyle birlikte enformasyonu depolama ve iletme kapasitesini büyük ölçüde artırmıştır. Dijitalleşme analog enformasyonun dijital biçime çevrilmesi sürecidir. Bu dijital biçim, bilgisayar kontrollü manipölasyon ile dönüştürülebilir, değiştirilebilir, birbirine karıştırılabilir ve çok çeşitli biçimlere sokulabilir. Artık ses, imge ve metin ayrı varlıklar değildirler, tersine bunlar ek yeri belli olmaksızın birbirine karıştırılabilirler. Özetle dijitalleşme metin, ses ve görüntüleri 'tek bir dile çevirmek' ve enformasyonu sıkıştırmak suretiyle sınırsız sayıda kullanım ve uygulamaya imkan vermektedir:

Tek bir dijital dil: Dijital teknoloji her tür enformasyonun - görüntüler, sesler, veriler veya metin- birler ve sıfırların (ikili dijitler veya 'bit'ler) ardı ardına dizilmesinden oluşan tek bir formatın sinyallerine çevrilmesine imkân sağlamaktadır. Bunlar daha sonra radyo ve televizyon yayını veya telekomünikasyon şebekeleri gibi çeşitli araçlarla birbirine karıştırılabilir ve iletilebilir, sonra da çeşitli destek araçlarla erişilebilirler: Televizyon veya radyo alıcıları, kişisel bilgisayarlar, hatta cep telefonları.

Sıkıştırma: Ne var ki, metnin, verilerin, seslerin veya görüntülerin tek bir dijital formata ya da dile çevrilmesi önemli bir avantaj gibi görünse de, dijitalleştirilmiş ham enformasyonun, özellikle seslerin, görüntülerin ve hareketli görüntülerin nakledilmesi, çok büyük hacmi nedeniyle neredeyse imkansız olacaktır. Dijital teknoloji, dijitalleştirilmiş verilerin nakledilmeden önce sıkıştırılmasına imkan vermek suretiyle bu probleme de bir çözüm sunmaktadır. Sıkıştırma, matematik algoritmalar kullanılarak, tekrarlanan verilerin kaynakta temizlenmesidir (yani birlerin ve sıfırların veya bitlerin sayısındaki tekrarlamalı düzenlerin azaltılmasıdır). Burada kaybolan veriler daha sonra verilerin gönderildiği yerde yeniden oluş-

turulur. Sıkıştırılmış dijital veriler, daha iyi ses ve görüntü kalitesi, aynı bant genişliğinde daha fazla (sıkıştırılmış) enformasyonun iletilmesi gibi başka bazı imkânlar da sağlamaktadır.

Sonuç

İletişimin globalleşmesi ve yeni teknolojik gelişmeler gerçekte Frank Webster'ın aktardığı gibi teknolojilerin kendilerinden ziyade bizzat enformasyonun ya da daha genel kullanılan terimle 'bilgi'nin önemini ve etkisini artırmıştır. 1980'lerde 'dev büyürler' olarak nitelenen 'mikroçiplerin' toplum ve insan hayatında yol açacağı köklü değişmelere, 1990'larda ise bilgisayar ile telekomünikasyonun eşleşmesinin muhtemel devasa etkilerine dair teknolojik gerekircilikten kaynaklanan düşünceler, son zamanlarda sosyal bilim çevrelerinde gözden düşmüştür. Bu teknolojilerin devreye girmesiyle birlikte pek çok şeyin dönüştüğünü kimse inkâr etmemekle birlikte, bugün değişimin temel kaynağı olarak enformasyon ve iletişim teknolojilerinden çok enformasyon (ve çoğunlukla adlandırıldığı şekliyle 'bilgi') üzerinde durulmaktadır. ABD'de hükümet danışmanlarından Charles Leadbeater, 'modern ekonomik büyümenin itici gücü bilgidir' demektedir. Dolayısıyla Leadbeater'a göre, bugün modern ekonominin en değerli veçhesi beyin-gücüdür. Teknoloji yerine 'bilgi'yi öne çıkaran bu eğilim, özellikle son iletişim araştırmalarında globalleşme ile bilginin eşitsiz dağılımı arasındaki ilişkinin yoğun bir şekilde sorgulanmasına, 'bilgi uçurumu' hipotezinin gerek toplumsal, gerekse ülkeler arası düzlemde sınanmasına da yol açmıştır. Globalleşmenin düzgün bir şekilde dağılmayan bir süreç olduğu iddiası bu araştırmalarda enformasyon zengini ve yoksulu ülkeler arasındaki uçuruma dair bulgularla desteklenmektedir.

Bugün ekonominin itici gücü bilgiyse, hemen tüm toplumlarda kamunun birincil enformasyon kaynağı da hâlâ televizyondur ve globalleşen medya ortamında televizyon bu konumunu daha uzun süre koruyacak gibi görünmektedir. Globalleşme ve dijitalleşme televizyon kanallarının sayısını büyük ölçüde artırma, erişim alanlarının

çapını ise alabildiğine genişletme potansiyeli sunmakla birlikte, ‘enformasyonun serbestçe akışı’nın sağlanması gerektiği iddiasına dayanak oluşturmak suretiyle (ve globalleşme ile yeni-liberalizmin el ele yürümesi nedeniyle) yayıncılığı giderek kültürel bir politika olmaktan çıkarıp ticari bir işletmeye dönüştürmektedir. Sonuçta televizyon, kazanca dönüşmesi bir şekilde zorunlu enformasyon üreten bir iş haline gelmektedir. Televizyonun sunduğu enformasyonun kalitesi, en azından toplumsal, siyasal ve ekonomik hayatın ciddi ve düşündürücü konularına ilişkin bilgi verme bakımından sürekli düşmektedir. Bu gelişme ise, değişimin motoru esasen teknoloji değil ‘enformasyon’dur şeklindeki tezin bilgili, kendini gerçekleştiren yurttaşlardan oluşacak bir dünya tahayyülü bakımından gelecek için bizlere pek de umut vaat etmediğini ortaya koymaktadır.

Geleceğimizin ne olacağına dair yazının başında ortaya attığımız soruya dönecek olursak, ‘Perşembe’nin gelişinin Çarşamba’dan belli olmadığı’ bu dünya halinde, tam da bu halden istifade sayılan kat be kat artan falcılar ne derlerse desinler veya fütüristler ne tür senaryolar çiziktirirlerse çiziktirsinler, geleceğe dair bugünden kesinlikle söyleyebileceğimiz tek bir şey, ‘geleceğin bugünden çok farklı olacaktır’. Zaten bizim bugünden geleceğe dair böylesine şiddetle hissettiğimiz merak ve kaygılarımızı besleyen, bu kesinliği tartışma götürmeyen öndeyinin geleceğe dair inna ettiği belirsizlik, kararsızlık ve muğlaklık değil midir?

SADDAM, İKİZ KULELER VE GLOBAL MEDYA AHLAKI*

Perşembe'nin gelişi Çarşamba'dan belliyse eğer, 11 Eylül 2001 global şaşkınlığı bağlamında 2000'lerin gelişi de 1990'lardan belliydi. 2001 yılının 11 Eylül günü ABD'de yaşananları ihbar eden olaylar, esasında 1990'ların çok öncesine dayanıyor ama eğer bir miladi sembol aranıyorsa, o zaman bu milat, ABD liderliğindeki muhtelif ulus-devletler koalisyonunun 'global olarak' katıldıkları ve 'Körfez Savaşı' diye adlandırılan Irak harekâtıydı.

11 Eylül sonrası dillerde pelesenk olan o dehşet verici '11 Eylül'den sonra artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacak' medyatik klişe sözü (eğer illa bir klişe gerekiyorsa) yukarıdaki iddia doğrultusunda, 'Körfez Savaşı'ndan sonra hiçbir şey (şüphesiz medya da, medya etiği de) eskisi gibi olmayacak' şeklinde değiştirilmelidir. Bu değişiklik, şüphesiz, niyeyse bir türlü 'miladi olay(lar)'sız olamadığımız akılda tutulmak kaydıyla yapılmalıdır; yoksa dünya da, medya da bu olaydan çok önceleri değişmekteydi, eski neyse (sanki sabit bir eski varmış gibi) işte onun gibi olmaktan çoktan çıkmıştı zaten.

Galiba sosyal düşünce ile sosyal olaylar arasındaki anakronik ilişki, yani sosyal düşüncenin çoğu kez sosyal olayların ardından gelmesi, daha isabetli bir sözle, sosyal düşüncenin sosyal olayları öngörmedeki basiret sığılığı bazen olmuş olanı teşhis etmede de kendisini gösteriyor. Belki bu öngörü sıkıntısı, tam da yapılan teşhislerin çoğu kez basmakalıplıktan mustarip kifayetsizliğinden kaynaklanıyor. 11 Eylül sonrası enformasyon kanallarının işleyişi saf liberal bir 'fikir piyasası' ile biçimlenmiş enformasyon asrında yaşadığımızı gözümüzün içine sokarcasına ispat etti. Ama bu işleyiş bir başka şeyi daha gösterdi: Bu enformasyon asrı esasında hepimizi

* *Karizma*, Sayı: 9, 2002: 5-28.

‘süprüntüsel’ enformasyon yığınınına maruz bırakmaktan başkaca da bir işe yaramıyor. Yani hepimizi tahakkümü altına alan bu enformasyon imparatorluğunda en değersizleştirilen ve niteliksizleştirilen şey bizzat enformasyonun kendisi oluyor. Bu hali gördükten sonra da insanın ‘az olsun ama öz olsun’ diyesi geliyor; öyle görünüyor ki, esasında ihtiyacımız enformasyon sayısının zenginleştirilmesi değil, bizzat enformasyonun zenginleştirilmesi.

Bence bunu görebilmemiz çok önemli. Çünkü bu enformasyon asrı esrikliğinin bir yerlerde dizginlenmesi gerekiyordu. Gördük ki, başımızın dönmesinin nedeni esasında enformasyon asrı sarhoşluğundan ziyade namütenahi sayıda iler tutar yeri olmayan enformatik teşhisler bombardımanı altında kalmış olmamızdı. Bütün bu enformatik bombardımanın neticesiyse malumatlı ve medeni bireylerden müteşekkil bir dünya cemiyetinin kurulmasına mühim bir katkıda bulunmuş olmak değil, yeryüzünün bir garip parçasının, modernitenin siyasal haritalarının asli oyuncularını olan ulus-devlet tanımını gereği kendisine belli sınırlar atfedilip ulus-devletler sınıfında gösterilerek Afganistan adı verilmiş olan coğrafyanın hakiki bombalarla delik deşik edilmesi oldu. Yaralananlar, sakat kalanlar, ölenler de bu neticenin cabası...

Neticeden hareketle bir değerlendirme yaptığımızda görüyoruz ki, onca enformatik gürültü patırtı içinde, aslında birileri çoktan meseleyi teşhis etmiş ve gerekli müdahaleyi planlayıp tedaviye girişmiştir bile. Üstelik terör bu kez tam da bu birilerini göbekten vurduğu ve bu darbe televizyonlardan an be an ve daha sonra tekrar tekrar gösterildiği için, bunların fikir ve eylemlerini meşrulaştıracak bir senaryo yazmaları ve bunu global medyada global seyirciye sunacakları bir film haline getirmeleri gerekmemiştir. Ekranların da tanık olduğu terör mağduriyeti tek başına mağdurun fiil ve fikirlerini herkesin gözünde meşrulaştırmaya yetecek kadar acı bir tecrübedir. Hatta mağdurun mana ve ehemmiyetine göre bu terör eylemi dünya tarihine bir ‘milat’ olarak da geçebilir. Ama ben, özellikle global medya ve medyatik etik konusunda, Çarşamba ve Perşembe illiyetinden hareketle esas ‘miladın’ Körfez Savaşı oldu-

ğunda ısrarlıyım. Israrımın gerekçesini de bir kişisel tespitle başlarken ortaya koymaya çalışacağım.

1992 yılında üniversitede çalışmalar yapmak üzere Amerika Birleşik Devletleri'ne gittiğimde gözlediğim yekpare tepkiler silsilesi beni epey şaşırtmıştı. Bilenlerin bildiği gibi, siyah, beyaz, erkek, kadın sıradan Amerikalı umumiyetle dar görüşlü ve fevkalade mahalli bir zihniyet ve hissiyat sahibidir. Yaşadıkları mahalleyi, hatta çoğunlukla da kendi evlerini dünyanın merkezi zannederler. Bu, dünyanın merkezi neresidir abes sorusuna ayağının bastığı yeri gösterip, işte burasıdır cevabını veren Nasrettin Hoca bilgeliğinden, yani sorunun abesliğini daha da abes bir cevapla ele güne teşhir etmekten farklı bir zannediştir. Çünkü bu büyük cemaat soruyu da kendi sorar, cevabı da kendi verir; yani abeslik üzerinedir.

Aslında global emperyal bir sistemin içinde böylesi dar görüşlülüğün nasıl yeşerebildiği sorusu çok cazip görünüyor. Ama ben burada bu zihniyetin tarihsel-maddi kaynaklarını, yani garip bir 'bireycilik' ideolojisi ve bu ideolojinin üzerine oturduğu sosyoekonomik zemini tartışacak değilim. Beni yazı bağlamında ilgilendiren, sıradan Amerikalının Saddam Hüseyin imgesine göstermiş olduğu tepki; yani yaşadıkları mekânın binlerce mil ötesinde bir yerlerde ikamet eden, daha da önemlisi kendi gündelik yaşam alanlarında hiçbir tehdidine de tanık olmadıkları Saddam Hüseyin'in adı anıldığında, böylesine dar ve mahalli bir zihniyet sahibi olan bu insanların yüzlerini dehşet, korku ve nefret ifadesi bürüyor olmasıydı. Sanki adı anılan şahıs 'Kuzuların Sessizliği'ndeki zeki ve canavar seri katil Dr. Hannibal'di.

O günlerde, bu tepkiyi iletişim kanallarında yürütülmüş olan propagandaya ve Amerikan televizyon dizileri ve filmlerindeki yalın iyi ve kötü karakter tasarımıyla şekillenmiş basitleştiricilikle malul zihniyete bağlamıştım. Nihayetinde ben-o, biz-onlar, dost-düşman kategorileri hayatın her alanında en kolay karşılığını bulan zihinsel şemalardı ve bir mücadele veya ('Körfez'de olan bitene - nasıl ki şimdi Afganistan'da olup bitene de dilim varmıyorsa- savaş demeye pek de dilim varmıyor ama) savaş halinde bu kategoriler çok fazla çabaya da gerek olmaksızın harekete geçerlerdi. Medya da

bu harekâta katılır veya katkıda bulunurdu. Üstelik böyle bir durumda, Medyanın biz-onlar karşıtlığını dillendirmesi bile çoğu kez kifayet eder; yani medyanın ok yayı terk ettikten sonra öyle ilave kuyruklu yalanlar üretmesine pek gerek bile yoktur.

Ama daha sonra ‘medya etiği’ konulu bir kongreye sunacağım bir tebliğ üzerinde çalışırken taradığım kaynaklarda ‘Körfez harekâtının’ başlamasını tetikleyen dehşetengiz bir ‘medya’ yalanıyla karşılaştım. Saddam Hüseyin’i Hollywood’un ve televizyonların bütün dramatik kötü-adamlarını bünyesinde deriştirmesine neden olan müthiş bir yalandı bu ve Alexandra Kitty, bu yazının daha sonraki bölümlerinde de yararlanacağım ‘gazetecilikte nesnellik’ başlıklı yazısında bu yalanı ifşa ediyordu.¹

Medyanın ‘Körfez Savaşı’ Serüveni

Hikayenin bize yansıyan yönlerini hepimiz hatırlarız: Amerikan hükümeti Irak’ın Kuveyt’i istila etmesine fena halde öfkelenir. Bu öfke Irak’ın zaten dünyayı (bu lafı burada Amerika’yı veya Amerika’nın başını çektiği globalliği diye okumak daha doğru olacak) tehdit ettiği (nükleeri de dahil gizli ve açık silahlanma girişimleri, babalanmalar, dayılanmalar falan gibi iddialarla) şeklindeki önceden beri var olan değerlendirmelerin desteğiyle de zirveye ulaşır.

Ne var ki bütün bu öfkenin merkezinde duran kötü adam Saddam’ın kötü adamlığında bir eksiklik vardır ve bu eksiklik giderilmeksizin, Amerikan kamuoyunun bu kötü adamın giderilmesi yönünde harekete geçirilmesi, yani sıradan Amerikalının harekâta tam destek vermesi pek mümkün olamaz. Amerika (başkanının şahsiyetinde) zaten bu ve benzer bütün durumlarda her zaman iyi adamdır; kötü adam da Saddam’dır, ama denklemin tamamlanması için bir de kurban gerekir. Kurban rolü için birinci aday şüphesiz Kuveyt’tir ama doğrusu Kuveytliler de pek masum değildirler. Ülkenin insan hakları sicili fena halde bozuktur ve Kuveyt Kraliyet ailesi eskil Roma’daki yöneticilere benzer bir yozlaşma içindedir. Üstelik bütün bir

¹ Alexander Kitty, “Objectivity in Journalism”, *Skeptic*, 6, 1, 1998: 54-62.

ülkenin mağdur olması, filmlerin kişiselleştirme şemasına da oturmaz, dolayısıyla pek bir filmsel etki yaratmaz. Medyanın Iraklı kötü adama karşıt olarak hoş, tatlı bir kurbanı ihtiyacı vardır.

Kurban 10 Ekim 1990'da Amerikan Kongresi'nin İnsan Hakları Komisyonu'nun önüne getirildi. Neyire adında Kuveytli bir hastane gönüllüsüydü kurban. Neyire, komisyona şu tanıklığı yaptı: Irak askerleri bir hastaneyi basmışlar, yeni doğmuş Kuveytli bebekleri kuvözden almış, ölmeleri için buz gibi bir zemine bırakmışlardı. Neyire istila sırasında Kuveyt'te tatilde bulunduğunu, tatilini bir hastanede gönüllü olarak çalışarak geçirdiğini iddia ediyor; yeni doğmuş bebekleri böylesine canavarca katleden Saddam Hüseyin'in, kendi ailesine karşı kim bilir ne acımasızca misillemeye girişeceğinden korktuğu için tam adını vermiyordu. Tatilinde bile hastanelerde gönüllü olarak çalışan ideal ahlak sahibi bu genç kızın tanıklığı, Amerikan halkının kötü adam Saddam'ı ve kötülüklerini durdurmak için Amerikan birliklerinin Körfez'e gönderilmesi gerektiğine kolayca ikna etti.

Kara kalın kaşları ve bıyıklarıyla, kaba saba kesimiyle, gülmeyen yüzüyle, üzerinden çıkarmadığı üniformasıyla ekranlara getirilen Saddam'a karşı, genç, ağzı laf yapan ve narin Neyire'den daha iyisi bulunamazdı. Doğrusu Neyire mükemmel bir kurbandı. Irak liderinin acımasız ve yabanıl tavrıyla keskin karşıtlık içinde olacak şekilde çok ağlıyordu. Kameralar çalışırken göz yaşları içinde başından geçenleri anlatıyordu: "Iraklı askerlerin silahlarıyla hastaneye geldiğini gördüm, 15 bebeğin kuvözde olduğu odalara gittiklerini gördüm. Bebekleri kuvözlerden çıkardılar ve onları ölmeleri için buz gibi yere bıraktılar". Hikayesi öylesine sağlam bir şekilde düzenlenmişti ki, ana kuzusu bebeciklere bunları yapanların kendisine neler yapabileceğini bile dinleyenlerin hayal gücüne bırakmıyor, hikayesine Iraklı askerlerin arkadaşlarından birini bir yüzme havuzunda neredeyse boğmakta olduklarını, ayrıca tırnaklarını söküp vücudunun hassas bölgelerine elektro şok uyguladıklarını da ilave ediyordu.

Medya mükemmel bir haber geçirmiştir eline. Senaryo mükemmeldir. Öylesine mükemmeldir ki, nesnelliği haberciliğin özsel

ideolojisi haline getirmiş gazetecilik mesleğinin uygulayıcılarından çoğu kızın tanıklığının doğruluğunu ve geçerliliğini sorgulama zahmetine bile girişmez. Ama bu profesyonel gazeteci ordusu içinde profesyonellik ideolojisini çiğneyen biri, olayı daha sonra kurcalayıp işin aslını ortaya çıkarır: Neyire gerçekte isimsiz ve kimlik-siz bir Kuveytli olmadığı gibi, tatilini hastanelerde gönüllü çalışmaya ayıran biri de değildir. Neyire Kuveyt'in Washington büyükelçisi Saud al-Sabah'ın kızıdır. Yürekleri burkacak kadar etkili bir performans sergilemesi için bir halkla ilişkiler şirketi tarafından eğitilmiş, ondan sonra Komisyonun önüne çıkarılmıştır. Üstelik bu olayın düzmeceliği, kızın kimliği ve hayırseverliğiyle sınırlı kalmaz; anlattığı hikaye de düzmecedir; yani Kongre'deki komisyonun önünde icra edilen oyun film içinde filmidir aslında.

Filmin devamı ve sonu da, klişeye uygun gelişir. Haklı, zengin, bilgi ve teknolojisi üstün ve nihayet beyaz iyi adam, bu niteliklerin tümünden yoksun, derdi gücü sırf kötülük yapmak olan kötü adamı halleder.

Bu filmin her film gibi bir temsil olduğunu, temsilin ise gerçeğin kendisi olamayacağını, üstelik bu temsilde gerçeğin fena halde tahrif edildiğini söyleyerek filmi eleştiriye kalkışanların ise, kötülerin yordakçısı veya adamı olarak 'lekelenme' korkusuyla pek bir laf edemediklerini; etmeye kalkanların ise ya kaale alınmadıklarını, ya da filmin meşruiyetine kapılmış sürüklenen yığınların içinde ayırık otları gibi kaldıklarını biliyoruz.

Ne var ki, bu filmin diplomatik araçlarla (yani ulus-devletler arası anlaşmazlıkların insani olan çözümüne başvurarak) bir hal yolu aramak yerine, yüz binlerle ifade edilen sayıda insanın öldüğü bir askeri harekâtın meşruiyet gerekçesini oluşturduğunu düşününce sözler duyulmasa da, önemsenmese de, bastırılrsa da hâlâ söylenecek çok şey var.

Filmin Devamı CNN'de

Filmin devamındaysa esas oğlan CNN'dir. Herkesçe malum olduğu üzere, CNN'in oynadığı rol dünyada ilk kez bir savaşın tele-

vizyon aracılığıyla canlı yayınlanması olarak, takdim edilir. Gerçi canlı yayınlanan savaş bildiğimiz savaşa benzemez; karanlıkta parlayan birtakım ışıklar, pilot kabininin göstergesindeki radarlardan oluşur. Bu görünüm, her zaman görünümlere haddinden ve hak ettiklerinden fazla ehemmiyet vermekle maruf Jean Baudrilliard gibi kimi postmodern nazariyatçıları, ‘ben zaten demedim mi’ sözünün esrikliği içinde ellerini keyifle ovuşturarak işbu harekatı ‘sanal’ savaş olarak tanımlamaya sevk eder.

Burada bir on yıl kadar geleceğe sıçrayarak, 11 Eylül 2001 sonrası Amerikan televizyonlarının bizim televizyonlardan bizar olduğumuz bir konuda etik davranmakla bence mübalağa sınırlarını zorlayacak ölçüde takdir edildiğini hatırlatalım. Konu Amerikan ekranlarının kana boyanmaması, zor durumda, aciz durumda, ölmüş, yaralanmış insanların (bilhassa Reha Muhtar’ın liderliğindeki haber bültenlerinden alışık olduğumuz üzere) tekrar tekrar olması bir yana, bir kez bile gösterilmemesi, bunun fevkalade etik bir tavır olarak kıdemli medya profesyonellerimizin kimilerince bizim milli medyamıza numune teşkil etmesi gerektiği yönündeki tavsiyeleridir.

Bu noktada hafızaları göreve çağırmamın bir iki sebebi var. İlki aslında bir soru: CNN ‘Körfez Harekâtı’ canlı yayınında da ‘kan, acı, gözyaşı göstermeme etiğine’ sıkı sıkıya uyduğuna göre, Amerikan televizyonlarının bizimkilere etik bakımdan numune teşkil etmesi gerektiği acaba niye 11 Eylül ile birlikte keşfedildi?

İkincisi ise, soru değil bir iddia. Bence CNN ölen ve yaralananları göstermeyerek medya etiğini yerle bir etti. Filmin sonunda çölde kaçışan, kimileri de yerlere çöküp Amerikan (ve kimi ulus-devletlerden oluşan koalisyon) askerlerinin postallarına yüz süren bir sürü Iraklının acınası görüntüleriyle ve dünyayı mahvetme planı bu kez iyi adam sayesinde gerçekleşmeyen, bu nedenle yenilgisi ve sıkıntısı yüzünden okunan ama kötülüğü sürdürmeye kararlı olduğu bakışlarından belli olan kötü adam Saddam’ın görüntülerini izledik. Kansız, ölümsüz, yarasız beresiz görüntülerle anlatıldığı üzere hak yerini bulmuştu.

Temsilde hak yerini bulmuştı ama saldırılarda ölen yüz binlerce Iraklının gösterilmemesi nedeniyle büyük bir haksızlık yapılmıştı. CNN'in kan, ölü, yaralı göstermeme medya etiğine uymayıp bombardımanda can vermiş o kadar sayıda değil, sadece on, on beş Iraklıyı göstermesi bile yaratacağı tepkiler nedeniyle muhtemelen filmin sırf dramatik yapısının bozulmasına değil, ana fikrinin de cılkının çıkmasına yol açacaktı. Bence CNN'den izlediğimiz 'Körfez harekâtı dizi filmi' medya etiğinin kan ve gözyaşı göstermekle ilgisi olmadığının kör gözüm parmağına bir örneğini teşkil ediyor.

Üstelik CNN körfez harekâtına dair haber-senaryosunda sadece göstermeme (ki bu pratiği tespit etmek daha zor olabilir zira gösterilmeyeni zaten bilemeyiz) yoluna da baş vurmamış, canlı yayına (televizyoncuların diliyle) attığı 'insert'lerle ve savaş-dışındaki görüntülerle de senaryonun ana fikrini desteklemiştir. Hatırladığım 'insert'lerden biri, kirli bir suyun etrafında kirlilik nedeniyle ölmüş, hastalanmış deniz kuşlarının görüntüsüydü. Bu görüntünün sebebi ise, Saddam Hüseyin'in Kuveyt'teki petrol kuyularını ateşe vermesi olarak anlatıldı. Filmin kötü adamı gerçekten dünyaya savaş açmıştı; üstelik kurbanları sadece insanlar değil, doğaydı da. Anlayacağımız, dört dörtlüktü kötü adam.

CNN'nin kullandığı ikinci 'insert'in kaynağı Irak televizyonuydu. Düşen bir iki Amerikan uçağından kurtulan Amerikalı pilotlar, yüzleri gözleri yara bere içinde (CNN naklen savaş yayınında yara bere görüntülerini kullanmama medya etiğini bir tek burada çiğner) kameralara Amerika'nın savaştan vazgeçmesi gerektiğini, bu savaşın gereksiz olduğunu söylerler. Ama Irak'ın Nuh peygamberden kalan bu kör gözüm parmağına propagandacılığını hiçbir seyirci 'yemez' tabii, tam tersine kötü adamın esirlerine bile kötü muamele yapmasının bir örneğini oluşturur bu görüntüler.

Dersler, Sorular ve Açıklamalar

Yukarıdaki hikayeyi anlatmamın nedeni, bir benzeri (elbette farklılıklarını da göz ardı etmememiz gerekiyor) 11 Eylül 2001'den

sonra Afganistan’da yaşanan körfez serüveninin global medya etiği konusuyla ilgili önemli dersler taşımasıdır. Neydi bu dersler?

a) Medyanın mahut etik kodları, etiğin tam da genel ilkesi olan ‘iyi’ ve ‘doğru’ aleyhine işleyebilir.

b) Medyanın etiği medyanın düzmeceliğini meşrulaştırmanın aracı haline gelebilir.

c) Medya etiği artık tek tek ülkelerin kendi iç sorunu olmaktan çıkmış, global bir sorun haline gelmiştir.

Bu derslerin sayısı yazar veya okurun tahayyül kudretine göre daha da artırılabilir. Ama ben kendi çıkardığım bu derslere ilave olarak birbirinin içinde duran önemli birkaç soruyu da ortaya atmak istiyorum: Acaba içinde yaşadığımız pratik dünya ahvali ile mevcut zihinsel şemalarımız arasında bir kopukluk mu var ve bu giderek arası açılan bir kopukluk mu? Yani, mevcut paradigmalarmız çoktan eskidi de biz bu paradigmalarmın sınırlarını bir türlü aşamıyor muyuz? Böylelikle yeni durumları tarif etmek için kullandığımız kimi yeni terimler esasında eski paradigmalarmın sınırlamaları içinde onların kavramlarıyla mı kavranıyor ve inşa ediliyor? Yani terimlerimiz, kavramlarımız, kategorilerimiz, tanımlarmız mevcut hal ve gidişin dayattığı soruları cevaplandıramadığı halde, biz cevaplandırdığını mı zannediyoruz ve zihnimizdeki dünya ile yaşadığımız dünya arasındaki problemlerin bizden farklı dünya tasarlarmaların farklılığı yüzünden kaynaklandığını mı düşünüyoruz? Acaba bu kendi paradigmatic kısırlığımız nedeniyle mi, yani aslında kendi yetersiz cevaplarımızı başkalarına dayatmaksızın, karşıımızdakilere geçerli ve en kıymetli olduklarını zorla kabul ettirmeksizin bunlara bizim dahi inanmamız imkansızlaştığı için mi, ‘farklılıklara’ tahammülümüz sıfır noktasına doğru hızla geriliyor?

Bunlar esasında genel dünya haline ve bu hal üzerine düşünmeye dair sorular. Ama yazının konusu itibariyle ben bu soruları medya etiğiyle sınırlandıracağım. Böyle bir sınırlandırma yapıldığında da, yukarıdaki sorulara bir yenisi daha ilave edilmek gerekir: Acaba medya etiği ile ilgili tartışmaları hâlâ eski paradigma çerçevesinde

yürüttüğümüz için mi, medyanın etik kabahatlerini sırf tespit etmekle kalıyoruz ve bu sorunlara herhangi bir çözüm öneremiyoruz?

Soruların formüle ediliş tarzından soruyu soranın cevabi eğiliminin ortaya çıktığının farkındayım: Zaten ben de, medyanın hal ve gidiş kodları (ilkeleri, kuralları, ‘-meli, -malı’ları ve ‘-memeli, -mamalı’ları) anlamındaki medya etiğine dair tespitlerimi ve iddialarımı bu eğilim doğrultusunda kuracağım.

Bu kurguya göre, bence basının bugün hâlâ kabul gören hal ve gidiş kodlarının dayanağı olan ve kökleri 1800 sonlarına dayanan nesnellik, tarafsızlık gibi ideolojik kavramların geçerliğini tartışmak gerekiyor. Zira yine bence, günümüzde medyanın etik sorunlarına dair soruların bir türlü cevaplandırılmaması, bu konudaki tartışmaların çoğunlukla rahatsızlıkların dile getirilmesiyle, yani sorunların tespitiyle sınırlı kalması ve çözümleyici bir alana taşınmaması, medyanın etik ihlallerinin esasen bu kavramlarla değerlendirilmeye çalışılmasından kaynaklanıyor. Bu iddia esasında medya etiğine dair herhangi bir tartışmanın eğer manalı olacaksa paradigmaya dair olması gerektiğini ima ediyor.

Bu yazıda medya dediğim zaman, esas olarak ‘yazılı basın’ı kastediyorum. Ne var ki, genel olarak medya etiği ve medyanın özgürlüğü tartışmalarında, ‘basın’a yüklenmiş özsel ‘enformasyon’ ve ‘kamusal iletişim’ işlevinin diğer araçlara ve formatlara da genelleniyor olması nedeniyle medya terimi, bu yazıda yeri geldiğinde tüm diğer araçları da içerecek şekilde okunmalıdır. Ayrıca, günümüzde araçlar ve özellikle formatlar arasındaki katı sınırların bulanıklaştığı da göz önüne alınacak olursa, medya terimi bir bakıma bu bulanıklaşmış halin bir ifadesi olarak da değerlendirilebilir. Bu anlamda ‘medya’ terimi, analitik bir terim olmayacak derecedeki ‘muğlaklığı’ nedeniyle, tam da bugünün enformasyon ortamındaki kargaşaya verilebilecek en uygun ad gibi görünmektedir.

Bilgi Alma Özgürlüğü ve Medya

Medya bahis mevzu olduğunda ‘etik’ tartışması, medyanın var sayılan işlevleri ve bu işlevler üzerinden meşruiyetinin tartışılması

anlamına gelir. Çünkü medyanın mevcut hukuki ve ahlaki düzenlemeleri ‘işlevler ve meşruiyet’ zemininde yapılaştırılmıştır. Bu iddiayı daha anlaşılır bir dille ifade edecek olursak, ‘bugün medyanın özgürlüğünü güvenceye alan’ düzenlemeler, özgür ve demokratik bir toplumda halkın ‘bilgi edinme özgürlüğünün mutlaklığı ve vazgeçilmezliğine’, medyanın da bu ‘dokunulmaz özgürlüğün’ en özsel etkenlerinden biri olmasına dayanmaktadır. Medyanın, diğer tüm ticari ve kamusal kurumlardan farklı düzenlemelere tabi olması, özellikle de ‘özgürlüğünün hukuki olarak koruma altına alınmış olması’nın temelinde, demokratik toplumlardaki ‘vatandaş bireyin bu dokunulmaz özgürlüğü, yani bilgi edinme özgürlüğünün sınırsızlığı’ fikri yatmaktadır.

Bilgi edinme özgürlüğü, bilgi inşa etme sürecine katılımı ve bilginin paylaşımını da içerir. Dolayısıyla bu özgürlük, yine ‘dokunulmazlık’ özüyle nitelenen bir hakkı, yani ‘iletişim özgürlüğünü’ de getirir. İletişim özgürlüğü ise, modern demokratik toplumlarda ancak medyanın kamusal iletişime, sınırlama olmaksızın dahil olmasıyla gerçekleşebilir. Hülasası medya, kamusal iletişimin günümüzde vazgeçilmez bir kurumudur. Bu paradigma çerçevesinde de, medyanın özgürlüğü her türlü müdahaleye, yani ‘harici’ her tür düzenleme girişimine karşı korunmak gerekir.

Buraya kadar kullandığım paradigma terimini buradan itibaren ‘söylem’ terimiyle ikame etmenin daha doğru olacağını düşünüyorum. Zira Thomas Kuhn’un bilim dünyasında yaygınlaştırdığı şekliyle ‘paradigma’nın bu yazıda kastettiğimden farklı bir anlamı var ve bu hakim anlamla nitelenen paradigma terimi, medya etiğine dair tartışmaların yanlış anlaşılmasına yol açabilir. Buna karşılık, dışlama ve içine alma, dönüştürme ve çarpıtma, manipüle etme, uyarlama, susturma ve bastırma gibi çok daha ‘alenî’ politik süreçlerle tahakküm-madunluk ilişkisini sürdüren, varlığını bu süreçlerle gerçekleştiren ‘söylem’ terimi, hak-hukuk-özgürlük-ahlak gibi iktidar ilişkilerinin tam da özeğinde bulunan kavramlarla kurulan ‘medya etiği’ sorunsalına daha uygun görünüyor.

Medyanın özgürlüğünü ve etiğini tarif eden hakim söylem, yeri geldiğinde indirgeme işlemi (medyanın işlevinin sırf enformasyon toplama ve yayma olması), yeri geldiğinde genelleme işlemi (enformasyon işlevinin, yorumlama, eğlendirme, mal ve hizmet satışı-na yardımcı olma gibi diğer işlevlerin üzerini örtecek şekilde yaygınlaştırılması), yeri geldiğinde sıkı bir kategorileştirme işlemi (ciddi medyanın popüler medyadan ayrılması; haberin yorumdan, ikisinin birden eğlenceden; hepsinin birden ilan ve reklamdan ayrılması; politikanın gündelik hayattan; aklın duygulardan ayrılması; medyanın kamusal işlevinin ticari işlevlerinden ayrılması), yeri geldiğinde kategorilerin birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılması işlemi (mesela özellikle medyanın kamusal işlevinin ticari işlevini gizleyecek şekilde öne çıkarılması ve ticari işlevinin önemsizleştirilmesi) gibi süreçlerle kurulmuştur.

Ne var ki bu çürük söylemsel yapı aynı zamanda öylesine bir heyuladır ki, kendisine yöneltilen eleştirileri hayali labirentleri içinde kolayca manasızlaştırabilir. Çünkü herhangi bir tikel eleştiri, tam da bu eleştirinin yöneltildiği unsurla çelişen ama bu söylemin içerdiği bir başka unsurla ‘steril’ hale getirilebilir. Örneğin ‘mahremiyet’ ihlali dersiniz, karşılığında toplumsal ahlakın gözetilmesi gerektiği, medyanın bu işlevini ‘mahremiyet ihlallerine’ rağmen yerine getirmesi gerektiği cevabını alırsınız. Böylelikle eleştiriler, teşbihte hata olmazsa eğer, devasa biri karşısında küçücük bir çocuğun şikayetlerini göz yaşlarına karışan manasız mırıltılarla dile getirmesine benzer bir anlamsızlığa indirgenir. Dolayısıyla eleştirilerin bu hakim söylemin kendisini yeniden üretmesine bir vesile olmaktan ziyade, bizzat bu söylemi hedef alan politik bir karşıhamleyi gerçekleştirebilmesi için, yapının temeline yönelik bir ‘ikon kırmaca’ harekâtına girişmekten başka çıkar yol yoktur.

Bütün bu izahatın bu yazının yazılmasına gerekçe teşkil eden temel derdi ne kadar açık, dahası ne ölçüde anlamlı olarak ortaya koyabildiğini kestiremiyorum. Belki lafı fazla döndürmeden yazının iddiasını açık bir şekilde ortaya koymak daha uygun olacaktır: “Kamusal iletişim özgürlüğü (ki özellikle günümüzde çok büyük

bir tehdit altındadır), sırf medyanın kendi başına buyruk işleyişine, yani medyanın eline bırakılmayacak kadar değerlidir ve korumaya alınması gerekmektedir”.

Bu iddia medyanın özgürlüğünün ‘dokunulmaz’ bir hak olduğu, dahası ‘kamusal iletişim özgürlüğünün esasında medyanın özgürlüğüyle eşdeğer’ olduğu varsayımına, yani hakim medya etiği söyleminin temelinde yatan fikre muhaliftir; böylelikle de kamusal iletişim özgürlüğü ile medyanın özgürlüğünün birbirinden ayrılması, kamusal iletişim özgürlüğünün korunması için medyanın özgürlüğünün lüzumu halinde sınırlandırılması gerektiğini ima etmektedir. Bu iddianın geçerliği için evvel emirde yapılması gereken, hakim medya etiği söylemini, evrensel ve değiştirilemez olarak takdim ettiği mitle- rin tarihsel, maddi ve özgül olduğunu ortaya koymak suretiyle çö- zümlemektir. Bu yazıda bunu yapmaya çalışacağım.

Bütün alanlarda, ama özellikle ve baskın olarak ticaret alanında- ki ‘liberalleşme’ genel eğiliminin yaşandığı ve bu eğilimin iletişim politikalarını da tarif eden hakim söylem olduğu bir dünyada med- yanın özgürlüğünü tartışmaya davet etmenin marjinallik niteleme- sini de davet ettiğini biliyorum. Ama önce Körfez Harekâtının, daha sonra 11 Eylül 2001 faciası ve onu izleyen olayların hakim medya etiği söyleminin mitlerini, hem de küresel ölçekte lime lime etmesi marjinal bir konumun yaratacağı kişisel rahatsızlıkları göze alma yürekliliğini destekliyor.

Etik soruların merkezinde duran iyilik, doğruluk, dürüstlük gibi kavramların ampirik nesnellikten ziyade değerlere dair olduğunu tartışmak bile gereksiz. O halde günümüzde medya etiği ile ilgili tespit edilen sorunları değerlendirirken kullanılan denek taşının ‘nes- nellik’, ‘tarafsızlık’ gibi değerlere tamamen yüz çevirmiş (yüz çevir- mek bir yana ‘değerlerin’ tam zıddı olarak tanımlanan) terimler ol- ması paradoksal değil mi? Bu soruya medyada etik konuların sorun- sallaştırılmasının tarihsel serüvenini izleyerek cevap arayacağım. Çünkü böylelikle bu yol gösterici terimlerin medyayla ilişkili tarih- selliğini ortaya koymak, dolayısıyla bu terimler çerçevesinde kurulan medya hal ve gidiş kodlarını da sorunsallaştırmak mümkün olacaktır.

Medya Etiğine Tarihsel Bir Bakış

Etik, felsefenin bir dalı. Meslekten felsefeci olmayanların konuyla ilgili meraklarını gidermek için başvurabilecekleri kimi cep kitabı tarzı metinler ise etiği, ‘ahlaki eylemin bilimi’ olarak nitelendiriyor.² Ama ‘ahlaki eylemin bilimi’ olarak etik tanımı, ahlaki eylemlerin bizzat kendileri gibi epey sorunlu.

Felsefenin bütün dalları bilgiyi hedefler. Dolayısıyla en başından itibaren etiğin görevi insanın hal ve gidişine, davranışına dair bir teorinin, genel olarak bir değerler teorisinin geliştirilmesi olarak düşünülmüştür. Ne var ki, bir etik teorisinin imkansızlığı ve faydasızlığını; genel geçer, evrensel bir etik teorisinin olamayacağını öne sürenler de vardır ve bu görüşe göre, etik pratik bir disiplin olduğu için, teorisinin özelliği olan bilişsel hedef, etik söz konusu olduğunda pratik hedeflere bağımlı hale gelecektir, yani pratik hedefler olmaksızın etik bilgiye ihtiyaç yoktur. Dolayısıyla evrenselliği olmazsa olmaz sayan bir felsefi (etik) kuramın pratikte hiçbir geçerliliği olamaz.³

Bu tür iddialara modernliğin hakim bilim anlayışındaki mesafeli ve nesnel duruş çerçevesinde bakıldığında bir değerler teorisinin değerden ne kadar bağımsız olabileceği sorusunu da ilave edersek, genel geçer bir etik teorisinin ne kadar problemlili olduğunu da tespit edebiliriz. Etik konusundaki tartışmalara yazının sonlarında, medya etiğinin evrensel ‘etik temelleri’ olabilir mi sorusunu araştırırken yeniden değineceğim. Şimdilik, felsefeyle mesleki bakımdan ilgisi olmayan biri olarak bu konuda söyleyebileceğim ise şu: Etiği insanın güzeli, doğruyu, iyiyi arayışında (veya bina edişinde) bütün duygusal ve zihinsel emek ve edimlerimizin mücadelesini kuşatan bir söylemsel alan olarak yerli yerine konumlandırmak gerekiyor. Burada ahlaki eylemler sorununun kimilerince (mesela Aristo’ca) ontolojik bir sorun olarak tespit edilmiş olması o kadar önemli de-

² Mesela, Annemarie Pieper böyle demektedir. *Etiğe Giriş* (çev. V. Atayman, G. Sezer) Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1992: 22.

³ Bu görüşlere karşı bkz. Georgias Anagnostopoulos, “Ethics and the Indispensability of Theory”, *Topoi* 17, 1998: 149-166.

gil. Önemli olan etiğin sıkı sıkıya bir bilim olarak tarif edilmesinin neden olacağı problemlere dikkat çekilmesi. Özellikle hâlâ geçerli olduğu iddia edilen hakim medya etiği söyleminin sözde bilimsel kurgularla (nesnellik, tarafsızlık) inşa edilmiş olması bu problemlere bizim tartışmamızda ayrı bir önem kazandırıyor.

Christopher Pieper'in iddiasını izleyerek, medya etiği dediğimizde medyada söylemsel olarak inşa edilmiş hal ve gidiş normlarını kastediyoruz.⁴ Burada söylemsellik önemli bir niteliktir. Söylemsellik önemlidir çünkü her söylem gibi dışlama ve içine alma süreçleriyle normal olana iktidar ve meşruiyet tevdi eder; buna karşılık normdan sapanı lekeler ve gayri meşrulaştırır. Üstelik kendi pratiğiyle de, toplumda bu söylemin kabul görmesini ve yaygınlaşmasını sağlar. Ama medyanın hakim etiği, yine her söylem gibi bir kurgudur ve 'iktidar mücadelesi' içinde kurulur ve bu mücadeleyi gizlemeye hizmet eder.

Üstelik medyanın etik kodları söyleminin, hekimlikteki 'hipokrat yemini' veya avukatlıktaki 'baro sınavı' gibi medya pratiğini sıkı sıkıya tanımlayıcı ve bütün medya pratisyenlerinin işlerini yapmadan önce rıza göstermeleri gerektirici (apaçık) bir gücü de yoktur. Bu, aslında medyada etik kodların, avukatlık ve hekimlik kodları gibi evrenselleştirilemeyeceği, daha doğrusu evrensellik iddiasında bulunamayacağı anlamına gelir.

Ama medya, iktidarını bir bakıma tam da bu etik zaafına borçludur. Çünkü medya etiği dediğimiz söylemsel yapı esasında içi boş kural ve ilkeler bütününden başka bir şey değildir. Ne var ki bu boşluk medyanın güncel ahval ve şeraitine denk düşecek uygulamalarla doldurulur; esas olarak da medyada ve medyanın konumlandığı genel mekândaki iktidar ilişkilerince şekillendirilir. Bu süreçte kodları adlandıran kavramlar evrensel görünümüleriyle tikel asimetrileri de gizlerler. Çünkü medya etiğinin ekseninde yer alan kavramlar, mesela 'nesnellik' kavramı tüm evrensel tınılarıyla medyadaki tikel çıkar iliş-

⁴ Christopher Pieper "Use Your Illusion: Televised Discourse on Journalistic Ethics in the United States, 1992-1998", *Social Semiotics*, 10, 1, 2000: 61-79.

kilerini örten bir işlev görür. Böylelikle medya, etik ilkelerle bunların uygulamaları arasındaki uçurumun en belirgin alanı haline gelir.

Partizan Basından Popüler Basına

Etik kavramının medyanın gündemine girmesinin (ya da medya etiği söyleminin inşa edilmesinin) tarihine baktığımızda,⁵ medyaya dair tartışmalarda etik kelimesinin ABD’de 1850’lerde zaman zaman dile getirildiğini görürüz. Bu kelimenin basınla ilişkili olarak kullanılmasının şüphesiz 1830’larda medya tarihi içinde ‘metelik gazeteleri’ olarak anılan yeni bir gazete türünün ortaya çıkmasıyla yakından bağlantısı var. Biraz daha eskiye gittiğimizde, 1700’lerdeki Amerikan basınının koloni dönemindeki gazete pratiklerinden ‘partizan (taraf-
lı)’ bir geleneği devralıp geliştirdiğini tespit ediyoruz.

Bu gelenek içinde, siyasetçiler basını kendi siyasal amaçları doğrultusunda kullanırlarken, basın da, Amerika’da şekillenen siyasal sistemin oluşumunda etkin bir işlev görür. Gazetelerin çoğu siyasal partiler tarafından desteklenip işletildiği gibi, gazetelerin sahipleri ve editörleri de ya bir siyasal makam sahibidirler ya da bir makam sahibi olmak için çaba harcamaktadırlar. Gazeteler varlıklarını sürdürebilmek için siyasal partilere bağlı oldukları için muhalif görüşlere yer vermeleri düşünülemez. 1800’lerin sonlarına doğru basının siyasal ve ekonomik yapısında köklü değişimler yaşanır. Partizan basın ve medyada tarafgirlik geleneği giderek ortadan kalkar.

Bu değişiklik çoğu medya tarihçisi tarafından 1830’larda gelişmeye başlayan ve ‘metelik gazeteler’ diye adlandırılan bir tarzın yaygınlaşmasına bağlanır. Aslında bir ekonomik, teknolojik, sosyal ve kültürel gelişmeler karmaşasından kaynaklanan bu değişimin nedenlerine kimileri, ABD’nin iç savaştan çıktığında okuyucuların basının tarafgir haberlerinden yorgun düşmelerini, halkın parti politikalarına yönelik hayal kırıklığının artması ve nihayet gazete sayı-

⁵ Medya etik söylemin tarihini Starck’ın yazısını izleyerek aktaracağım. Bkz. Kenneth Starck, “Research Review: What’s Right/Wrong with Journalism Ethics Research”, *Journalism Studies*, 2, 1, 2001: 133-152.

sının azalması ve medyanın konsolide olmasını, telgrafın kullanılmaya başlanmasını, basın birliklerinin ortaya çıkmasını, pozitivizmin bilim kültürü olarak ağırlığını koymasını ve gazetecilerin profesyonelleşmesi yönündeki girişimleri de eklemektedirler.⁶

Yukarıda sayılanlar dahil daha birçok sosyoekonomik ve siyasal değişimin sonucunda ortaya çıkan metelik gazeteler, reklamla desteklenen, dolayısıyla tiraja çok önem veren, böylelikle popüler beğenilere ve farklı siyasal görüşten geniş bir kitlesel okura seslenen düşük maliyetli gazetelerdir. Ancak bu gazetelerin yaygınlaşması ve basındaki tarafgirlik geleneğini tamamen ortadan kaldırmaları 1900 başlarında gerçekleşir. 1850'lerde tarafgir olmayan (yani metelik diye adlandırılan) gazetelerin oranı %5'ten fazla değildir. Yine de bu tarihlerde basın etiği hakkında sözlerin duyulmaya başlanması şüphesiz tarafgir basından metelik basına doğru ilerleyen bir sürecin medya söyleminde yankı bulmasıyla ilgilidir.

'Etik' kelimesi basını eleştiren bir yazının başlığında ilk kez 1889'da kullanılır. Zaten 1890'lar medya etiği tarihinde ilk kilometre taşını oluşturur. Bu dönemde ticarileşme ve gazeteciliğin profesyonelleşmesi ABD ve Büyük Britanya'da basının ekonomik, siyasal ve toplumsal kudret sahibi kurumlar haline gelmesine yardımcı olur. Medya etiği konusu ise, bu kurumsal gücü meşrulaştırmak amacıyla gündeme gelir. Böylelikle gazetecilikte hal ve gidiş standartları ve profesyonellik hakkında bir söylem harekete geçer. Bu söylem, medya etiği tarihinde ikinci kilometre taşı olan 1920'lerde iyice şekillenir. Bunun sebebi bu yıllarda gazetecilik eğitiminin ABD üniversitelerine girmesidir.

Gazeteciliğin üniversite eğitim programları arasında kendisine bir yer bulması, ABD'de tarafgir basının yerini tamamen popüler, ticari basına bırakmasıyla bağlantılıdır. Ticarileşme ve popülerleşme süreci içinde bina edilen profesyonel gazetecilik söylemi bir mesleki eği-

⁶ Louis Day, "The Journalist as Citizen Activist: The Ethical Limits of Free Speech", *Communication Law & Policy*, 4, 1, 1999: 1-34. Ayrıca John A. Palen, "Objectivity as Independence", *Science Communication*, 21, 2, 1999: 156-171.

timle bütünleştirilmediği taktirde eksik kalacaktır. Meslek eğitimi ise, meslekte genelgeçer hal ve gidiş kodlarının, yani etik kodların mevcudiyetini (eğer mevcut değilse inşa edilmesini) ve bu kodların mesleğin müstakbel mensuplarına öğretilmesini gerektirir.

Medya etiği konusunda yayınlanan ilk kitap, 1924 tarihli *The Ethics of Journalism*'dir. Kitabın yazarı Nelson Crawford gazetenin ticari bir mal olduğunu ama yayın yapma özgürlüğünün aynı zamanda 'belli bir kamusal veya yarı-kamusal görevi' de gerektirdiğini belirtir.⁷ Basın etiği konusu zaten esas olarak bu görevle, yani medyanın asla göz ardı edemeyeceği 'toplumsal sorumluluğuyla' ilişkilidir.

Medyanın Toplumsal Sorumluluğu

Crawford'un kitabında zikrettiği 'medyanın toplumsal sorumluluğu' meselesi 1947 yılında Hutchins Komisyonunun hazırladığı raporda doktrinleştirilir⁸ ve daha sonra Siebert, Peterson ve Schramm tarafından daha da geliştirilir.⁹ Toplumsal sorumluluk kuramı olarak adlandırdıkları bu doktrini Siebert, Peterson ve Schramm şöyle özetlerler: "Özgürlük beraberinde yükümlülükler getirir ve toplumumuzda ayrıcalıklı bir yeri olan basın, çağdaş toplumda kitle iletişimin belli özel işlevlerini yerine getirme konusunda topluma karşı sorumlu olma yükümlülüğünü taşımaktadır".¹⁰

Gauthier'in belirttiği gibi bu iddia, demokratik toplumlarda esasen sınırlanamayacağı belirtilen basın özgürlüğünün sınırlarını belirlemektedir.¹¹ Demokratik bir toplumun mensupları doğru ve

⁷ Starck, A.g.e.

⁸ R. Hutchins, "Commission on freedom of the press" *A Free and Responsible Press*, University of Chicago Press, 1947. ABD'de basının konumu ve özellikle özgürlüğü konusunda, Chicago Üniversitesi Rektörü Robert D. Hutchins başkanlığındaki komisyon raporunda, gazetecilik bir endüstri ve meslek olarak tarif edilir.

⁹ F. Siebert, T. Peterson ve W. Schramm, *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, Urbana, 1956.

¹⁰ Akt: Candance C. Gauthier, "Right to Know, Press Freedom Public Discourse" *Journal of Mass Media Ethics*, 14, 4, 1999: 197-212.

¹¹ Gauthier, A.g.e.

kendilerini ilgilendiren siyasal enformasyona ulaşma hakkına sahiptirler ama bu hak aynı zamanda bir sorumluluğu da beraberinde getirir. Bireyler bütün düzeylerde demokratik sürece hakkıyla (yani bilgili olarak) katılmalarını sağlayacak yeterlikte bilgili hale gelme sorumluluğunu da taşımaktadırlar. Üstelik bu sadece siyasal süreçle de ilgili değildir. Birey mesleki ve kişisel yükümlülüğünü yerine getirmek için o özgül alanlarla ilgili enformasyonu edinme hak ve sorumluluğuna da sahiptir. Mesela birey seçimleri ve eylemleri ile ilgili düzenleyici hukuki kuralların neler olduğunu, bunların ne zaman değiştiğini bilme hukuki sorumluluğunu taşımaktadır.

Bireylerin bu sorumlulukları medya için de geçerlidir; üstelik medyanın sorumluluğu bireysel yurttaşlardan daha fazladır, çünkü medya mensuplarının enformasyona erişim imkanları çok daha fazladır, kamuya neyin açıklanacağı ve bunun nasıl sunulacağı konusunda denetim uygulama erkleri vardır.

Toplumsal sorumluluk sahibi bir medya, ‘değer ve kanaatlerin’ iyice devre dışı bırakılmasını sağlamak için birtakım yollara başvurur ve bu çözüm yolları medyanın etik kodlarının esasını oluşturur.

Bir kere haberler ‘nesnel ve tarafsız’ bir şekilde toplanmalı ve nakledilmelidir. Değer ve kanaat içermesi kaçınılmaz olan yorumlar haberlerden ayrılmalıdır. Yorumlar ise, konulara nesnel ve tarafsız yaklaşan yazarlarca bina edilmelidir. Bu sağlanamasa dahi, nihayetinde liberal medya ortamında, pek çok farklı fikrin, yorumun mevcudiyeti okuyucuya seçme imkanı verecektir. Liberalizmin ‘fikirler piyasası’nda okuyucu, iyi malı kötü maldan ayıracak ya da farklılaşan fikir ve görüşleri birbirleriyle karşılaştırmak suretiyle kendi ‘görüşünü’ bina edecektir.

Görüldüğü gibi, medyanın işlevlerini yerine getirmede gözeteceği hal ve gidiş kural ve ilkelerinin ekseninde ‘nesnellik’ kavramı durmaktadır. Haberlerde ‘nesnellik’ esastır. Yorumlarda ise nesnellik niteliği ‘yorumcu’ya, o da olmazsa ‘piyasa’ya yüklenmiştir.

Amerikan gazeteciliğinde tartışmanın her iki yanını dengelemeye yönelik bir yaklaşımdan oluşan, ama pratikte sıradan halk yerine

resmi kaynaklara değer veren nesnellik doktrininin tarihsel gelişimini inceleyen Mindich, bu doktrinin beş unsurdan oluştuğunu belirtmektedir:¹² Tarafsızlık, siyasetten uzaklık, ‘ters piramit’, ‘olguşallık’ veya enformasyonun ampirik olarak tanıtlanabilir olması ve denge. Mindich’e göre nesnelliğin bu beş unsuru, Amerikan gazetecilik tarihindeki belli olaylarla bağlantılı olarak formüle edilmiştir.

Etik Bir Doktrin Olarak ‘Nesnellik’

Nesnellik doktrini, özellikle Amerika’daki popüler (hem herkese hitap etmesi hem de yaygın tirajı olması anlamında popüler) basında medya profesyonellerinin hal ve gidiş kodlarının ekseninde yer alır. Ama aslında nesnel gazeteciliğin kökenleri hiç de etik, entelektüel veya ahlaki bir temele değil, ‘metelik gazeteler’ ile ilişkisinde tespit ettiğimiz gibi, tam da o babadan gördüğümüz kapitalist uyanıklığa dayanır; “nesnellik hiç şüphesiz akıllıca bir hamledir, çünkü bir gazete geniş bir kitleye hitap etmedikçe okur sayısını artıramaz”.¹³

Nesnellik doktrini Avrupa’nın ‘fikir’ gazeteleri geleneğinde Amerika’dan bazı yönlerden farklı bir şekil alır. Bugün başta İngiltere olmak üzere Avrupa’daki çoğu ülkede gazeteler partilerle ilişkileri bakımından olmasa bile, siyasal duruşları bakımından (sol, sağ, liberal) belli bir ‘yanlılık’ içindedirler. Dolayısıyla Avrupa medyasında ‘nesnellik’ bir editoryal politika -yani etik bir doktrin- olmaktan ziyade, haber toplama ve yapma sürecini tanımlayan bir pratik kılavuz haline gelmiştir.¹⁴

Popüler metelik gazetelerinin gelişmesiyle şekillenen ve geleneksel Amerikan tarzı gazetecilik pratiğini yönlendiren nesnellik doktrininin düşünsel temelleri esasında 1920’lerde Amerikalı ga-

¹² Mindich, A.g.c.

¹³ Kitty, A.g.e. Nesnellik ideolojisinin hiç de masum olmadığı görüşünü, Robert McChesney de desteklemektedir (*Rich Media, Poor Democracy*, Universty of Illinois Press 1999).

¹⁴ Lilly, John “How the Press Lost Its Bias, Or at Least Its Bite” *American Spectator*, 32, 2, 1999: 69-71.

zeteci Walter Lippmann'ın 'kamuoyu'na dair görüşleriyle atılır. Lippmann seçkin bir demokrasi anlayışını savunur. Seçkin demokrasi anlayışına göre, iyi hükümetler karmaşık birçok teknik sorununa rutin olarak cevap bulmalıdırlar. Bulunacak etkili cevaplar karmaşık ekonomik ve bilimsel çözümler gerektirir. Çoğu insan ise hükümet tarafından ele alınması gereken problemlere ilgi duymadığı gibi, bunların ne bu problemleri anlama, ne de çözüm geliştirme kabiliyeti vardır. Hükümetin karar verme işini ekonomik, insani ve doğal çevreyi anlayan uzmanlar yerine getirmelidir.¹⁵

Lippmann'ın kamuyu, seçim zamanları iyi veya kötü, başarılı veya başarısız, kamusal ruha sahip veya bireysel çıkarlar peşinde koşan seçkinler (ki bunlar şüphesiz profesyonel politikacılar) arasında seçim yapan bir tüketiciler kitlesine indirgeyen yaklaşımı, gazetecilerin işlevini de, bu kitlenin tercihini belirlemede yardımcı olacak tarafsız, nesnel ve sırf olgulardan ibaret bilgi aktarmaya indirger. Basının demokrasideki görevi, bu anlamda, siyasal seçkinlerin kamusal çıkarlardan uzaklaşıp bireysel çıkarlarını gözetmeye başlamalarına karşı, yani yapacakları 'yolsuzluklara karşı bekçilik (watchdog)'tir. Bu görev basın ile siyaset seçkinleri arasındaki ilişkiyi yolsuzluklar, başarısız icraat ve siyasal hatalar üzerinden kurar. Bu ilişki sonuçta Lippmann'ın tasavvurundan farklı bir şekil alır. Siyaset seçkinleri kendilerini basına karşı sorumlu görmeye başlarlar. Bir anlamda siyaset bütünüyle basın için sahnelenen bir oyun haline dönüşür. Böylelikle basın bekçilik görevinin dışında bir siyasi güç kazanmaya başlar; doğrudan siyasetin aktörlerinden biri haline gelir.

Bu şekilde kurulan basın-siyasetçi ilişkisi gazete sayfalarının siyasete dair yolsuzluklar, olumsuzluklar, başarısızlıklarla dolmasına; kamunun kendisini kötü mallar arasında seçim yapmak durumunda kalan bir tüketici olarak konumlandırarak, giderek siyasetten uzaklaşmasına yol açar. Bu uzaklaşma basının da bindiği dalı kesmesi anlamına gelir. Çünkü siyasetle ilgisini giderek kesen, yolsuzluklar ve benzeri olumsuzlukları okumaktan sıkılan, seçimlerdeki kararı-

¹⁵ Walter Lippmann, *Public Opinion*, Harcourt Bracc, New York, 1922.

nın hiçbir şey deęiřtirmedięini dűřűnen gazete okuru yolsuzluk, beceriksizlik, bařarısızlık hikayeleriyle dolup tařan gazeteleri okumaktan da vazgeçmeye bařlar. Nesnellik doktrininin fıkri zeminini dűřeyen Lippmann'ın 'ideal demokrasi' anlayıřı bűylelikle kamu ve siyaset arasındaki baęın iyice zayıflamasıyla sonuçlanır.

Gazetenin, editoryal politika olarak ve gazetecinin de kılavuz olarak benimsedięi ve medya etięinin ekseninde yer alan nesnellik doktrini, 1950'lerden itibaren açık açık eleřtirilmeye bařlanır. Bu eleřtiri űzellikle 'nesnellik' doktrininin gazetecilerin űzgűrlűklerinin korunmasını saęlayacak bir meřruiyet zeminini saęlamasında űnem tařması ve bu zemin űzerinde 'meřru haber'in tanımlanmasında yol gűsterici olmasının sonuçlarıyla ilgilidir. Meřru haberin ne olduęunun belirlenmesiyle ilgili tartıřmayı űnlemek için profesyonel gazeteciler giderek haberlerde resmi kaynaklara bel baęlar hale gelir. Bűylelikle 'nesnellik' doktrini, iktidar sahiplerini (ve profesyonel gazetecilikle tam da aynı zamanda geliřen halkla iliřkiler endűstri-sini) neyin haber olduęunu belirlemede sűz sahibi bir konuma yerleřtirir.¹⁶ Nesnellik doktrini giderek medyanın etik kodlarına statűkoden yana bir 'partizanlıęı' sokar.

'Nesnellik' adı altındaki bu yeni 'tarafgirlik' McCarthy soruřturmalarında kendisini iyice ortaya koyar. Gerçekten de, McCarthy dűneminde gazetelerin nesnellik iddiasıyla ortaya koydukları performans, olguları çarpıtmanın, dahası olguların imalatına katkıda bulunmanın bir űrneęini teřkil eder. Bu űrnek nesnellik ideolojisinin aslında bir yanılısamadan ibaret olduęunu ortaya koyar. Soęuk Savař'ın ilk koműnist avcılarından olan Amerikan Senatűrű McCarthy'nin bu av sűrecinde yaptıęı řeylerden biri, bir yerden çıkıp řűyle demekti: "Elimde ABD Dıřıřleri Bakanlıęında koműnist olan 200 kadar kiřinin listesi var". Nesnellik doktrini, gazetecilerin bu suçlamaları doęru olup olmadıklarını denetlemeksizin basmalarını gerektirir. Ama esasında McCarthy'nin elinde tuttuęu kaęıt parçası bořtur ve sonradan doldurulacaktır. Bu anlamda haber yű-

¹⁶ McChesney, A.g.e.

netiminin bir ustasıdır McCarthy. Nesnellik koduna sıkı sıkıya bağlı pek çok muhabir, Senatörün hükümet görevlilerine, ordu mensuplarına, eğlence dünyasındaki isimlere ve gazetecilere karşı belgelenmemiş Komünist Parti üyeliği suçlamalarını, bu suçlamaların doğruluğundan şüphe duysalar bile, bildirmekle görevli olduklarına inanırlar ve bu suçlamaları haber yaparlar. Bu tür haberciliğin sıgılığı bazı gazetecileri öfkelendirse de, çoğu gazeteci katı nesnellik felsefesine ve bu felsefenin olgu ile hakikat arasındaki ayrımı göz ardı etme ilkesine sıkı sıkıya bağlı kalır.

Nesnellik etiğine en ciddi eleştiriler altmış ve yetmişlerin muhalif kültüründen kaynaklanır. Vietnam Savaşı'nda hükümetin olaylara ilişkin açıklamalarıyla muhabirlerin bizzat tanık oldukları arasındaki uymazlık, hatta çatışma, nesnellik adına yetkililerin açıklamalarını değerlendirme süzgecinden geçirmeksizin yayınlama pratiğinin çöküşüne yol açar. Hükümet ile basın arasındaki mevcut güven ilişkisi, Watergate Skandalı ile daha da zedelenir. Bu ilişkinin zedelenmesi nesnellik etiğinin de darbe alması anlamına gelir.

1960'ların kimi eleştirel medya analistleri nesnelliği sırf bir gizemleştirme ve bir mit olarak değerlendirirler. Gazetecilerin nesnellik etiğine bağlılıklarını sürdürme çabaları, sosyolog Gaye Tuchman'a göre sadece 'stratejik bir ritüel'dir. Çünkü esasında öznellik gazetecilerin yazısına kaçınılmaz olarak müdahale etmektedir, buna karşılık nesnellik iddiası muhabirlerin kendi görüşlerinin sorumluluğundan kaçmalarına imkan sağlar. Todd Gitlin ise, nesnellik normlarının gazetecilerin haber üretimi üzerindeki denetimlerini pekiştirdiğini iddia eder. Harvey Molotch ile Marilyn Lester ise, nesnellik imkanını dahi reddederek, bütün haberlerin aslında imal edildiğini, çünkü nesnel olunabilecek bir 'dış' dünyanın bulunmadığını öne sürerler.¹⁷

Nesnellik etiğine yönelik eleştiriler medyanın toplum içindeki işlevinin de sorgulanmasını gündeme getirir. Meşruiyeti evvel emirde demokrasinin vazgeçilmez bir kurumu olduğu iddiasına dayandırılan medya, demokrasinin en bilinen göstergelerinin (mesela vatandaşların

¹⁷ Palen, A.g.e.

siyasal ve kamusal süreçlere katılması, oy kullanma oranı, sivil örgütlerde gönüllü çalışmalar yapmaları vb.) giderek olumsuz sinyal vermesiyle, diğer birçok sorumlu kurum gibi görevini yerine getiremediği eleştirileriyle de karşı karşıya kalır. Bireylerin giderek kamusal sorumluluk almaktan uzaklaştığı bir siyasal yönetim yapısının demokrasi olarak adlandırılıp adlandırılmayacağı ve bu olumsuz süreçte medyanın ne ölçüde rol oynadığı da tartışılmaya başlar. Üstelik kamusal hayata sorumlu bir birey olarak katılmayan vatandaşın da medyanın özsel demokratik işlevi olan haberlere ihtiyacı çok az olacaktır. Görünen o ki, medyanın tarafsız, mesafeli ve nesnel habercilik etiği, sonuçta hizmet edeceği düşünülen amaca ters bir etki yaratmıştır.

Nesnellik etiğinde habere nasıl bir değer yüklendiğine dair bir analiz bu tespiti daha da sağlamlaştıracaktır. Nesnellik etiği, medyanın ticarileşmesiyle de bağlantılı olarak bir ‘haber fetişizmine’ yol açar. Aslında bir araç olması gereken haber, kendi başına sırf ‘haber’ olmak nedeniyle mutlak bir değer kazanır. Böylelikle haber medyasının amacı, en son, en yeni haberlerin peşinde koşmak haline gelir. Haberin kullanım değeri, yani vatandaşların bilgi sahibi olarak kamusal hayata katılmak için gerek duydukları bir araç olma özelliği, yerini haberin değişim değerine bırakır. Sonuçta haberin tüketim piyasasına sunulan (hem de en hızlı bayatlayan ürün olduğu için, derhal tüketilmesi gereken) diğer mallardan, vatandaşın da sıradan tüketicilerden farkı kalmaz. Vatandaşın tüketiciye dönüşmesi ise vatandaşın bilgisi, katılımı ve müzakeresiyle tanımlanan modern demokrasi anlayışını geçersizleştirir. Tüketici vatandaşlar, demokrasi oyununun müşterileri haline gelmişlerdir. Böylelikle en had safhada popülizmler, her türlü demagojiye izin veren, akla ve ahlaka sığmayan her türlü rekabet mücadelesini hoş gören (görmekle de kalmayıp özendiren) müşteri kazanma stratejileri günümüz demokrasilerinin belirgin karakteristiği olur.

Nesnellik Etiğine Alternatif Arayışı: ‘Kamu ya da Yurttaş Gazeteciliği’

Nesnellik etiğine dayalı medya pratiğinin de katkısıyla vatandaşlık statüsünden tüketicilik statüsüne kaydırılan halkın siyasete

yönelik umursamazlığı, kamusal hayatın can çekişir hale gelmesi ve demokrasinin katılımcılıktan iyice uzaklaşıp (ki Amerikan seçimlerde oy kullananların %50 sınırının dahi altına düşmesi bu sürecin dehşet verici bir işareti olarak değerlendirilmektedir) vatandaşların dışında bir sahnede oynanan oyuna dönüşmesi, haber medyası ile kamu arasındaki bağın iyice zayıflaması, bütün bu gelişmeler, hakim medya etiğinin daha fazla tartışılmasına ve alternatif arayışlarına yol açar. ABD’de kimi medya profesyonellerinin ve akademisyenlerin alternatif ‘kamusal’ gazetecilik ya da bir diğer adıyla ‘Yurttaş Gazeteciliği’ önerisi 1988 Başkanlık seçimleriyle birlikte gündeme gelir ve çoğunluğu gazete olmak üzere 400’den fazla medya kanalının katıldığı bir proje olarak 1990’larda hızla yayılır.

Kamu gazeteciliğinin teorik temellerini New York Üniversitesi öğretim üyesi Jay Rosen atar. Rosen,¹⁸ bu pratiğin yeni olmadığını, aslında kralların ve kilisenin kanaatlerinin önemini yitirmeye başladığı ve kanaat taşıyıcısı olarak kamunun ortaya çıktığı 1700 ortalarından beri var olduğunu öne sürer. Kamu kanaatinin, tekil egemenliklerin kanaatini alt edecek şekilde öne çıkışında basın da önemli bir işlevi olmuştur; hatta kamu kanaatleri ile basın arasındaki ilişki bu işlevden de ileridir, öyle ki, esasında bu ikisi aynı gelişmenin farklı adlarıdır. Çağdaş kullanımıyla kamusal gazetecilik her zaman zaten kavramsal olarak bitişik olan şeyleri, yani gazetecilik ile kamuyu, bu kez dilsel olarak yeniden birbirlerine tutturmayı amaçlamaktadır; bu anlamda kamu gazeteciliği belki de, gazetecilere, ‘nereden geldiğini hatırla’ demenin bir yoludur.

Rosen, kamu gazeteciliğinin ne zaman ortaya çıktığı sorusuna bir başka cevabın ise, onun entelektüel tarihinde aranabileceğini belirtir. Böylelikle kamusal gazetecilik fikri, 1920’lerde John Dewey’in Walter Lippmann’la giriştiği polemikle başlamış, Hutchins Komisyonunun 1940’lardaki raporunda yer alan ‘toplumsal sorumluluk’

¹⁸ Rosen’in kamusal gazetecilikle ilgili fikirlerini şu kaynaktan aktarıyorum: Jay Rosen, “Questions and Answers about Public Journalism”, *Journalism Studies*, 1, 4, 2000: 679-683.

kavramlaştırmasıyla devam etmiş, Wright Mills 1950'lerde bu fikri canlı tutmuş; Jürgen Habermas'ın çağımızdaki büyük tarihsel anlatısıyla gelişmiştir; medya çağında ise James Carey ve diğerleri bu izi sürmüşlerdir.

Rosen'in bu eğilimin kaynaklarına dair bir başka ve daha pratik açıklaması ise kamu gazeteciliğinin, ABD'deki 1988 başkanlık seçimlerinden sonra, mesleklerinin geleceğine dair bir kuşku dönemi yaşayan kimi gazetecilerin kendilerine 'işlerini yaparken halkı yeterince hatırlayıp hatırlamadıklarını' sormaları ve bu soruya 'hayır' cevabını vermeleriyle başlayan bir arayış süreci olduğu şeklindedir. Bu değerlendirmeye göre, kamu gazeteciliği, gazetecilerin kendilerine bu olumsuz cevabı verdikten sonra bu cevabın uzantılarından rahatsızlık duymaları ve akademisyenlerin (ve kimi gazetecilik vakıflarının da) onlara düşünsel destek vermeleri sonucu, geleneksel gazetecilik rutinlerini değiştirerek kaybetmiş oldukları kamuyu yeniden bulma girişimleriyle başlamıştır. Gazetecilerin bu çabası 1993'te bir isim de bulmuştur kendisine: 'Kamu ya da Yurttaş Gazeteciliği'.

Ne var ki kamu gazeteciliği, Rosen'in de itiraf ettiği gibi, hâlâ icat edilmekte olan bir pratiktir ve icadı sürdürdüğü için ne olduğu tam olarak bilinmemektedir. Bu nedenle uygulamacıları henüz bu yaklaşımın etik kodlarını tam olarak tarif edemezken, kamu gazeteciliğine yönelik eleştiriler de, daha ziyade bu yaklaşımın nesnellik doktriniyle şekillenen geleneksel gazetecilik kodlarına yönelik eleştirilere karşı direnme şeklini almaktadır.

Kamu gazeteciliğine yönelik eleştirel iddialar, bu yaklaşımın 'partizan' gazetecilik anlayışına kaymayı başlattığından, nesnelliği yıkma tehdidiyle basının güvenilirliğini de tehlikeye atmasına; çözüm ve cemaat bağlantıları üzerinde odaklanma nedeniyle haber gündeminin çarpıtılmasına ve çözümü kolay olmayan sorunların değerini düşürmeye ve gazetelerin bağımsızlığından ödün vermeye yol açmasına kadar pek çok itirazı içermektedir. Ama bütün bu eleştirel iddiaların ortak çerçevesini geleneksel gazetecilik anlayış ve işleyişinin savunulması oluşturmaktadır.

Eleştiriler içinde en kayda değer iddialardan biri, kamu gazeteciliğinin “yeni bir gazetecilik anlayışı değil, tirajın ve itibarın kaybına karşı gazetecilerin geliştirdikleri yeni bir pazarlama girişimi” olduğudur. Kamu gazeteciliği yaklaşımının fikri temellerini, özellikle Jürgen Habermas’ın ‘kamusal alan’ ve ‘iletişimsel eylem’ kavramlarıyla ilişkilendirerek tartışan ve bu yaklaşımın medya politikalarının piyasaya bağımlılığını göz ardı ettiğini belirten James Compton’un görüşleri de bu iddiayı destekler mahiyettedir.¹⁹ Compton’a göre kamu gazeteciliği kamusal iletişimde yaşanan sorunların yapısal değil, retorik olduğunu öne sürmektedir. Böylelikle de bu yaklaşım gazeteciliğin geliştiği ve uygulandığı tarihsel bağlamı göz ardı eder. Yine Compton’un Ben Bagdikian’dan aktardığı üzere, “gazeteciliğin ortalama yurttaşların ilgilerinden ve çıkarlarından uzaklaşması, medya kartelleri ve şirket konsantrasyonunun istikrarlı bir şekilde gelişmesinin ve kazancı maksimize etme dürtüsünün bir sonucudur”. Haber söyleminde şirket değerlerinin hakim olması, yoksul ile zengin arasındaki uçurumun genişlemesi gibi birçok önemli konuda medyanın suskun kalmasına yol açmıştır.

Kamu gazeteciliğinin fikir babası Rosen’in şu sözleri de zaten bu iddiaları destekler yöndedir: “Kamu gazeteciliği yürürlükteki sisteme bir başkaldırı ya da hatta küçük bir isyan bile değildir. Kamu gazeteciliği Amerikan basınının işlediği ticari rejime meydan okunmasını önermemektedir. Bu rejimin içinde yer alan bir hareket olduğu için de, kamu gazeteciliği, kitle iletişim araçlarının yeni bir siyasal ekonomisinin aranacağı yer değildir”.²⁰

Kamu gazeteciliğinin en büyük faydası, hakim nesnellik ideolojisine meydan okuması ve gazetecilerin ‘elde bir görür’ hale geldikleri pratikleri yeniden düşünmeye davet etmesi olmuştur.²¹ Ancak Amerikan gazeteciliğindeki bu yeni arayış, en azından şimdilik geleneksel gazeteciliğin bilinen pratikleri, etik kodları ve ilkelerine uygulanabilir bir alternatif sunmuş değildir.

¹⁹ Compton, A.g.e.

²⁰ Rosen, A.g.e.

²¹ Compton, A.g.e.

Yeniden Medya Etiği

Medyada etik sorunlar konusu 1980'lerde yeniden gündeme gelir. Bu, bir anlamda medyanın küresel düzlemde irdelenmeye başlanmasıyla ilişkilidir. UNESCO'nun üzerinde çok tartışılan 'Birçok Ses, Bir Dünya' başlıklı raporu medyanın küresel ölçekteki işleyişinde göz ardı edilemeyecek etik sorunlar olduğunu tespit eder. Böylelikle medya etiğine dair daha önceleri yerel düzlemde tartışılan konular küresel düzleme taşınır.²²

Ne var ki, UNESCO raporu medyanın küresel boyutunu gündeme getirerek, bir anlamda 1980'lerde iletişim teknolojilerindeki gelişmeler nedeniyle medyanın da önemli aktörlerinden biri olduğu küreselleşme eğilimlerini de öngörmüş olmakla birlikte, medya etiğine dair tartışmaların alevlenmesinin tek nedeni değildir (belki önemli bir etkeni bile değildir). Diğer nedenleri ararken burada bir 'takdim tehir yaparak', 80'lerden önceye, gazetelere yeni medyaların, özellikle televizyonun eklenmesiyle birlikte nasıl bir medya manzarasının ortaya çıktığına bakmakta yarar var.

Televizyon ilk yıllarında eğlendirici bir teknik araç olarak görülür. Bu anlamda Raymond Williams'ın o çok bilinen tespitiyle, televizyonun teknolojisi içeriğini, yani televizyona dair formatları öncemiştir.²³ Bu sözü bir miktar daha açmak lazım, Elbette her teknolojik yenilik, içinin bir şeylerle doldurulmasını gerektirir. Ancak medyaya baktığımız zaman, örneğin gazetelerin ilk biçimlerinin antik Roma'ya kadar gittiğini, basım ve dağıtım teknolojilerinin gelişmesiyle bu ilk biçimin kendisini geliştirecek teknik imkanlara sahip olduğunu biliyoruz. Buna karşılık televizyon başlangıçta birtakım önemli sosyal olayların aktarılması için kullanılır; dolayısıyla kendine özgü birtakım türlere, dili ve tarzı bakımından herhangi bir özgül içeriğe sahip değildir. Televizyon kendi içeriğini oluşturma sürecinde

²² Starck, A.g.e.

²³ R. Williams, *Television, Technology and Cultural Form*, Fontana, London, 1975 (Türkçe'si: *Televizyon Teknoloji ve Kültürel Biçim*, çev. A.U. Türkbağ, Dost Kitabevi Yayınları, 2005).

esas olarak kendinden önceki medyaların içeriklerini kendisine uyarlayarak alır. Televizyon içeriğinin bu eklektik yapısı nedeniyle Williams, televizyonun kendine özgü tek formatının ‘akış’ olduğunu söyler. Televizyonun kendine özgü içeriği, bizzat o içeriğin hepsi olan ‘akış’tır, yani haberlerin, belgesellerin, dizilerin, arkası yarınların, yarışmaların, naklen yayınların, özetle televizyonda yayınlanan ve hemen tümü başka medyalardan (gazete, radyo, sinema, tiyatro) alınarak televizyonun imkan ve sınırlamalarına göre yeniden şekillendirilen formatların birbiri ardına dizilmesidir. Bu tespitin önemi şura-dadır: Televizyonda haber de, belgesel de, drama da, eğlence programı da, bu akış içindeki konumlarıyla, tıpkı Saussure’nin dilbilimindeki göstergenin sentagmatik anlamlama serüveni gibi, kendisinden önceki ve kendisinden sonraki programlarla olan ‘karşıtlık’ ilişkisiyle anlam kazanır.

Ama televizyon, aynı zamanda ticari bir işletme olduğu için ‘televizyona özgü bu türün’ yani akışın şekillenmesinde izlenirlik en önemli belirleyicilerden biridir. İzlenirlik sırf akışın düzenlenmesinde etkili olmakla kalmaz, aynı zamanda akışta yer alan formatların (popülerlik, yani en çok izleyiciye cazip gelme nedeniyle) birbirlerine müdahale etmesine de yol açabilir. Bu müdahale farklı formatların en çok izleyici çeken formata dönüşmesine kadar varabilir. Bu ise, ‘akış’ta formatları anlamlandıran ‘karşıtlık’ ilişkisinin ‘benzerlik’ ilişkisine dönmesiyle, böylelikle, hem farklı formatları melezleyen yeni formatların ortaya çıkması hem de bir formatın popüler başka bir formata benzetilmesiyle sonuçlanabilir. Bunun günümüzde en açık örneği, eğlence ve enformasyonu bitıştiren (daha doğrusu eğlenceye enformasyon muamelesi yapan) ‘infotainment’ adı verilen programlardır.

Medya etiği konusundaki ABD’de filizlenen fikirlerin televizyon öncesi medya ortamında tartışıldığını ve medyanın hal ve gidiş kodlarının da yine televizyon öncesinde şekillendiğini biliyoruz. Amerika’da televizyoncular, gazeteciliğe en çok yaklaşan formatlarda, yani haber ve haber programlarında mevcut etik kodlara bağlı kalır. Bunun nedeni, toplumsal sorumluluk doktrininin özel-

likle televizyon için daha da bağlayıcı olmasıdır. Havadaki radyo dalgalarını kullanarak yayın yapan ticari televizyonlar, aslında kamuya ait olan bir malı kullanmaktadır. Üstelik kamuya ait olan bu mal, yani radyo dalgaları sınırsız miktarda da değildir. Dolayısıyla parası ve isteği olan herkesin televizyon yayını yapmasına imkan yoktur. Kısıtlı olan bir kamu malını kullanma ruhsatını alan bir işletmecinin kamuya karşı sorumluluğu çok daha fazladır. Dolayısıyla ticari televizyonlara, gazetelerin hal ve gidişini düzenleyen etik kodlar dışında da sınırlama getirilir, işletmeci, yayın ruhsatını almanın bedeli olarak bu sınırlamaları kabul etmek zorundadır. Televizyon (ve elbette radyo) yayınlarını düzenlemekle görevli üst kurul FCC (Federal İletişim Kurulu), hakkaniyet ve eşit zaman ilkesiyle, özellikle televizyonların seçim yayınlarını sınırlayan kurallar getirdiği gibi, işletmelerin sınırlayıcı ilkelere uymadığını tespit ettiğinde bunların ruhsatını iptal etme yetkisine de sahiptir.

Ancak 1980'lerle birlikte liberalleşme ve 'piyasa ekonomisi' söylemi, bunların yanı sıra iletişim teknolojilerindeki devasa gelişme ve küreselleşme eğilimleri medya dünyasının çehresini de, yapısını da, karakterini de değiştirir. Bu değişiklik medyaya yaramaz, çünkü bütün kamuoyu yoklamalarının ortaya koyduğu gibi, medya büyük bir itibar kaybına uğrar. Üstelik bu dönemlik ve gelip geçici bir kayıp değildir. Medya etiği sorunlarının 1980'lerle birlikte yeniden ve epey alevli bir şekilde gündeme gelmesinin en önemli sebeplerinden biri medyanın itibar kaybından duyulan rahatsızlıktır.²⁴

²⁴ Chris Manahan, Amerika'da iki medya örgütünün kendi araştırmalarında (Committee of Concerned Journalists ile Radio and Television News Directors Foundation) halkın medyaya olan güven kaybının 15 yıl öncesine oranla daha çok arttığını belirlediklerini zikrediyor ("Journalist, heal thyself", *America*, 181, 16, 1999: 16-18). ABD'de halkın haberlere güveni 1988'de %55'ken 1993'te bu oran %20'ye düşmüştür (akt: Compton, A.g.e.). Hollanda'da yapılan son bir kamuoyu yoklamasında halkın sadece %38'i gazetecilerin hakikati dile getirdiğine güvendiğini belirtmiştir. Britanya'da bu rakam 1983'te %19'ken 1993'te %10'a düşmüştür (Liesbet van Zoonen, "A professional, unreliable heroic marionette (m/f): Structure, agency and subjectivity in contemporary journalism", *European Journal of Cultural Studies*, 1, 1, 1998: 123-143).

Değişen Dünya, Değişen Medya

Medyanın itibar kaybı, ilginçtir ki medyanın hem teknolojik hem de hukuki anlamda miktar, çeşitlilik, erişim imkanı olarak büyük bir gelişme gösterdiği dönemde hızlanmıştır. Bu dönem, tam da gazetecilik temelli belli medya mitolojilerinin alt üst olduğu; medyanın geleneksel olarak herkesçe kabul edilen demokraside ve kamusal alandaki kurumsal sorumluluğunun, yani Murdock'un tabiriyle "toplumsal yaşama korkusuzca ve saygın bir şekilde katılma ve toplumsal yaşamın gelecekte alabileceği biçimleri formüle etmeye yardımcı olma hakkına sahip"²⁵ yurttaşları, yurttaşlar olarak eylemde bulunmalarını sağlayacak şekilde bilgilendirme işlevinin yaygın bir şekilde tartışıldığı bir dönemdir.

Üstelik bu kimilerinin 'enformasyon imparatorluğu' diye adlandırdığı bir dönemdir.²⁶ Bu imparatorluğun hiyerarşisinde ise başı radyo, televizyon ve bilgisayar çeker. 'İmge'nin hakimiyetindeki bu imparatorluk, kazalara, suçlara, çatışmalara ve skandallara prim verir. Tercihi kötü ve anormal haberlerden yanadır; kazalar, suçlar, çatışma ve skandal ilginçtir, normallik sıkıcıdır. Öyle bir dünyadır ki bu, kaza şansı, hastalık riski, şiddet oranı devasadır, ilişkilerde sadakat diye bir şey kalmamıştır.

Bu imparatorluğun baş oyuncularını olan gazeteciler ise, sürekli birilerini yok etmek, devirmek, yıkmak için çaba harcarlar. Çünkü imparatorluğun önemli ve ünlü bir şahsiyeti olmak, ancak bu sayede mümkün olabilir. Ün ise, imparatorluğun bütün kapılarını açan bir anahtardır sanki. Bu nedenle imparatorluğun sağladığı imkanları şöhrete tahvil etmek en önde gelen hedeflerinden biridir gazetecilerin. Bunun için söylenmemiş sözleri alıntılama, söylenmiş sözle-

²⁵ Graham Murdock, "Rights and representations: public discourse and cultural citizenship" içinde, J. Gripsrud (der.), *Television and Common Knowledge*, Routledge, Londra ve New York, 1999: 7-17'den akt: Irene Costera Meijer, "The Public Quality of Popular Journalism: developing a normative framework", *Journalism Studies*, 2, 2, 2001: 189-205.

²⁶ Peter H. Gibbon, "Cynicism, celebrity, and the decline of journalism", *USA Today*, 128, 2652, Eylül 1999: 56-57.

ri çarpıtma, hatta haber icat etme bile meşru bir pratik haline gelir bu imparatorlukta.

Bu gazeteciler özyaşam öykülerini yazarlar, diğer gazetecilere mülakat verirler. İmparatorluğun bu alanında al gülüm ver gülüm münasebeti sürüp gider. Aktörler, aktristler, şarkıcılar, türkücüler, mankenler bu imparatorluğun sırf eğlence görevlileri değildirler artık. Bunlara ‘filozof-kral’ muamelesi yapılır. Bunlar bize ‘nasıl yaşayacağımızı’ anlatırlar, öğretirler. Bu imparatorlukta tartışma adabı yerini ‘kimin sesi daha baskınsa onun sesi duyulur’ adapsızlığına bırakmıştır. İmparatorluğun ekran konukları yargılamada acelecilerdir, karmaşık sorunlara kolay çözümler sunuverirler; iddialarda bulunurlar, bağırırlar, söz keserler ama dinlemezler ve asla ödün vermezler. Bu imparatorlukta mahremiyet falan hak getiredir.

Britanya’da Channel 4’ün kurucu Genel Müdürü Roger Graef, bu enformasyon imparatorluğunda etik konular bakımından bir vur kaç zihniyetinin hüküm sürdüğünü öne sürüyor. Graef’e göre bu imparatorlukta sürat’in çok önem kazanması haberin (ya da bugün adlandırıldığı şekliyle ürünün) imalatında ve dağıtımında görevli olanların sayısındaki azalma ve yeni teknoloji, genetik olarak değişikliğe uğramış bir medyacılık türü yaratmıştır. Bu ahlâki geni kaybolmuş, ahlaki konularda renk körü olan bir türdür. Bu türemensup olanların çoğu, hem ucuz, hem de popüler olan ‘reality-show’ları imal ederler; ya da diğer formatları, hatta haberleri bile ‘reality-show’a dönüştürürler. Röntgenciliği özendiren pespaye belgesel yapımlar (örneğin Türkiye’de BBG adıyla kopyasını izlediğimiz, ‘Big Brother’ tarzı yapımlar), içeriği mahrem itiraflarla donatılan ‘talk-show’lar aslında bir bakıma cinselliğin ve duygusallığın ticaretini yapmaktadırlar.²⁷

Bu tespitleri (ve daha bunlara eklenebilecek bir çoğunu) daha geniş bir kavramsal çerçeveden düşündüğümüzde, global medya ortamında (ki bunu ulusal veya yerel medyayı da dahil edecek şe-

²⁷ Roger Graef, “Garbage in, garbage out”, *New Statesman*, 129, 28 Ağustos 2000: 28-31.

kilde düşünmek gerekiyor, zira bütün bunları kesen ticarileşme ve teknolojik gelişme gibi ortak eksenler var) yine medyanın, ayrıcalıklı konumunu meşrulaştırmada çok etkili bir ideolojik görev yapmış olan kendi mitolojisinden kaynaklanan belli tanımların ve sınıflandırmaların bulanıklaşması sorunu çıkıyor karşımıza. Toplumsal düzeyde duvarların yıkılması, sınırların kalkması metaforlarıyla illendirilen süreçler medyaya özgü duvar ve sınırlar bakımından da yaşanıyor sanki. Böylelikle ciddi ve tabloid, haber ve eğlence, yorum ve haber, kurmaca ve gerçek gibi ayrımların geçerliği pratikte problemli hale geliyor. Bu problem hali, medyanın yaygın olarak kabul gören varlık nedeninin ve bu nedenden kaynaklanan (hukuki ve ahlaki) ayrıcalıklarının tartışılmasına yol açıyor. Böylesi bir tespit bizi yeniden medya etiği konusuna, ama bu kez medya etiğinin temellendiği felsefi tartışmalara götürüyor.

Medyanın Özgürlüğü, Medyanın Etiği

Medya etiğinin felsefi temelleriyle ilgili söz söylemek için şüphesiz bir miktar felsefe ve etik bilgisine sahip olmak gerekiyor. Bu miktarın ne ölçüde olması gerektiğini belirtmek zor. Çünkü meslekten felsefecilerin medyaya dair bilgilerinin genellikle sınırlı olması, felsefe formasyonu olanların medya etiğiyle ilgili sözlerinin derinliğini kısıtlayabilir. Buna karşılık felsefe bilgisi sınırlı medya analistlerinin medya etiğini sorunsallaştırmaları da, bunun tersinden ama benzer bir sıklıkla malul olabilir.

Meslekten felsefeci olmadığım için, medya etiğiyle ilgili bir tartışmaya girerken şüphesiz bu sıklık ve daha da kötüsü yanlış anlama ve aktarma tehlikelerini göz ardı etmiyorum ama günümüz medyasının hayatımızın her alanını istila etmiş olması nedeniyle sürekli tecrübe ettiğimiz ve yakınlıkla dile getirdiğimiz uygulamalarını münferit vakalar topluntusu olarak sıralamak yerine, bunları birbirleriyle ilişkilendirerek bütünsel bir değerlendirme yapmak için bu tehlikeli alanda dolaşmak gerekiyor. Ayrıca ben burada medya etiğiyle bağlantılı bir felsefi tartışmadan ziyade, yazının başında ifade ettiğim ‘medyanın özgürlüğü’ konusunda bir paradig-

ma değişikliğinin teorik imkanlarını araştıracağım için bu tehlikeli sulardaki seyahatim de zaten üstünkörü olacak.

Medya etiği ile medya özgürlüğünü (veya daha sık kullanılan tabirle ‘basın özgürlüğünü’) birlikte düşünmemiz gerekiyor. Zira medya etiği ve medyanın hal ve gidiş kodları yine medyanın dokunulmazlığından (ya da medya özgürlüğünün dokunulmaz bir hak olmasından) kaynaklanır ve medyanın özgürlüğünün sınırsız olması gerektiği iddiası da, özellikle John Stuart Mill’in fikirlerine dayandırılır. Ben burada, bu fikri dayanakların esasında medyanın bugünkü yapısında ve pratiklerinde varsayıldığının tam tersine işleyebileceğini, Mill’de özgürlüğün sınırlarını tartışan Candace Cummins Gauthier’in yazısına,²⁸ daha sonra da Habermas’ın söylem etiği ile medyanın regülasyonu, yani medyanın özgürlüğünün sınırlanabilirliği arasında ilişki kuran Karin Wahl-Jorgensen ile Hernan Galperin’in²⁹ yazısına dayanarak ortaya koymaya çalışacağım.

Gauthier, gazetecilerin enformasyon toplama ve yayma özgürlüğünün ahlaki gerekçesini, kamunun bilme hakkının oluşturduğunu belirtiyor. Ama gerek halkın bilme hakkı, gerekse medyanın enformasyon toplama ve yayma hakları beraberinde birtakım sorumlulukları da getiriyor. Halkın bilme hakkına sahip olması, vatandaşların anayasal olarak korunan haklarını kullanabilmeleri için malumat sahibi olarak karar verme imkanını sağlaması anlamına geliyor. Böylelikle basının enformasyon toplama ve yayma haklarının ilksel amacı da kamusal söylem aracılığıyla malumata dayalı siyasal ve kişisel karar almayı özendirmektir. Gauthier’e göre, bu hakların temellendiği etik ilkeler bunların kullanılmasına sınırlamalar da getirir.

Gauthier sınırlayıcı etik ilkeleri, tam da sınırsız basın özgürlüğü düşüncesinin temellendirildiği J.S. Mill’in görüşlerine dayanarak tespit ediyor. Mill’in fayda ilkesine göre, “eylemler ve politikalar mutluluğu teşvik ettikleri ölçüde doğru ve haklı, mutluluğun tersi-

²⁸ Gauthier, A.g.c.

²⁹ “Discourse Ethics and the Regulation of Media: The Case of the U.S. Newspaper”, *Journal of Communication Inquiry*, 24, 1, Ocak 2000: 19-40.

ni ürettikleri ölçüde de yanlış ve haksızdır”. Bu ilke belli bir eylem veya politikanın beklenen yararları ve maliyetleri veya zararları karşılaştırılarak uygulanır. Ahlaken doğru eylemler ve politikalar en az zarara yol açarken, en fazla menfaati sağlayanlar olacaktır. Bu menfaat ve zarar hesaplaması, eylem ve politikalarla ilgili olan herkes göz önüne alınarak yapılmalıdır. Dolayısıyla basın özgürlüğünün sınırları da, medyanın eylem ve politikalarının beklenen maliyet ve zararlarıyla malumatlı bir kamunun sağlayacağı toplumsal menfaatin karşılaştırılmasıyla belirlenir. Medyanın etkileri bireyler bakımından mahremiyetin ve saygınlığın yitirilmesine, duygusal hasar oluşmasına yol açabilir; toplum bakımından ise kamusal söylemin giderek yozlaşmasını içerebilir. Mesela medya sırf ilgi çekiyor diye kamusal söylem bakımından ilgisiz enformasyon üzerine odaklandığında, olguları çarpıttığında, hiçbir makul haklılama olmaksızın sürekli mahremiyeti ihlal ettiğinde veya gücünü kamuoyunu manipüle etmek için kullandığında bu etkilere yol açabilir. Medyanın bu eylemleri kamusal duyumsamazlığa ve bezginliğe neden olduğunda, medyanın özgürlüğünün sınırsızlığından söz etme imkanı kalmaz. Çünkü halk, artık medya kanallarına güvenmez veya bu kanalları izlemezse, gerekli ve ilgili enformasyonu da kaçırmış olur. Böylelikle medyanın özgürlüğünü teminat altına alan malumatlı vatandaş topluluğu yaratma menfaati ortadan kalkar.

Gauthier, ayrıca Mill’in basın özgürlüğünün başlıca felsefi kaynaklarından biri olarak ele alınan Özgürlük Üzerine adlı denemesinde bu özgürlüğün sınırlarıyla ilgili görüşlerini de aktarır. Mill’e göre ifade özgürlüğü başkalarının çıkarlarına zarar vermenin önlenmesi için sınırlanabilir. Başkalarına zarar verme, epey bir muğlaklık içerdiği için Mill bunu açıklamak için şu ifadeleri kullanır: ‘Bir başkasına kötülük yapmak için hesaplanmış hareket’, ‘başkalarını inciten bir fiil’, ‘başkalarını yaralayan fiiller’, ‘başkalarının haklarına karşı bir saldırı’, ‘bireye veya kamuya belirli bir hasar veren veya belirli bir hasar verme tehlikesi içeren fiiller’. Mill, “ifade edildiği şartlar zarar verici bir fiile neden olduğunda, kanaatler dahi dokunulmazlıklarını kaybederler” demektedir.

Gauthier, Kant'ın İnsanlık İlkesi'nin de halkın bilme ve medyanın enformasyona erişim ve yayma haklarını bir yandan meşrulaştırırken, diğer yandan bu hakların kullanılmasına sınırlar getirdiğini söylüyor. Kant'ın bu ilkesi, insanlığın, özellikle de kişilerin akli doğalarının, kendi içinde bir amaç olduğu fikrine dayanmaktadır. Kişilerin insanlığının fitri değeri vardır ve insanlar sadece bu değer nedeniyle saygıyı hak ederler. O nedenle ister kendi kişiliğinde, isterse başkasının kişiliğinde insanların sadece bir araç değil, her zaman bir amaç olarak da ele alınması gerekir.

Bu ilke, medyanın malumatlı bir kamu yaratma ve böylelikle alınacak kararların malumatlı olmasını sağlama işlevini yerine getirme hak ve faaliyetini meşrulaştırır ama aynı zamanda bu işlevi yerine getirmede birtakım sınırlamalar da getirir. Kamusal söylemin önemsiz hale getirilmesi ve kalitesizleştirilmesi, medyanın halkı insanlıklarına saygısız bir şekilde ele alması anlamına gelir. Dolayısıyla medyanın izleyicilerini sırf tüketici olarak değerlendirmesi, Kant'ın anlayışına göre, onları amaç değil araç olarak kullanması demektir. Bu durumda medyanın özgürlüğünü de sınırlandırmak gerekir.

Özetle Gauthier'in yazısından anladığımız kadarıyla, Mill'in ve Kant'ın etiği, günümüzde gerek yapısı gerekse pratikleri göz önüne alındığında medyanın özgürlüğünü sınırlayıcı genellemeler içeriyor. Burada, Avrum Stroll'un genel etik ilkelerin özgül durumlarda kırılgan ve hatta geçersiz olabileceği iddiasına³⁰ ve Mikhail Bakhtin'in, bu tür genellemelerle kurulan ahlaki teorik mülahazaların yaşayan bireyin somut ve biricik 'birkez'liğini göz ardı etmesine yönelik anti-teorisizm eleştirisine veya gündelik hayat etiği savunusuna (yani bireyin belli eylemlere etik bir açıklama sağlayabilen teorik düşüncelerin neler olduğunu düşünmeksizin gündelik hayatın etiğine girmek durumunda olmasına),³¹ dayanarak medyanın öz-

³⁰ Avrum Stroll, "The Fragility of Moral Principles", *Topoi*, 17, 1998: 137-147.

³¹ Bakhtin'in anti-teorisizm ve gündelik hayat etiğiyle ilgili bir tartışma için, bkz. Corey Anton, "Beyond Theoretical Ethics: Bakhtinian Anti-Theoreticism", *Human Studies*, 24, 2001: 211-225. Bakhtin'in görüşlerinin yer aldığı eser: *Toward a*

gürlüğüne yönelik sınırlamaların bu tür genel etik ilkelerle gerekçelendirilemeyeceği öne sürülebilir. Ancak böylesi bir iddia, medyanın sınırlanamaz özgürlüğünün (enformasyon toplama ve dağıtma hakkı) yine benzer genel etik ilkelerle haklılandığı düşünüldüğünde geçerliliğini yitirmektedir.

Bakhtin, insan tecrübesinin biricik ve ‘birkezlilik’ mahiyetini vurgular. Bireyin icra ettiği her fiil ‘varoluşa birkezlilik katılımlardır’ ve üstü örtük de olsa aynı zamanda fiili, canlı ve ‘birkezlilik’ değerlendirmesi fiilleridir. Birey, teorik etik sistemleri kendi adına konuşabilen, böylelikle de kendisini sorumluluktan kurtarabilecek bir özür, bir mazeret olarak kullanamaz. Bakhtin, esas olarak insan tecrübesinden söz etmekle birlikte, onun görüşleri medyanın gündelik pratiği için de geçerlidir. Çünkü medyanın pratiği de, bu anlamda ‘birkezlilik’tir.

Bakhtin’in insan tecrübesine dair bu görüşleri, belki bir miktar zorlama da olsa medyaya uygulandığında, medyanın başkalarına (bireylere, cemaate, cemiyete ve dünyaya) karşı sorumluluğunun gündelik pratiklerinin ‘birkezliliğinde’ temellendiği, soyut teorik kategorilere (mesela insanların bilgi edinme hakkı temel ve dokunulmaz bir haktır, dolayısıyla basın özgürlüğü de sınırlandırılmaz gibi) dayanarak bu sorumluluğundan kaçamayacağı öne sürülebilir. Bu iddia medyanın ‘birkezlilik’ fiillerinin hesabını genel teorik-etik ilkelerle değil, bizzat o fiillerinin aynı zamanda bir değerlendirmeyi de içermesi nedeniyle, o fiiller üzerinden vermesi gerektiği şeklinde okunabilir.

Bakhtin’in gündelik hayat etiği, esas olarak medyanın pratiklerini ahlaki bakımdan değerlendirirken tecrübe ettiğimiz çaresizliğin, sıkıntının ve kafa karışıklığının nedenini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Medya ahlakını, özgül pratikleri çerçevesinde tartışanlar ve eleştirenler bizzat medyanın yaptığını yapmakta, yani medyanın fiilleri için soyut evrensellerde ve genellemelerde gerekçe a-

Philosophy of the Act, çev. V Liapunov, University of Texas Press, Austin, 1993. Bakhtin’in anti-teorisizmi gündelik hayat pratiğindeki etiğin teorik olarak üzerinde mutabakata varılan etik sistemlere indirgenemeyeceği iddiasıyla temellenir.

ramaktadırlar. Böylelikle medyanın icra ettiği fiillerin sorumluluğu somutluktan uzaklaştırılmakta; değerle ilgili olarak ağırlığından yoksunlaştırılmakta, boş, soyut bir evrensel olasılık halini almaktadır. Günümüzde medyaya yönelik eleştirilerin eleştiri yapanları bir çaresizlik duygusuna yöneltmesinin nedeni de işte budur.

Medyanın Özgürlük Sınırlarını Yeniden Düşünmek

Karin Wahl-Jorgensen ile Hernan Galperin, medyanın özgürlük sınırlarını Jürgen Habermas'ın söylem etiğine dayandırarak ve örnek olay olarak Amerikan gazetelerini ele alarak tartıştıkları yazılarında, medyanın özgürlüğünü sınırlayan kurallar koyma talebinin, bugünün siyasal ikliminde ve çağdaş iletişim politikası söylemlerindeki liberalleşme eğilimi nedeniyle marjinalleşme tehlikesini içerdiğini, ama yine bugünün şartlarında böylesi bir marjinalleşme tehlikesini göze alma gereğinin giderek arttığını belirtiyorlar.³²

Wahl-Jorgensen ve Galperin'e göre, bugün kamusal müzakere ve tartışma potansiyeli medyanın piyasaya yönelmesi sonucu olumsuz olarak etkilenmektedir. Bu olumsuz etki aynı zamanda farklı müdahaleler sonucu medya özgürlüğünün sınırlanmasıyla da ilgilidir. Mutlak liberalleşmenin iddiasının tersine, gazetelerin özgürlüğü piyasa-yönelimi nedeniyle, bizzat piyasa güçlerinin sınırlamalarına sıkı sıkıya bağlı hale gelir. Gazetelerin piyasaya yönelimlerinin üç doğurgusu olmuştur: İlkin, gazetelerin reklam desteğine bağımlılığı artmıştır; ikincisi, gazete mülkiyetinde konsantrasyon yaşanmaktadır; üçüncüsü de, gazeteciliğin toplumda edindiği 'paternalist' konumdur.

ABD'de medya kurumları esas olarak kamu çıkarına hizmet etmeyi hedeflemekten ziyade ticari işletmelerdir. Maliyet verimliliği ön plana alınarak ve giderek işletmeciler eğitimi görmüş, işletmeciler zihniyetine sahip yöneticilerce yönetilen ve kazancı maksimize etmeyi hedefleyen bu kuruluşlar, kamusal müzakere veya tartışma koşullarını besleyip zenginleştirmek yerine sahiplerine hizmet etme

³² Wahl-Jorgensen ve Hernan Galperin, A.g.c.

ve bu süreç içinde piyasa ideolojisini ebedileştirme eğilimindedirler. Bu işletmelerde reklamlar giderek merkezi bir yer tutmaya başlamıştır. Reklam, bir medya içerik türü olarak iletişimsel eylemi teşvik etmektense medyayı zorlayıcı, öz-çıkarcı, piyasa yönelimli mesajlarla doldurur. Reklam, kamusal müzakere ve tartışmanın mümkün olabileceği tek alanda dümeni paraya teslim eder. Ama kamunun ussal tartışmasına reklamın dayattığı tehlike bununla kalmaz. Reklam, medya patronlarına, yöneticilerine ve uygulayıcılarına dolaylı-dolaysız baskılarla reklam-dışındaki içeriği de etkileyerek medyanın özgürlüğünü sınırlandırır.

Wahl-Jorgensen ve Galperin'e göre, medyanın sahiplerini ve medyayı denetleyenleri, mülkiyet ve denetimin demokratik söylem şartlarını nasıl etkilediğini incelemek suretiyle medya piyasasını doğal ve nötr olarak düzenleyen bir şey olmadığını ortaya koymak mümkündür. Ticari çıkarlar etrafından örgütlenen bir medya sisteminin ortaya çıkması iktidarın denetimini kâr-yönelimli şirket çıkarlarının ellerine bırakmıştır. Medya girişimlerinde hisselerin büyük çoğunluğu az sayıda büyük şirkete aittir. Gazetelerin giderek temel sermaye kesimleriyle bütünleşmesi, muhabirlerin haber toplamak için girmeleri yasaklanan bölgeler yaratmıştır. Şirketler kendi medyalarını diğer iş ilişkileriyle ilgili olumlu bir imaj yaratmada kullandıkları için muhabirlerin kaçındıkları bazı konular bulunmaktadır. Dolayısıyla medyanın özgürlüğü bu alanda da sınırlandırılmaktadır.

Basın işletmeciliğinin tüketiciye yönelik politika gütmesi, seçkinci anlatım biçimlerini kayıran, diğerlerini gazete sayfaları dışına atan gazetecilik uygulamaları ve normlarının bollaşmasına yol açar. Gazetecilikteki nesnellik normu, medya pratisyenlerine ve sahiplerine babacıl bir otorite tevdi ederek onları, doğru ve gerçek olanın ne olduğuna karar verebilen, izlerkitle mensuplarını edilgin gözlemci, sırf haber tüketicisi konumuna yerleştiren entelektüel seçkin kesim olarak tanımlar. Böylelikle medya özgürlüğü bir bakıma 'işletmec-i-gazeteci'nin 'özgürlüğü' haline gelir.

Sonuç

Demek ki medya özgür değildir. Piyasanın 'nötr' olduğu varsayılan işleyişi, kamusal söylem mekânı olan medya söz konusu olduğunda, özgürlüğü sınırlamaktadır. Piyasanın medya özgürlüğüne dayattığı sınırlamalar siyasi merkezli (ki devlet sansürü diye bilinir bu) sınırlamalardan biçimsel olarak farklı olmakla birlikte, özü itibarıyla pek farklı değildir. Üstelik piyasanın sınırlamaları siyasi sınırlamalardan daha az tehlikeli de değildir. Çünkü medyaya siyasal iktidar müdahalesi bir muhalefet ve mücadele imkanını her zaman mümkün kılmakla birlikte, piyasa ideolojisi 'nötr ve doğal' görünümüyle herhangi bir muhalefet ve mücadele imkanını da düşünülemez hale getirmektedir. Bu durumda kamusal söylemin niteliksizleştirilmesine, giderek anlamsızlaştırılmasına medya okuru, seyircisi ve kullanıcısı olarak bütün bir kamu da katkıda bulunmaktadır.

Buraya kadar söylenenler elbette piyasanın, üstelik günümüzde globalleşmiş bir piyasanın medya özgürlüğünü sınırlandırıcı etkilerine karşı, bir başka sınırlandırıcı müdahale biçimi olarak (zaten global medya ortamında giderek de anlamsızlaşan ve artık çağdışı kalmış olan) devletin düzenlemelerini önermek anlamına gelmiyor. Ama bir yanda piyasa, diğer yanda siyasal iktidar müdahalelerinin ortasında kalmışlık hali de, bu konuda tam bir çözümsüzlük hissinin yaşanmasına yol açıyor. Aslında çözümsüzlük hissinin birkaç nedeni var. Bunlardan birincisi medyanın tam olarak özgür olamayacağı, bu nedenle de ya piyasanın ya da siyasal iktidarların müdahalelerini seçmek mecburiyeti dışında bir imkanın bulunmadığı inancıdır. Böylelikle piyasanın sınırlamalarına karşı çıkmak 'devletçi' kampta olmak, siyasal iktidarın müdahalelerine karşı çıkmaksa 'piyasacı' kampta konumlanmak şeklinde değerlendirilmektedir. Bu durumda ise ehven-i şer bir tercihten başka yol yok gibidir.

Çözümsüzlük sıkıntısının bence asıl nedeni ise, doğrudan doğruya medya endüstrilerinin de baş rolünü oynadığı kamusal söylemin sığlaşması, kalitesizleşmesidir. Bu haliyle kamusal söylem, tam da kendisini zenginleştirecek, besleyecek olan medya özgürlüğü konu-

sunda söyleyebilecek bir söze, müzakereye açılacak bir öneriye sahip değildir. Sonuçta akli bir tartışma yerine, birbiriyle bağdaştırılmayan veya ilişkilendirilmeyen, bu nedenle birbirini boğan pek çok sesin yükseldiği bir uğultuyla karşı karşıya kalıyoruz. Bu uğultu elbette ki, çözümsüzlük veya çaresizlik hissiyatını daha da kuvvetlendiriyor.

Bütün bu tespitlerden sonra, elimde sihirli bir değnek varmışçasına herkesin de mutabık olacağı bir mükemmel çözüm yolunu önerecek kabiliyette olmadığımı biliyorum. Aslında kimsenin böyle bir kabiliyetinin olmadığını, bu tür sihirli buluş imkanlarının mevcudiyetini ve böylelikle 'kurtarıcı' beklentisini de özellikle medyanın reel-kurmaca hikayeleriyle zihinlerimize kazımış olduğunu da belirteyim bu arada. Zaten böyle bir mutlak çözüm arayışı ve sanki böyle bir çözümün mümkün olduğu inancının yaygınlığı da, kamusal söylemin günümüzdeki içler acısı durumuna bir başka örnek teşkil eder. Ama yapabileceğim bir şey de var elbette. O da doğru olduğunu düşündüğüm bir soruyu ortaya atmak ve bu sorunun kamusal olarak tartışılmasını talep etmektir.

Sorum şudur: Acaba medyanın bütün olumsuz etkilerine karşın, günümüz dünyasında medya olmaksızın yaşatılamayacağı, hatta var olamayacağı düşünülen bir kamusal müzakere ve tartışma alanını, kamusal söylem imkanını 'medyasız' da olsa -özellikle de bu haliyle mutlaka mediasız olarak- üstelik de hem global, hem de ulusal ve yerel düzeyde yaratabilir miyiz? Böyle bir in"kan var mıdır? Eğer bu imkan varsa, ancak o zaman medyanın da zapturapt altına alınması mümkün olabilir ve böylelikle medya kamusal söylemin hizmetine girer. Eğer bu imkan kesinlikle yoksa, o zaman bırakın medyanın hale yola girmesini, bence dünyalı olarak bizim geleceğimiz için de hiç 'umut' kalmamış demektir.

ŞİRKETLEŞEN ÜNİVERSİTELERİN MÜŞTERİLERİ OLMAK YA DA ÜNİVERSİTELİ OLMAK*

Üniversiteli olmak için amansız bir yarışın hüküm sürdüğü günümüz Türkiye'sinde, hem bu edinilecek kimlik konusunda, hem de bu kimliği sağlayan kurum olan 'üniversite' konusunda kapsamlı değerlendirmelerin yapılması gerekiyor. Bu değerlendirmelerde eleştirel tınının diğerlerine baskın olması ise bugünün şartlarında kaçınılmaz görülüyor.

Böyle değerlendirmeler iki türlü yapılabilir. Birincisi içsel bir eleştiridir. İçsel eleştirinin amacı üniversitenin dışa yansıyan, nispeten tutarlı görünümünün gerisinde duran ve görünüştekinden tamamen farklı işleyişini ele almak ve değerlendirmektir. Dışsal diyebileceğimiz ikinci tür eleştiri ise, üniversite üzerinde etkili olan gelişmeleri irdeleyerek, bu gelişmelerin üniversitenin değerleri, yapısı ve işleyişinde neden olduğu değişimleri ve bu değişimin yönünü belirlemeye çalışır. Ben bu yazıda ağırlıklı olarak üniversite kurumunun değer ve yapı olarak radikal bir değişme süreci içinde olduğunu iddia ederek, bu değişimin dışsal etkenlerini çözümleyeceğim.

Üniversitenin çok önemli bir özelliği, yüzyıllar önce, yaklaşık 11. yüzyılda başlayan kurumsallaşma sürecinde şekillenen değerlerini bugüne kadar belli ölçüde koruyabilmesidir. Bu nispi devamlılık, üniversiteyi diğer pek çok sosyal kurumdan farklı, hatta ayrıcalıklı denebileceği bir yere konumlandırır. Şüphesiz üniversitenin yüzyıllar öncesinde şekillenen tüm değerlerini olduğu gibi koruyabildiğini iddia etmiyorum. Üniversiter değerler siyasal, toplumsal, ekonomik dönüşümlere uyumlanacak şekilde değişmiştir. Üstelik bana göre, ö-

* *Karizma*, sayı: 8, 2001: 31-41.

zellikle *bilginin metalaşması* ile birlikte, üniversiteye özgü olduğu varsayılan pratik ve politik pek çok değer içi boşalmıştır ve üniversiteler bu içi boşalmış değerlerin kurduğu sahte surların korunağı arkasında, bir *kristal fanusa* veya daha yaygın bir deyimle *fildişi kuleye* dönüşmüştür. Ama her şeye karşın bugün hâlâ üniversitenin ‘kendine özgü ve evrensel’ değerlerinden söz edilebilmektedir.

Ne var ki, tam da bu noktada, üniversitenin bütün dünyada radikal yapısal değişimi dayatan bir bunalımla karşı karşıya olduğu görüşü, yine yaygın kabul görmektedir. Gerçekte 21. yüzyılın eşliğinde, yakın zamanlara kadar nispeten kalıcı sayılan pek çok yapının sarsılmakta olduğunu düşünsel ve duygusal düzlemde zaten yaşamaktayız. Bu tecrübeye değişimin ne yönde olacağına dair sayısız çözümleme, değerlendirme ve öngörü eşlik ediyor. Yazılan gelecek senaryoları bir bakıma yazarlarının genel ruh hallerinden (ki bu haller de hiç şüphesiz bunların sosyoekonomik konumları, sınıfsal bağlılıkları ve beklentileriyle yakından ilişkilidir) pek de bağımsız olmadığı için genellikle alabildiğine iyimser veya karamsar olarak tezahür ediyor. Üniversitenin haline ve geleceğine dair değerlendirme ve senaryolar da benzer eğilimleri sergilemekle birlikte, hemen hepsinin üzerinde anlaştığı nokta, üniversitede yaşanan bunalımın değerlerle ilgili olduğu ve bu kurumu yüzyıllar boyu ayakta tutan değerlerinin yok olma tehlikesiyle yüz yüze kaldığıdır.

Üniversitede hem öğrenci, hem de öğretici konumunda bulunmuş biri olarak, üniversite konusunda bir değerlendirme yapmaya başlarken, insanın belli bir ölçüde kendi ‘özel’ tarihine başvurmasının yararlı olacağını düşünüyorum. Bundan kırka yakın yıl önceye gidip, üniversitede öğrenci olma ayrıcalığına kavuştuğum 1960’lardaki *zihniyet* ve *hissiyatımı* anımsamaya çalıştığımda, anımsadıklarımı da bugünkü durumla karşılaştırdığımda, üniversite değerlerinin sürekliliği iddiasının en azından *özel*, *kişisel* düzlemde tartışmaya epey açık olduğunu saptıyorum. Öyle sanıyorum ki, benzer bir tarihe sahip olan herkes benim bu tespitime katılmazlık edemez. Gerçekten de bu kırka yakın yıl içinde çok şey değişti ve esas değişen de köklü üniversite değerleri oldu.

Bizim memlekette hâlâ askere gitmek nasıl ki, '*erkek olmak, erkek sayılmak*' için geçilmesi gereken bir kapıysa, üniversite de o yıllarda öylesine kuttörenselse bir kapıydı; modern toplumun, gerçek bir *vatandaş* olmak için geçilmesi gereken bir kapı... Bir farklılıktı *üniversiteli olmak*. Örgün eğitim sürecimizdeki aşamalardan basitçe biri değildi üniversite. Yani '*üniversiteli olmak*' liseli statüsünden üniversiteli statüsüne geçmek gibi basit bir eğitsel '*mevki*' yükselmesi değildi. Üniversiteli olmak *zihniyet* ve *hissiyat* düzeyinde gerçekleşen bir 'devrim'di. Bu, üniversitenin hayata atılıp, toplumun muteber mevkilerinde kendimize bir yer tutmak için önemli bir aşama olmadığı anlamına gelmiyor. Ama o dönemde *zihniyet* ve *hissiyat*ımızın ekseninde üniversiteli olmanın bu yönü durmuyordu sanki. En azından en baskın erek ve hedefin o olmadığını düşünüyorum. Zira yüksek öğrenim görmüşler için iş bulma gibi bir derdin söz konusu olmadığı yıllardı altmışlar. Üniversiteli olmak ise, kendi başına bir itibar, bir gıpta, bir ayrıcalıklı statü konusuydu. Üniversiteliler itibar görürdü, onlara ayrıcalıklı davranılırdı. Üniversite kapısına bir iki adım mesafede bizler ise onlara gıptayla bakardık. Zamanın hızla geçmesini ister ve bir an önce o ayrıcalıklı kapıdan içeri girmeyi hayal ederdik.

O yıllarda üniversiteli olmanın niçin ayrıcalıklı bir toplumsal statüye denk düştüğünü açıklamak çok da zor değil. Kimilerini ihmal etsek bile, genel hatlarıyla birkaç önemli nedeni hemen belirleyebiliriz. Nüfusun haylice bir bölümü okuma-yazma bilmeyen, halkının çoğunluğu köylerde yaşayan ama bir an önce modernleşmeyi özleyen bir ülkede modernleşmenin en etkin, hem de simge kurumlarından birinin bu tür bir ayrıcalıklı anlama sahip olması çok doğaldı. Yine böyle bir ülkede üniversiteli ve üniversite mezunu olanların sayısı da çok azdı. Eğitim; gelişme, sorunların çözümü, dinamizm, yaratıcılık gibi toplumsal değeri çok yüksek süreçlerin merkezinde duran, bu süreçlerin merkezine yerleştirilmiş bir etkinlikti. Üniversite ise, eğitimin en üst durağı olarak en ayrıcalıklı yere sahipti. Bu ayrıcalık duygusuna yol açan nedenlere, üniversitelerde konuşlanmış olan *ilmiye* sınıfının Türkiye Cumhuriyeti'nin yakın tarihinde çok etkili ve etkin *kanaat önderleri* olmasını, siya-

sete yön verecek düzeyde *iktidar* ve özellikle de itibar sahibi olmasını da eklemek gerekiyor.

Bu nedenleri o yıllarda üç aşağı beş yukarı kestirebilmekle birlikte, üniversiteli olmanın esasında özgül toplumsal koşulların ve o koşullarla bağlantılı değerlerden ayrı, üniversitenin tamamen kendine ait, geleneksel değerleri konusunda çok da sistemli bir bilgiye sahip değildik muhtemelen. Kırık dökük bilgilerimiz, en azından *hissiyat* düzeyinde bildiklerimiz vardı elbette. Belki aynı terimlerle ifade etmiyor olsak bile, örneğin *bilginin iktidarı* konusunun ayrı mındaydık. Üniversitenin toplumsal bilgi birikim ve üretimini *temellük etmiş* olduğunu, bilginin ise toplumdaki en yüce değer olduğunu, üniversitenin toplumdaki nispî iktidarını bu değere dayandığını düşünüyorduk. Esasında Platonik bir cumhuriyetin yönetici ve yönlendirici camiasına mensup olmaktan alınan bir *hazdı* yaşadığımız sanırım. Bu hazzın yanı sıra üniversite cumhuriyetinin *farklı ve köklü* değerlerinin de etkisiyle, bu cumhuriyetin vatandaşı olmanın keyfini çıkarıyorduk.

Bugünkü duruma baktığımda, doğrusu *üniversiteli olmanın hissiyat ve zihniyet* olarak yukarıda özetlemeye çalıştığım anlamları taşıdığını düşündürecek işaretlere pek rastlayamıyorum. Elbette bu kırk yıl içinde memlekette köprülerin altından çok sular aktı; *zihniyet ve hissiyat* dahil pek çok şey değişti ve bu değişmelerin üniversite cumhuriyetini etkilememesi düşünülemez. Önce 12 Mart 1971 askeri müdahalesi ve daha sonra 1980 ara rejiminin ürünü olan YÖK depremi, Türkiye'ye özgü üniversite değerlerinin yıpranmasına, yozlaşmasına neden oldu. Hocasız, kütüphanesiz ve dersliksiz üniversitelerin *faaliyete geçmesi, bilim yapmaktan* ziyade öğretim amaçlı olarak kurulmuş akademilere üniversite statüsünün verilmesi, *üniversiteli olanların* sayısını artırdı ama eğitim düzeyinin düşmesine yol açtı. Üniversitelerdeki olumsuz gidişata neden olan Türkiye'ye özgü başka birtakım olumsuz gelişmeleri de bunlara ekleyebiliriz elbette.

Ne var ki benim buradaki iddiam, *üniversiteli olma* zihniyet ve hissiyatındaki köklü değişiminin sırf bizim memleketle sınırlı kal-

mayıp, tersine yerküresel yaygınlıkta olduğudur. Son yıllarda yaşanan gelişmelerin üniversitenin 11. yüzyıla kadar uzanan geçmişinden bugüne kalan değer kırıntılarının da tümüyle kaybolmasına yol açabileceğini ve üniversitenin yapısal bir değişimin dönemecinde olduğunu düşünüyorum. Üniversitenin kurumsallaşma tarihine baktığımızda bu düşüncemi destekleyecek ip uçlarını bulacağız.

Üniversite Değerlerinin Kökeni

Stanley Rothman'ın belirttiği gibi çağdaş üniversite Avrupa'nın icadıdır.¹ Yunan, Roma, Hindistan, Çin ve İslami Ortadoğu dahil diğer toplumlar, seçkinleri eğitmek için şu veya bu türde akademiler yaratmışlardır. Ama zaman içinde modern üniversite kurumunu yaratacak olan öğretim ve öğrenim merkezlerini Ortaçağ Avrupası kurmuştur. Üstelik bu kurum Avrupa'yı modern dünyaya doğru iteleyen en önemli etkenlerden de biri olmuştur.

Üniversite, yani bilimlerin geliştirilmesi ve özendirilmesinin bu özgül biçimi 11. yüzyıl sonlarında başlayan ve 12. yüzyıl boyunca devam eden bir süreç sonucu ortaya çıktı ve 13. yüzyılda en optimal halini aldı. Bu kurumun modern Avrupa'nın kaynağında yer almasının bir göstergesi de, Avrupa'da kentlerin yeni sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel işlevlerini gerçekleştirmeye başladıkları bir dönemde, üniversitelerin kent merkezlerinde kurulmasıdır.

Bu başlangıçla birlikte oluşan üniversite değerleri hakkında Gieysztor ve Gieysztor yol gösterici tespitler yapmaktadırlar.² Bu araştırmacılara göre, üniversitenin oluşturuç unsurları olan entelektüellerin tümü ruhban düzenine, kiliseye mensuptur. Ama bunlar kilise hiyerarşisinden ayrı, bu hiyerarşinin kıyısında bir yer açmayı başarabilirler. Açılan bu yerle birlikte, bu entelektüel-ustaların lonca halinde birleşmesi de gerçekleşir. Böylelikle tüccar ve zanaat-

¹ Stanley Rothman, "Symposium: What Is Higher Education's Responsibility to Society?", *Academic Questions*, Fall 1999, 12 (4): 13-18.

² Aleksander Gieysztor ve Ewa Gieysztor, "Value Systems in the University Tradition", *Dialogue & Universalism*, 2001, 11 (3): 5-11.

kâr loncalarına koşut olarak bu entelektüeller tarafından yerine getirilen toplumsal hizmet alanı da lonca düzenine girmiş olur.

Üniversite kurumunun harcının karılmasında büyük rol oynayan bu entelektüel ustalar sahip oldukları bilgileri öğrencilere aktarmayı görevleri biliyorlardı. Ama bunları esas motive eden, doğa ve doğaüstü dünya, ilahi ve insani bilgi merakıydı. Bu merakın yönlendirdiğı araştırmalarla birlikte katedral veya manastır okullarının dışında yeni bir eğitim şekli başladı. Bu eğitim şeklinin ilk örneğı olan 11. yüzyıl Bologna’sındaki hukuk dersleri bir ya da birkaç usta ile gönüllü çırakları arasındaki ilişki şeklinde yürütülüyordu. Münferit işlikler şeklinde yürütölen bu eğitim, kısa zamanda yerini çıraklarla ustaların tek bir çatı altında toplandığı bir biçime bıraktı. Modern üniversitelerde hoca ile öğrenci arasındaki entelektüel ve insani ilişkinin kökeninde bu yapı bulunmaktadır ve bir üniversite değeri olarak bu yapı yüzyıllardır sürmektedir.

Bologna, öğrenci birliklerinin kurulduğu ilk şehirdir. Daha 12. yüzyılın sonunda öğrenci birlikleri kurulur. Bu birlikler hakları ve okullarının özerkliği için mücadele ederler; profesörleriyle mali konular da dahil olmak üzere, öğrenim şartlarını müzakere ederler. Rektör, bu birliklerde öğrencilerin kendi aralarından seçilir. Öğrenciler, öğrenim ve sınav ücreti ödemek suretiyle üniversitenin parasal refahını sağlarlar. Daha sonraları üniversitelere parasal desteğı devlet, Kilise ve kimi zaman da bireyler yapmaya başlar.

Günümüzde *ulusüstü evrensellik* diye adlandırabileceğimiz üniversiter değeri, yani niteliklerin, becerilerin ve gelişmelerin evrensel düzlemde, karşılıklı olarak kabul edilmesi yine bu kurumun oluşum döneminden bugüne miras kalmıştır. Papanın beratıyla, üniversite mensubuna daha o dönemlerde Latin Hristiyan dünyasının tamamında çalışma yapma hakkı (*licentia ubique docendi*) tanınır. Böylelikle üniversite, daha ilk oluşum halinde dahi, ortaçağları niteleyen yerelliğı fiilen ve aynı zamanda zihnen aşan bir nitelik kazanmıştır.

Bir başka üniversite değeri olan öğretim elemanlarının seçiminin yine öğretim elemanları tarafından yapılması, bütün kurumsal

düzeydeki yönetici kurulların seçimle işbaşına gelmesi de usta ve öğrenci birliklerinin oluşturulmasıyla birlikte geliştirilen kurallardır. Böylelikle üniversite, Kilise adına ve zaman zaman da dünyevi yöneticiler adına kurumsal müdahaleler söz konusu olmakla birlikte, en başından özerk bir kurum olarak ortaya çıkmıştır. Üniversite cumhuriyetinin iç hiyerarşisi en başından başlayarak akademik ve kurumsal niteliklere dayanmaktadır ve bu da üniversite cumhuriyetinin bütün üyeleri için potansiyel olarak eşit haklara sahip olmak anlamına gelmektedir.

Üniversitenin etiği *amor scientiaya*, yani bilim aşkına dayanır. Dünyayı anlamanın yolu alçakgönüllülük, karşılıklı saygı, öz-eleştiri ve hepsinden önemlisi bitip tükenmek bilmeyen bir *hakikat* açlığı gibi etik değerlerden geçer. Alimlerin tek hırsı hakikati araştırmak olmalıydı ve bu amaç mesleğin sağlayacağı bütün menfaatlerin reddedilmesini gerektiriyordu. Ortaçağ üniversitelerinde alimlerin yaptıkları çalışmalar, kamusal servet olarak görülüyordu. Ortaya atılan tezlerin tartışılabilmesi için insanın kendisini eleştiriye açması, görüşlerini açıkça ortaya koyması gerekiyordu. Son tahlilde bilgi tanrının bir bağışydı. Bilim hakikatin hizmetkârıydı, dolayısıyla da kamusal bir servetti. Meslektaşlar arasında bu servete sahip olmak nedeniyle herhangi bir kıskançlık söz konusu olamazdı; tam tersine bir alimin sözleri, yazıları, çalışmaları meslektaşlarını araştırma yapmaya teşvik edici temel bir etken olarak değerlendirilirdi. Bilginin kamusal servet olarak kabul edilmesi, alimleri para hırsına, bilim ve öğretimi maddi kazanç için kullanmalarına karşı korur. Elbette entelektüel meslekte uygun bir kazanç sağlama umudunu tamamen ortadan kaldıran bir ilke değildir bu. Ama diğer mesleklerle karşılaştırdığında öğrenmenin mal olarak değeri çok sınırlıdır ve bu sınırlılık bilginin ticarileşmesinin de sınırını oluşturur. Bilginin ticarileşmesinin bu sınırı ortaçağda özsel bir üniversite değeri halini alır. Bu değer, öğretim ve araştırma mesleğinin rahiplik mesleğine benzer olduğu fikriyle de desteklenir.

Bilginin kamusal bir servet olmaktan çıkması ve bilimsel hırsızlık fikrinin geliştirilmesi Rönesans'ın bir ürünüdür. Bilgi özel mül-

kiyet konusu oldukça, üniversitenin bu temel etik değeri de giderek hasar görmeye başlar. Üniversite cumhuriyetinin tüm diğer değerlerinin sarsılmasının, güdükleşmesinin ve yozlaşmasının temelinde bilginin metalaşması yatmaktadır.

Tehdit Altındaki Değerler!

Yukarıda Gieysztor ve Gieysztor'u izleyerek kökenini ana hatlarıyla belirttiğimiz üniversiter değerlerin bugüne uyarlanmış şekliyle genel bir dökümünü yapan John J. Furedy, üniversiteyi tarif eden yedi ilke saptıyor:³

a) Akademik cemaatin temel görevi epistemolojiktir; hakikati oluşturmak değil, aramaktır.

b) Akademik özgürlük akademik cemaatin tüm mensuplarının eşit olarak faydalanacağı bir haktır. Bu eşitliğin özü de cemaatin bütün mensuplarının ideolojik eğilimlerle veya belli bir gruba aidiyetle değil, akademik performanslarıyla değerlendirilme hakkına sahip olmalarıdır.

c) Akademik iktidar ilgili disiplin veya disiplinlerdeki ehliyeteye bağlı olmalıdır, dolayısıyla akademik özgürlükteki eşitliğe karşın akademik iktidar konusunda eşitlik olamaz. Akademik iktidar denildiğinde kastedilen, mesela akademisyenlerin veya öğrencilerin çalışmalarını değerlendirme veya ders programında değişiklikler yapma gibi alternatif eylemler hakkında bir akademik tartışma olduğunda bir bireyin sözünün geçerliliğidir.

d) Akademik seçkinlik sistemli olarak değerlendirilen entelektüel performansla dayanır. Akademisyenler arasında performans farklılıkları akademik cemaatin bütün düzeylerinde mevcuttur. Bu farklılıkların nedenleri entelektüel kabiliyetten çalışkanlığa kadar geniş bir yelpazeye yayılır. Ama burada belirtilmek istenen, akademik seçkinliğin akademik olmayan pratikler, politikalar ve dolayısıyla iktidar mekanizmasıyla belirlenmemesi gerekliliğidir.

³ John J. Furedy, "Seven Principles of Higher Education: A Primer", *Academic Questions*, Fall 2000, 13 (4): 44-51.

e) Akademik konularda karar alma mekanizmasından dışlanmanın tek ölçütü akademik ve disiplinler uzmanlık olmalıdır. Bu durumda en azından iki meşru dışlanma kategorisini tespit etmek mümkündür: 1) Zengin ve nüfuz sahibi kişilerin, etkili çıkar gruplarının, yani akademik olmayan ama nüfuzlu cemaat mensuplarının müfredat geliştirme ve araştırma yönlendirme konularında karar alma mekanizmalarından dışlanması; 2) Akademik cemaat mensubu olmakla birlikte bir disiplinde veya disiplinlerde uzman olmayan kişilerin o alanlarda uzmanlık gerektiren kararların alınması sürecinden dışlanması.

f) Akademik liyakat ve performansın değerlendirilmesi adil olmalıdır. Bu tür değerlendirmelerin tamamen doğru olması beklenemez, zira değerlendirme süreci çok karmaşıktır. Nispeten nesnel göstergeler, yapılan alıntı sayıları ve kaliteli akademik dergilerdeki yayınlar değerlendirme kararları için yararlıdır, ama sadece bu ölçütlere bel bağlamak önemli yanlışlara da yol açabilir. Adil olmak için değerlendirmelerin ideolojik ve politik mülahazalardan bağımsız olarak ve uzman kişilerce yapılması gerekir.

g) Akademik camiadaki en üst iktidar sahibi yönetici bile akademik karar almamalıdır. Üniversitede akademik cemaatin, yani öğretim üyeleri ve öğrencilerin faaliyetleri birincil önemdedir. Bu işleyiş için gerekli diğer tüm işler ikincil derecededir. Bu ilke, rektörlük, dekanlık gibi yönetsel görevlerin temel akademik işleve hizmet etmekle yükümlü olduğu anlamına gelmektedir.

Furedy'nin belirlediği ve hemen hepsi üniversitenin oluşumundan köklenen bu değerler tarih boyunca değişen sosyoekonomik ve politik koşullar nedeniyle biçim olarak aynı kalsa bile farklı içerikler kazandı. Örneğin Rönesans'la başlayan ve bilginin kamusal bir mal olmaktan çıkıp kişisel mülkiyet konusu haline gelmesi, yani bilginin metalaşması, üniversitenin özsel misyonuna, epistemolojik misyonuna önemli bir darbe indirdi. Hakikat arayışının, bilim aşkının oluşturuca etik unsurları zaafa uğradı. Mesela meslektaşlar arasındaki karşılıklı saygı, metalaşan bilgiye el koyma ve bilgi üzerinden bireysel

maddi menfaat ve manevi itibar edinme güdüleri nedeniyle yerini büyük ölçüde haset duygularına, çekemezliliklere bıraktı.

Bu olumsuz durum, 19. yüzyıldan itibaren üniversitenin hem kültürün bir ileticisi olarak, hem de bilimde yeni fikirlerin kaynağı olarak konumunu sağlamlaştırmasıyla, böylelikle bilginin iktidarının merkezi haline gelmesiyle daha da keskinleşti.

Üniversitenin özsel değeri olan epistemolojik misyonu, büyük bölümü yine üniversitelerde konuşlanmış olan postmodernist akımların ‘bilimsel bilgi’ye yönelik saldırılarıyla, bir bakıma üniversitenin kendi içinden de yıpratıldı. Bilimsel bilginin ideolojik olan dahil diğer tüm ‘bilme biçimleri’nden herhangi birinden farksız olduğunu öne süren bu akımlar, hakikati alabildiğine göreceleştirmek suretiyle ‘bilim aşkı’nı da anlamsız bir ‘sevda’ya indirgediler. ‘Bilimsel bilgi’ye yönelik bu amansız eleştiriler karşısında üniversitenin özsel misyonunun da yıpranması kaçınılmazdı. Ta Platon’un zamanından bildiğimiz iyi, doğru ve güzel toplum yaratma idealiyle hakikati arama çabası arasındaki ilişkinin koparılması, ‘bilimsel bilgi’nin yerine Platon’un manipülasyon tehlikesini içerdiği için şiddetle eleştirdiği ‘retoriğin’ konulması, üniversitelerin bilgiye dayalı eleştiri üretme işlevinin zarar görmesine yol açtı.

Üniversitenin özsel epistemolojik misyonunu tanımlayan etik değerlerin aşınması, diğer değerlerinin meşruiyetini de tehdit eder hale geldi. Ama daha önce söylediğimiz gibi hiç değilse günümüze kadar, akademik özerklik, akademik liyakat gibi değerler aşınmış ya da içi bir ölçüde boşalmış da olsa varlığını sürdürdü. Bugünse üniversite değerleri bütün dünyada, belki köklü değişmelere yol açabilecek bir tehdit altında. Şimdilik bu tehdit bir bunalım şeklinde üniversitede akademik geleneklerin değeri, müfredat meseleleri, üniversite ile dışarındaki dünya arasındaki ilişkiler gibi çeşitli alanlarda hissediliyor. Dolayısıyla belki de topyekûn bir değişiklik gereğiyle karşı karşıyayız. Bilginin merkezi olmakla ya da öyle görünmekle nitelenen üniversitelerin bir yandan da değişmeye en dirençli kurumlar olduğunu düşünecek olursak (bu düşüncüyü gerekçelendirmeye bile gerek görmüyorum; sadece üniversitelerde hal ve gidiş kalıpları ve

kuralları, terfi ritüelleri ve mekanizmaları gibi şekli unsurlara bağlılığın ne derecede kuvvetli olduğunu düşünmek bile yeter) böylesi bir bunalımın etkilerinin nice olacağını da değerlendirebiliriz. 21. yüzyılda üniversitenin geçmişinden tamamen koparak yeni bir biçime dönüşmesi ihtimali fevkalade yüksek gibi görünüyor.

Üniversitenin yaşadığı bunalımın kaynağında, hayatımızın birçok alanında şu ya da bu ölçüde tecrübe ettiğimiz ve ağırlığı da giderek artan küresel ölçekte birtakım eğilimler yatıyor. Birazdan değineceğim bu eğilimlerin eğitim alanında, özellikle de yüksek öğretimdeki izdüşümü doğrudan bu faaliyetleri yürüten kurumların ve bu faaliyet mekânlarının son iki yüzyıldır nispeten yerleşikleşmiş görünen işlev ve anlamlarının sorgulanması şeklinde tezahür ediyor. Bu eğilimler, üniversitenin sarsılmaz olduğu varsayılan değerlerini ve işlevlerini giderek anlamsızlaştırıyor.

Nedir bu eğilimler? Öncelikle globalleşme. Daha sonra neo-liberalizmin, yani piyasa ekonomisinin (ki buna piyasalaşmanın demek daha doğru olacaktır) ve ticarileşmenin (ki bu da özelleşme eğilimiyle bitişmektedir) küresel ölçekteki hakimiyeti. Bunlara bir de özellikle iletişim ve eğitim alanındaki yeni teknolojik gelişmeleri ilave etmek mümkün.

Simon Marginson,⁴ bu genel eğilimleri üniversite bağlamında şu başlıklar altında topluyor: Globalleşme; hükümet politikalarında yüksek öğrenime ilişkin yükümlülük ve finansman konusundaki gerileme; ticarileşme, şirketleşme eğilimlerinin yerleşik üniversite kimliği ve değerlerini sarsması; üniversitelerin profesyonel işletme haline dönüşmek zorunda kalmaları; akademik mesleğin işlev ve statüsündeki köklü değişimler.

Globalleşme

Globalleşme bu eğilimlerin en önde geleni. Burada globalleşme denildiğinde uluslararası ilişkilerin günümüz dünyasında iyice sıkı

⁴ Simon Marginson, "Rethinking Academic Work in the Global Era", *Journal of Higher Education Policy & Management*, May 2000, 22 (1): 23-38.

fıkı hale gelmesini değil, global sistemleri kastediyorum. Globalleşme tek bir siyasal dünya yaratmış değil; ulus devleti de ortadan kaldırmış değil. Ama ulus devletin dışında ve ötesinde konumlanmış olan global sistemler ulus devletin işleyiş koşullarını değiştiriyor. Üstelik global etkiler, global sistemler herhangi bir ulus devletin coğrafi bölgesinden de dışlanamıyorlar. Bu sistemler ulus-devletin iç yaşamına da giriyor. Üniversite gibi büyük ve karmaşık kurumlar da bu sistemlerin etkisinden kendilerini kurtaramıyorlar şüphesiz. Bu etki üniversitelerin daha etkileşimci olmalarını, global, enternasyonal, ulusal, bölgesel, yerel diğer kurumlarla ilişkilerinin yoğunlaşmasını gerektiriyor. Bu örüntünün dışında kalan, referansı sadece kendisi olan üniversiteler ve akademisyenler gündemin tamamen dışına düşme riskini taşıyorlar.

Modern üniversiteler, esasında ulus temelli kurumlardır, insani sermaye oluşumu, fırsat eşitliğinin teşviki ve ulusal seçkinlerin yaratılması gibi ulusal projelere hizmet ederler. Yüksek eğitimin kitleselleşmesi bu tür ulusal eşitlikçi amaçlarla bağlantılıdır. Ama globalleşmenin mantığı modern üniversitenin konumunu ve işlevini farklı bir yöne çekmektedir. Üniversiteler bilgi üretiminin çapraz ulusal şebekelerine bütünleşik hale gelmektedir. Bu durumda, üniversiteler, ya devlete dayalı ve globalleşme akıntılarının baypas edildiği kurumlar olarak kalacaklar ya da bilgi toplumunda ve bu toplum için global mekânlar haline geleceklerdir.⁵

Ulus temelli üniversitelerin işlevi bu yeni global etkiler ortamında özellikle yüksek öğretimin hedefiyle ilgili asırlık tartışmayı da gündeme getiriyor yeniden. Yüksek öğretimin asıl amacı eğitim mi, yoksa belletme mi? Burada eğitimi *education*, belletmeyi de *training* karşılığı kullanıyorum. Eğitim, genellikle üniversite mekânına dahil olanlara eleştirel uslamlama becerilerinin kazandırılması; belletme ise, belli pratik becerilerin kazandırılması olarak düşünülür. Bir başka ifadeyle, eğitim bireyi sivil toplumda bir yurttaş rolü

⁵ P. Scott (der.), The Globalization of Higher Education, *The Society for Research into Higher Education*, Open University Press, Buckingham, UK, 1998.

oynamaya hazırlarken, belletme tecimsel yönelimlidir ve bireyi piyasa ekonomisindeki iktisadi bir role hazırlar.⁶

Global sistemlerin etkileri günümüzdeki yeğinliğine ulaşmadan önce bu sorun müfredatın bu iki karşıt yönseme arasında dengeli bir şekilde düzenlenmesiyle çözülmüştü. Böylelikle üniversiteler belli alanlarda pratik beceri edindirmenin yanı sıra ulus-devletlerin bilgili, eğitilmiş yurttaşlık bilincine ve eleştirel ussallığa sahip bireyini yetiştirme amacını da yerine getiriyorlardı. Ne var ki global eğilimler, hem pratik becerilerin sınırlarını genişletti hem de doğru, yani sistemin talep ettiği düşünce, duruş, hal ve tavır sahibi birey tanımını, yani yurttaşlık tanımını değiştirdi. Böylelikle ulus-devletin gelenek ve göreneklerini de gözeterik, rasyonel, bilgili ve sorumlu (yani ortak değerleri içselleştirmiş, üstelik kişisel değerleriyle toplumun değerlerini uzlaştıran) yurttaş-birey tanımı sarsıldı. Pratik beceriler konusu da niteliksel bir değişiklik gösterdi. Yerel beceriler ve global beceriler ayrımı girdi devreye. Yeni bir tanım var şimdi, ama bu gerçekten şimdilik çok muğlak bir tanım; içinin doldurulması zaman gerektiren bir tanım: Ulus ötesi pratik bilgi ve beceriyle donatılmış, kozmopolit bir kimlik sahibi birey.

Tanım böyle; ne var ki bu gerçekten muğlak bir tanım ve bu tanıma uyan bir formasyonun eğitim-öğretim faaliyetlerinin esas olarak yerellikle (ulusallıkla) nitelenen yapısıyla nasıl bağdaştırılabileceği de epey yaman bir soru. Bir kere dünyanın alacağı hali bugünden kestirmek son derece zor. Sınırların kalkması, global köy gibi metaforlar sistemli, kurallı bir eğitim-öğretim faaliyetinin tanımlanmasına yol gösterici olamazlar. Bu metaforik söylem ayrıca eğitim-öğretim faaliyetinin ürünü ve amacını da sıkı sıkı tanımlamamıza yardımcı olacak gibi değil. Zira dünyanın gidişatı pek belli değil ki, bu gidişata uygun bir ürün, yani buna göre eğitilmiş bir insan profili tanımlanabilsin. Bu tür durumlar sanki ‘yaşayalım da görelim, yaşarken gelişmelere uyum sağlamaya çalışalım’ tarzı hal ve gidişatı bize

⁶ Camille M. Kirk, “Mission critical- higher education for the 21st century”, *Planning for Higher Education*, 29 (1), Fall 2000: 15-22.

dayatırken, öte yandan da yapısı gereği önceden tanımlanmış, planlanmış ve programlanmış bir eğitim-öğretim anlayışına meydan okumakta. Halihazırdaki dünyanın talepleri bile tam olarak belirlenemezken, geleceğe yönelik talepleri kestirebilmek çok zor.

Kozmopolit bir geleceğin bizi beklediğini kesine yakın bir şekilde söyleyebiliriz. Ama bu nasıl bir kozmopolitlik olacak; yerellikler bu yapıya nasıl eklemlenecek; ulusüstü bir dünya vatandaşlığı olacaksa, bu nasıl bir şey olacak; ulus-devletler bu yapı içinde giderek yerelleştikçe global iktidar nerede ve nasıl şekillenecek; bu iktidarın bireysel-özne talebi nasıl bir şey olacak? Kimini bugünden dahi yoğun olarak hissettiğimiz bütün bu zorlu sorular karşısında eğitimin bugün giderek bunalıma yuvarlanması kaçınılmaz görülüyor. Bir kabuk değişikliği gereği kendisini sıkı bir şekilde dayatıyor, ama kabuk değiştirmenin nasıl yapılması gerektiği konusunda cevaplandırılmayan sorular var. Yani dünyanın muhtemel değişimine uymak için yıllardır alışageldiğimiz kavuğu çıkaralım çıkarmasına da onun yerine hangi kavuğu takacağız?

Ne var ki, globalleşme çağı üniversiteler ve akademik çalışma bakımından, hem öğretim hem de araştırma açısından yeni pozitif potansiyeller de getiriyor beraberinde. Yüksek eğitim global ilişkilerin geliştiği temel mekânlardan biri. Zaten üniversiteler yönelimleri itibariyle her zaman kısmen enternasyonal olmuşlardır; zaten üniversite sözcüğü, ‘evrensellik’ tınısıyla bu yönelimi dile getiriyor bir bakıma. Global iletişim imkanları, araştırma alışverişi üniversitelere çok daha farklı kültürel buluşmalar sağlamakta. Üniversite yapısındaki bu özellikler global etkilerin giderek arttığı bir dünya halinde üniversiteler için yeni imkanlar anlamına geliyor.

Hükümetler ve Üniversiteler

İkinci eğilimin, yani ulusal hükümetlerin üniversitelere mali desteğini giderek çekmesinin ise birkaç önemli sonucu var. Ticarileşme, piyasalaşma, özelleşme eğilimleriyle birlikte düşünmek gerekiyor bu sonuçları.

Piyasa eğilimlerinin üniversitede iyice ağırlık kazanması önce ABD’de uygulanan politikaların bir sonucu oldu. 1970’lerin başlarında Nixon yönetimi ve diğer ulusal politika grupları yüksek öğrenim alanına piyasa güçleri fikrini soktular. Üniversite eğitiminin maliyetlerinin büyük bölümü öğrencilerin omuzlarına yüklendi. Böylelikle üniversiteler daha fazla öğrenciyi kendisine çekmek için daha girişimci politikalar izlemeye başladı. Bu mekanizmanın hassas noktası ise, tıpkı Amerikan tüketimciliğinin temel unsurlarından biri olan ucuz krediyle ‘ev, araba’ sahibi yapma uygulamasının üniversite eğitimi de kapsar olmasıydı. Hükümetin ‘yüksek okul ücretleri için öğrencilere yardım politikası’, yani öğrencilere üniversite eğitimi ‘satın almaları’ için borç verilmeye başlanması sonucu, öğrenciler bu piyasada ‘tüketici’ haline getirildi. Bu süreç, üniversiteleri ‘akademik kapitalizm’e dahil olmaya zorladı.⁷

Amerika’da 70 başlarındaki bu eğilim, bugün ulusal hükümetlerin politika ayarlarına neo-liberalizmin hakim olması sonucu bütün dünyayı kapsamıştır.⁸ Nicholas C. Burbules’in belirttiği gibi, neo-liberal politika söylemi, performansın dilidir, verimlilik ve etkililiğin, araçlar-amaçlar ussallığının, teknik-mesleki yönelimin dilidir. Böylelikle yüksek öğrenim insan sermayesi terimleriyle değerlendirilir; üniversitenin performansı, sağlayacağı iş imkanlarının ve öğrenim için yapılan yatırımın geri dönüş oranlarıyla ölçülür.⁹

Ulusal hükümetlerin politikalarına neo-liberal söylemin hakim olmasının gerisinde Dünya Bankası ile OECD’nin özendirici girişimlerini görüyoruz. Dünya Bankası ve OECD ulusal hükümetleri kamusal politikalarını toplumsal kaygılar yerine, ekonomik hedefle-

⁷ Slaughter, S., Leslie, L.L., 1997, *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, MD’den akt: Jan Currie ve Lesley Vidovich, “Privatization and competition policies for Australian Universities”, *International Journal of Educational Development*, 20 (2000): 135-51.

⁸ Jan Currie ve Lesley Vidovich, A.g.c.

⁹ Nicholas C. Burbules, “Universities in Transition: The Promise and the Challenge of New Technologies”, *Teachers College Record*, April 2000, 102 (2): 271-93.

re dayanarak çizimleri yönünde çok etkili bir rol oynadılar. Bu yeni kamu politikalarının sonuçları ise daha fazla deregülasyon ve özelleştirme oldu. Yüksek öğrenim alanı da bu politikalardan nasibini aldı. Dünya Bankası, 1994 tarihli yüksek öğrenim raporunda, ülkelerin yüksek öğretimde tek bir finansman kaynağına, yani devlete bağlı olmak yerine, üniversitelerin öğrencilerden alınacak ücretlere, danışmanlıklara ve bağışlara daha fazla bel bağlaması gerektiğini belirtti. Bunun anlamı, dünyadaki yüksek öğretim alanının ABD'deki yapılanmayı model alacak şekilde yeniden düzenlenmesiydi. Nitekim OECD model sistemler olarak Amerika ve Japonya'daki yüksek öğretim düzenini gördüğünü beyan etmiştir. Amerikan ve Japon üniversite sisteminde maliyetlerdeki devlet dışı pay %50'den fazladır.

Dünyada neo-liberalizmin hegemonik söyleminin etkisiyle özelleştirmeye yönelik ideolojik kayma, eğitim hizmetlerinin özel kuruluşlar tarafından kâr amacıyla verilmesini, kamusal olarak finanse edilen eğitim kurumlarının ise pazarlamacılığa ağırlık vermesini içermektedir. Rekabet, mevzuatın gevşetilmesi, verimliliğin artırılması, değişen hesap verme biçimleri, personelin esnek istihdamına ağırlık verilmesi kamusal olarak finanse edilen üniversitelerin yeniden yapılanmasını dayatmaktadır. Bu piyasa ilkelerinin dayatmasıyla üniversiteler ister istemez giderek şirket işletmeciliğini benimsemeye yönelmektedirler.

Bu eğilim üniversitelerarası hiyerarşiyi daha da keskin hale getirmekte ve üniversitelerin seçkin ve sıradan olarak ayrılmasına yol açmaktadır. Global ekonomide devletlerin daha rekabetçi hale gelmeleri düşüncesiyle piyasa güçlerinin üniversitelere de müdahale etmesi, birçok üniversiteyi suyun yüzünde kalabilmek için personel sayısını azaltmaya zorlamaktadır ve piyasada düşük değerde olan personeli istihdam etmeye yöneltmektedir. Dipte ucuz ve daha kolay erişilebilir, dolayısıyla ödenecek ücretle akademik yeterlik arasında bir denkleğin olduğu sıradan üniversiteler yer alırken, bunlar aynı zamanda tepedeki seçkin üst-kesim üniversitelerin faaliyetlerini de doğallaştırmaktadır. Çünkü bu yolla üniversite eğitimi genç nüfusun büyük

bir bölümü için erişilebilir hale getirilmektedir. Üniversite eğitiminin böylelikle yaygınlaşması, bu yaygınlık içinde kimi üniversitelerin seçkin olmasının da doğal kabul edilmesini sağlamaktadır.

Ayrıca piyasalaşma ve ticarileşme eğilimi yüksek öğrenimin sosyoekonomik başarı edinmede bir zorunluluk haline gelmesiyle pekişmektedir. Böylelikle üniversiteler giderek öğrencileri ‘müşteri’, kendilerini de bu ‘müşterilere’ eğitim veya bilgelik değil, ‘enformasyon ve eğlence’ sunan kurumlar olarak konumlandırmak durumunda kalmaktadır. Üniversiteler daha çok şirket haline dönüşmekte, daha teknokratik, daha faydacı ve eğitimden ziyade ürün satmayı hedefleyen kurumlar halini almaktadır. Üstelik bütün bunlar tam anlamıyla bir serbest piyasa mekânında değil, piyasasız bir mekânda gerçekleşmektedir, Zira hem kamu, hem de bazı ülkelerde özel üniversiteler, hâlâ hükümet sübvansiyonlarıyla desteklenmektedir ve bu da tam bir serbest piyasa hali değildir.

Ama sonuç olarak bu değişikliklerin temel tehlikesi, üniversitelerin giderek piyasanın hizmetkârı olmaları ve piyasa mantığının hızla üniversite yapısının tek ve hakim mantığı haline gelmesidir. Bu süreç ise üniversitelerin akademik kurumlar olmaktan çıkıp kazanç amaçlı şirketlere dönüşmesiyle sonuçlanacak gibi görünmektedir.

Bu sürece bir de yeni teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı yeni piyasanın giderek gelişmesini ilave etmemiz gerekebilir. Özellikle internet yüksek öğrenimde yeni bir piyasa açmanın yanı sıra, sağladığı yeni imkanlarla geleneksel piyasada da birtakım nitel değişikliklere yol açmaktadır. Bu yeni piyasa, yani MacÜniversiteler diye adlandırılan kurumların faaliyet gösterdiği alanın Amerika Birleşik Devletleri’ndeki yıllık iş hacmi 50 milyon dolar. Üstelik bu iş hacminin yıllık büyüme hızı ise %30 dolayında. İnternet ayrıca geleneksel yüksek öğrenimin yüz yüze, derslik tarzı eğitim uygulamasına ilave yeni imkanlar getirirken, bu klasik eğitim uygulamasının avantaj ve dezavantajlarının da tartışılmasına yol açıyor. 21. yüzyıl üniversitesinin değişecek olan yapısında internetin de hayli payı olacak gibi görünüyor.

Şirketleşme ve Akademik Meslek

Ticari, süper market tarzı bir üniversite modeli, bazı yetişkinlerin işyeri becerisi gereksinmelerini karşılamada etkili olabilir. Ama bu kesinlikle üniversitenin daha yüce birçok amacına uygun bir model olmayacaktır. Üniversiteler beceri öğretir, bilgi naklederler, ama aynı zamanda bir kuşaktan diğer kuşağa kültürel mirası korur ve taşırlar, yeni bilgi üretmek için gerekli araştırmaları yaparlar, yapıcı toplumsal eleştirmenler olarak hizmet görürler ve topluma bilgi tabanlı geniş bir hizmetler deposu sunarlar.¹⁰ Eğer üniversitenin akademik işlevleri şirket kimliğinin altına sokulmaya devam ederse, üniversitelerin ayrıcalıklı toplumsal katkılarını öğretim, araştırma ve bilimle yaptıkları gözden kaybolursa, üniversite bir kurum olarak iyice yoksullaşır ve onun akademik işlevlerinin şirket ortamına kaymasının yolu alabildiğine açılır. Bu durum iş dünyası için iyi olabilir, ama üniversite için hiç de iyi olmaz.

Bu eğilimler çerçevesinde üniversitelere yönelik en temel eleştirilerden biri üniversitelerin bir ‘fildişi kule’ haline gelmiş olmasıdır. Bu eleştiri üniversitenin olaylara ‘sırf akademik’ tarzda baktığı iddiasıyla da pekiştirilmektedir. Bu eleştiriler dar bir eleştirmenler kümesiyle sınırla kalmamakta, toplumda da yankısını bulmaktadır. Böylelikle ‘akademik bakış’, yani toplumdaki çıkar çatışmalarından etkilenmemeye çalışan, tarafsız ve çıkarsız araştırma sonucu geliştirilen görüşler toplumda giderek itibar kaybına uğramaktadır.

Aslında üniversitenin temel değeri olan epistemolojik misyonunun özsel unsurlarından birini tarafsız ve çıkar gözetmeksizin gerçekleştiren bilimsel araştırmalar oluşturur. Bu unsurun itibar kaybına uğraması, özgür ve uygar bir toplumun ayırt edici niteliklerinden birinin yitirilmesi demektir. Üniversitenin epistemolojik misyonuna mündemiç olan çıkarsız ve tarafsız eleştiri geliştirme işlevi, ancak özgür ve uygar toplumlar için vazgeçilmez bir pratiktir.

¹⁰ James, J. Duderstadt, “New roles for the 21st-century University”, *Issues in Science and Technology*, 16 (2), Winter 1999/2000: 37-44.

Üniversitenin giderek şirket zihniyetiyle yönetilir hale gelmesi, bu kurumun toplumla bilgi ve eğitim üzerinden kurduğu ilişkiyi zayıflatırken, üniversite-endüstri ilişkisini öne çıkarmıştır. Böylelikle üniversite eğitimi ilgili endüstriyel alanlar için yürütülen bir işgücü yetiştirme programına indirgenmektedir. Üstelik kendisi için kalifiye işgücü yetiştiren bu programa endüstrinin parasal katkısı, devletin ve eğitimi görenlerin katkıları yanında devede kulak kalmaktadır. Üniversite arzının istihdam talebinden çok daha fazla olması, yani ‘akademik bir lümpen proleterya’nın yaratılması ise endüstriye üstelik hemen hemen hiçbir mali yük getirmeksizin, istihdam koşullarını istediği biçimde belirlemesine imkan sağlamaktadır.

Üniversitelerde yaygınlaşan şirket anlayışı, özellikle 60’ların sonlarında çok etkili bir konuma ulaşmış olan akademik mesleğin giderek itibarını yitirmesine, çalışma koşullarının aşınmasına, statüsünün sorgulanır hale gelmesine ve meslek normlarıyla uygulamalarının kuşkuyla karşılanmasına yol açmıştır.¹¹ Pek çok üniversitede, programlar ve dersler işletmeci gözüyle değerlendirilmekte ve yeniden şekillendirilmektedir. İşletmecilik anlayışının hakim olması, program geliştirme konusunda özerk akademik denetimin bir ölçüde kaybolmasıyla sonuçlanmıştır. Üstelik akademik mesleğin normları dışında iş gören şirket yapılarının üniversitelerde yeni programlar oluşturması giderek daha sık görülen bir uygulamadır. İşletme zihniyeti üniversitelerdeki istihdam politikalarını da olumsuz etkilemekte, pek çok kurumda tam zamanlı yerine yarı zamanlı ve geçici sözleşme ile çalışan akademik elemanın istihdamı tercih edilmektedir. İstihdam güvencesinden yoksun emeğin giderek artan yoğunlukta kullanılması, şirket tarzı uygulamalara akademik mülahazalarla karşı çıkma potansiyelini de ortadan kaldırmaktadır. Nihayet profesyonel yöneticiler ve teknik personelin üniversitedeki rolü akademik personelden daha önemli ve etkili hale gelmektedir. Bütün bu gelişmeleri Neil Tudivar gibi, ben de genel bir stratejinin parçası olarak görüyorum. Tudivar’a göre, öğrencilere müşteri mu-

¹¹ Simon Marginson, A.g.c.: 23-38.

amelesi yapmak, akademik emeği sömürmek, entelektüel mülkiyet ticareti yapmak ve (epistemolojik misyona bağlılık yerine) şirket dostu bir üniversite kültürü yaratmak, üniversiteleri külliye özel sektöre devretme stratejisinden başka bir şey değildir.¹² Ne var ki, burada Tudivar'ın da zihnini meşgul eden esas soru şudur: Acaba bu şirket gündemine nasıl direnilebilir? Ayrıca direniş esasında sadece kaçınılmaz olanın ertelenmesine, geciktirilmesine mi yarar? Yani beyhude bir çaba mıdır? Bu sorulara olumlu bir cevap vermek, yukarıdaki değerlendirmelerin ışığında ne yazık ki pek de mümkün görünmüyor.

Son Bir İki Söz

Üniversite köklü değerlerini yitirdikçe 'üniversiteli olma'nın anlamı da değişmektedir. Bugün üniversite, toplumda avantajlı bir sosyoekonomik mevki edinme için yürütülen amansız yarışın etaplarından biri haline gelmiştir. Araştırma, eleştiri, bilimsel bilgi gibi üniversite değerlerine sadece toplumda değil, üniversitelerde bile pek itibar edilmemektedir. 'Üniversiteli olmak' artık şirketleşen üniversitelerin 'müşterisi olmaktır' sadece. Müşterinin talebi ise bilgi edinmek, eleştirel düşünce becerisini geliştirmek değil, olabildiğince eğlenceli geçecek bir öğrencilik döneminden sonra istihdamı imkanı bulmaktır. Üniversitelere gelince, onlar için 'müşterinin memnuniyeti' esastır; yani 'müşterisinin memnuniyeti üniversitenin de memnuniyetidir'.

¹² Neil Tudiver, *Universities for Sale: Resisting Corporate Control over Canadian Higher Education*, Toronto, James Lorimer and Company, 1999.

GLOBALLEŞMENİN KÜLTÜREL İMKANLARI, PASAPORT VE TURİSTİK KALELER*

Ferdinand de Saussure'nin 'dersleri'yle göstergebilimin yolunu açtığından beridir biliyoruz ki, varoluş nedenleri sırf işaret olmayan nesnelerin (bilhassa insan mamulâtının), işlevleri her ne ise bunlara ilave olarak bir de işaret-değerleri vardır ve bu değerleriyle birlikte toplumsal işaret sisteminin bir parçasını oluştururlar.¹ Üstelik bunun için işaret üretim ve dağıtım kanalları ve araçlarıyla dolayım lanmaları da gerekmez. Örnek verecek olursak, son model, lüks sınıfına giren bir arabanın işaret değeri kazanması için, diyelim ki televizyon ekranında gösterilmiş olması veya temsil edilmesi gerekmez.

Aylak Sınıf kitabında yüzyılın başındaki Amerikan toplumunun tüketim eğilimini çözümleyen Thorstein Veblen, sosyal hayatın analizini üretimden tüketime kaydırırken aynı zamanda metaların kullanım ve değiş tokuş değerlerinin yanı sıra bir de işaret değerlerini sorunsallaştırıyordu. Eğer tüketimin gösterişçiliği toplumsal statü ve iktidar ilişkilerinin tanımında manidar bir yer tutuyorsa, o zaman burada tüketilen nesnelerin işaret değerleri üzerinden bir ilişki söz konusudur.

Böyle bir tespit için modernist zihniyetin, dolayısıyla da modernist teorilerin üretimi merkeze alan tahlillerinden bir nebze olsun uzaklaşmak gerekiyordu. Veblen'in sosyal analize tüketim kertesini dahil eden çalışması, bu anlamda eleştirel düşünce bakı-

* *Karizma*, sayı: 10, 2002: 49-55.

¹ Bugün sosyal bilimler literatüründe işaret yerine daha ziyade gösterge veya daha az olarak 'im' kelimeleri kullanılıyor. Bu metinde gösterge yerine işaret kelimesinin tercih edilme sebebi, nesnelerin kendileri ve aşık ar kullanım amaçları dışında bir anlama/anlamlara işaret etmesini bu kelimenin daha açık şekilde anlatıyor olmasıdır.

mından çok önemlidir. Veblen şüphesiz dolaysızca bir göstergebilim analizi yapmış değildir. Ama nesnelerin işaret ettiği anlamlar büyük ölçüde tüketim kertesinde inşa edildiği için, Veblen'in çalışması göstergebilim bakımından da önem taşımaktadır.

Ama metaların bu ilave değerinin sosyal analize sistemli bir şekilde dahil edilmesi için Saussure'nin (bu arada onunla hemen hemen aynı dönemlerde çalışan ama Amerikan sosyal bilimde giderek baskınlaşan 'bilimciliğin' ve 'işlevselciliğin' etkisiyle çalışmalarının değeri ancak yıllar sonra bilinen C.S. Peirce'in adını anmayı da unutmamalıyım) dil analizindeki çığır açan 'dersleri'nin açtığı yolda ilerleyenlerin katkılarını beklemek gerekecekti.

İşaret değeri derken özellikle üretilmiş ve dolaşıma sokulmuş bir nesnenin işlevsel varoluşundan bir ölçüde bağımsız olarak, yine bir ölçüde ortaklaşa anlamlar üretme potansiyelini kastediyoruz. Bu, her anlam üretimi gibi kolektif bir süreçtir ve tamamen tarihsel-kültürel; yani aynı nesne farklı coğrafyalarda, farklı topluluklarda, farklı dönemlerde farklı anlamlara işaret edebilir. Roland Barthes'ın nesneler ve pratiklere dair işaret sistemleri bağlamındaki analizlerinde yaptığı da, bu anlam üretiminin yapısal mekanizmasını bulup ortaya çıkarmaktır.

Pasaport ve Tarihi-Turistik Kaleler

Dieter Hoffman-Axthelm, "Kimlik ve Gerçeklik: Felsefi Muhaceret Memurunun Sonu" başlıklı yazısında, 'belki de' diyor, "modern çağın paradigmatik, dolayısıyla bugünün sıkıntı verici arkaiklikteki sahnesi, muhaceret memurunun bir pasaportu inceleme sahnesidir".²

Yazara göre, sahnenin arkaikliği elbette pasaport denen ve bireye içine kapatıldığı sınırları ihlal edebilme ruhsatı veren bu belgenin günümüzde işaret ettiği anlamların arkaikleşmesi nedeniyledir.

² Dieter Hoffman-Axthelm, "Identity and reality: the end of the philosophical immigration officer", çev. J. Polk içinde, *Modernity & Identity*, der: Scott Lash ve Jonathan Friedman, Blackwell Publishers, Oxford, 1992.

Dolayısıyla bu iddiasında hiç de yalnız olmayan yazarın arkaikleşme derken işaret ettiği pasaportun işlevinden ziyade, esas olarak onun işaret değeridir.

Pasaport zaten bir vasıta-vesika olarak, en başından epey yüklü bir işaret değerine sahiptir. Yani pasaport kullanım değerini esasında işaret değeri üzerinden kazanmaktadır. Bu vesikanın işaret ettiği anlamlar, yani ülkeler, sınırlar, ulus-devlet, yerlilik ve yabancılık, ulusçuluk gibi anlamlar, bir dönem yerleşik ve değişmez olarak kabul edildiği için üzerinde tartışılmaya bile gerek görülmemiştir. Bugün bu anlamların, yani pasaportun işaret değerinin tartışılması, giderek bu değerin içinin boşaldığına dair tahlillerle koşut gider. Bu tahliller modernliğin koyduğu coğrafi sınırların bulanıklaşmasıyla birlikte, pasaportun da işaret değeri olmayan (dolayısıyla işlevsizleşen) bir metaya dönüştüğü, giderek kullanım değerinin de geçersizleştiğini iddia ederler.

Pasaportun işaret ettiği anlamların kimileri arkaikleşse de, bu belgenin işaret ettiği anlamlar hiyerarşisinin en üst basamağında yer alan 'aidiyet sınırlarımız', sosyal bilimler alanında en güncel ve muteber tartışma konuları arasındadır. Pasaport, benzeri pek çok belge gibi, kişisel aidiyet sınırlarımıza işaret eder. Aslında aidiyet sınırlarımızın (ki bu sınırlar esasında çok sayıdadır, çünkü ulusal, dinsel, etnik, ideolojik ve toplumsal cinsiyet gibi daha kapsayıcı olan sınırların ötesinde belli bir bankanın müşteriliğinden bir futbol takımının taraftarlığına kadar daha dar ve esnek sınırlar da bulunmaktadır) kimileri rutinleşmiş, böylelikle olağanlaşmış gündelik seremonilerle (medyanın bizi aidiyetlerimizi hatırlamaya ve ona tutunmaya çağıran metinlerinin yanı sıra kişiler arası ilişkilerde dahi sürekli aidiyetlerimiz hatırlatılır ve yeniden üretilir) sürekli tanımlandığını biliyoruz.

Ama özellikle dünyadaki en genel aidiyet kategorilerinden olan ulusal ve kültürel, en açık seçik olarak bir pasaportla sınırlarımızı terk etme anında yaşantılarız (fark ederiz). Eğer dünya pasaportun işaret ettiği anlamların arkaikleştiği bir evreye doğru ilerliyorsa o zaman onu da artık tarihi bir vesika olarak korumaya almanın za-

manı gelmekte demektir. Tıpkı günümüzde artık sadece ve sadece turistik amaçlarla koruma altına alınan tarihi kaleler gibi.

Oysa bu kaleler bina edildikleri dönemlerde sırf koruma ve korunma amacını taşıyorlardı. Kaleleri dikenler dış tehditlere karşı tam da bu duvarlarla korunmayı planlıyorlardı. Tarihi kaleleri gezen turistlerin ne kadarı bu yapıların tarihi işaret değerlerini akıllarına getiriyor, üstelik bu değeri bugünkü koruma mekanizmalarıyla karşılaştırıyorlar bilemeyiz. Bazıları muhtemelen günümüzün yapı teknolojisiyle geçmişin yapı tekniğini karşılaştırıyorlardır sadece ve o kale duvarlarının koca koca taşlarla örülmesinin nice insan emeğine mal olduğunu düşünmeksizin, o günkü teknolojiye, böylece dolaylı olarak insanlığın yani kendilerinin tarihine hayran oluyorlardır. Turistlerin çoğunluğu için ise, büyük ihtimal bu kaleler, önünde çekilen fotoğraflarla sırf seyahatlerini (tüketimlerini) memleketlerindeki yakınlarına, dostlarına anlatmak için bir vesile oluyor. Tarihi nesneler turizmin tüketimciliğiyle de birleşince bu ve buna benzer pek çok anlama işaret edebilir.

Ama tarihi kalelerin işaret ettiği anlamlar hiyerarşisinde bugün de varlığını sürdüren en baskın anlam, tıpkı kimilerinin arkaikleştiğini öne sürdüğü pasaportunki gibi sınırlarımızdır. Tarihi kalelerin işaret değerini bu şekilde okuyanlar, neredede bir tarihi kale göreceksalar ister istemez bir dış tehdit ve bu tehdide karşı koyma ihtiyacını ve varolmanın sınırlarını düşüneceklerdir. Bu anlamsal çağrışıma, bir de kalenin kapısını düşmanlara açan içerideki işbirlikçiler eşlik eder bir adım sonrasında.

Dolayısıyla ister pasaport gibi bir vesika tarzında, ister tarihi kalelerde gördüğümüz taşlarla olsun, dikilen her bir duvar, mekân olduğu gibi hissiyatımızı ve zihniyetimizi de en azından ikiye, birbirine karşıt iki kesite böler. Duvar koruyucu olduğu kadar, parçalayıcıdır da. Varlığımızı, varoluşsal bütünlüğümüzü korumak için diktiğimiz duvarların, ne kadar sağlamsa, aşılması veya yıkılması ne kadar zorsa, o kadar da parçalayıcı olması ironiktir elbette. Ama aidiyet duygumuz bu içsel parçalanma olmaksızın var olamaz, varlığını sürdüremez. Bu düşünce silsilesinin vardığı önemli bir durak

ise, nispeten bütünlüklü ve sağlam bir aidiyetin, tam da bu zihni ve hissi parçalanmayı, bir anlamda şizofreniyi gerektirmesidir. Demek ki, katı aidiyet duygusu esasında şizofrenik bir zemine oturmaktadır. Bir başka şekilde söyleyecek olursak, tam kendimizi en güvende hissettiğimiz an, esasında en tehlikede olduğumuz andır.

Koruma ve korunma, sınırlarımızı kesin bir şekilde tarif etme bakımından, modernliğin semptomatik vesikası pasaport ile bugün turistikleşmiş eski tarihi kalelerin esasında gösterdiği anlamlar dizisi pek de farklı değildir. Dolayısıyla vasıtalar değişmiştir ama anlamlar pek değişmemiştir. Gerçekten değişmemiş midir?

Globalleşme Üzerine Bir Not

Şizofrenik bir zemine oturduğunu iddia ettiğimiz sağlam aidiyet sahiplerinin bayraktarlığını yaptıkları mahalli sınır koyuculuğunun, korumacılığın ve korunmacılığın karşısına bugün en büyük tehdit olarak çıkan ve üzerine olumlu olumsuz ya da ne olumlu, ne olumsuz ciltlerce laf edilen globalleşme süreçleri tarih boyunca hep var idiyse, o zaman yukarıda sorduğumuz sorunun cevabı “değişmemiştir” olmalıdır.

Tarihçiler, özellikle tarihi, vaka düzeyinde irdeleyip deşmeyi, hadi bir adım daha atıp bir miktar sosyal analizle de soslamayı tarz belleyen kimi tarihçiler; kabileler, cemaatler, imparatorluklar ve ulus-devletler arası iş güç, alışveriş, gidişgeliş hallerinin, tarihin bilinen bütün dönemlerinde yaşandığını söyleyerek, bugünkü akıntılarının hiç de yeni bir şey olmadığını öne sürerler. Şu dünyanın bilinen tarihi boyunca hiçbir insan topluluğunun sırf kendi içine yönelik, kendiyle sınırlı olarak (birtakım istisnalar vardır elbette) varolmadığı zaten biliniyor. Ama bu ilişkiler bugünkü eğilimin prototipi bile değildir; çünkü aradaki fark nicel değil (yani yerküre çevresindeki her türlü seyrüseferin geçmişteki herhangi bir ana göre çok daha kesif bir hal alması değil), niteldir.

Tam bu noktada bir hatırlatma yapmak gerekiyor: Sosyal hayatta en köklü değişimler bile, diyelim ki suyun buhara dönüşmesi tarzın-

da tecrübe edilmez. Böylelikle nicellikten nitel bir değişmeye geçiş anı ve radikal farklılaşma sosyal hayatta su ile buharın gözle görülür benzemezliğine benzemez. O nedenle hayatımızdaki en köklü kopuşları bile esasında kopuş olarak tecrübe edemeyiz. Geçmiş böyle bir kopma durumunda dahi yakamızı bırakmaz. Burada kastedilen, geçmişin birikim ve tecrübelerinin bugünü tahlil etmede yardımcı olacak veriler sağlaması değil, geçmişe dair pek çok şeyin, özellikle hakim zihniyet ve hissiyatın en radikal kopuş sonrasında bile varlığını sürdürmesidir. Bunun nedeni, öncelikle insan zihninde köprülerin atılmasının çok zor olması, böylelikle çoğu kez yeni tecrübe edilirken dahi eskinin camlarıyla imal edilmiş gözlüklerin kullanılmasıdır. Analojimizi sürdürecektir olursak buharlaşmış toplumsal suyu, bize hâlâ su gibi gösteren gözlüklerle görmeye devam ederiz.

Muhtemelen bu nedenledir ki, bugün globalleşme denen süreçler toplamının eskinin yerküresel seyrüseferlerinden farklı bir kopuşu ifade ettiğini savunanların çoğu, bu kopmayı gündelik hayatın en çok hissettiğimiz alanında, yani iletişim teknolojilerindeki köklü gelişmelerin gündelik hayatımızdaki pratik sonuçlarıyla örneklemektedirler. Ama çoğu kez bu örnek tecrübe ettiğimiz dönüşüme dair tahlillere şu ya da bu ölçüde bir teknosantrizm bulaştırmakta; böylelikle bugünkü globalleşme süreçleri teknolojik gelişmenin kaçınılmaz bir sonucu olarak düşünülmektedir.³

İletişim teknolojilerinde sayısal kodlamaya geçiş gerçekten de işaret sistemleri tarihinde bir kopuşa denk düşmektedir. Sayısallık bu anlamda sözel kültürden yazılı kültüre, fonetik alfabeye geçiş gibi, hatta kapsayıcılık ve yaygınlık bakımından bunlardan da köklü toplumsal ve kültürel dönüşümleri kolaylaştırma potansiyeli olan bir devrime işaret etmektedir. Sayısallığın algılarımızda ve zihniyetimizde ne tür bir değişmeye yol açacağı üzerine tahlillerin,

³ Teknolojik gerekircilik (teknolojinin dayatmalarına karşı konulmasının mümkün olmadığını iddia eden bir determinizm) politik bir projenin alternatifsizliğine gerekçe olarak da çok kullanılmıştır ve hâlâ da kullanılmaktadır. Bizim yakın tarihimizde bunun en etkili örneğini merhum Turgut Özal sergilemiştir. Özal radikal politik projesini teknolojik gerekircilik söylemiyle alternatifsizleştirmeyi başarmıştır.

projeksiyonların yer aldığı çalışmalar şimdiden çok geniş bir literatür oluşturmaktadır. Buna karşılık bu yeni kodlama teknolojisi bugünün globalleşme süreçlerini kolaylaştırmakla birlikte, bu süreçlerin tek başına nedeni değildir.

İnsanlığın bilinen tarihi boyunca işbirliği, sınır (veya kale surları) ötesiyle iş yapıldığı iddiasıyla ve bu iddiayı destekleyen verilerle globalleşmeyi tarihin bu önceki duraklarına da taşıyanların gözden kaçırdığı önemli bir husus modern kapitalizmin, insanlığın bu bildiğimiz şekliyle gelişmesinin önündeki en büyük engeli kaldırdığı, yani emeğin ücretli hale gelmesini sağlamış olduğudur. Emeğin de emtiaya dönüştürülmesi, yani satılabilir ve satın alınabilir hale gelmesiyle, paranın sırf insanın ürününde kullanılan bir değiş tokuş aracı olmanın ötesine geçmesi, bütün insan ilişkilerini düzenleyecek bir şekilde soyutlaması mümkün hale gelmiştir. Bu tür bir soyutlama olmaksızın bugün globalleşme dediğimiz süreçler toplamı gerçekleşemezdi. Ama iletişim teknolojilerindeki gelişmeler de bu eğilimin önündeki kimi engelleri ortadan kaldırarak, özellikle paranın yerküre üzerindeki seyrüseferini alabildiğine hızlandırarak ve bu seyrüsefer üzerindeki mekân ve zaman sınırlamalarını gidererek kolaylaştırıcı bir etkide bulunmuştur.

Dolayısıyla bugün globalleşme dediğimiz süreçler toplamı geçmişten nitel olarak farklı bir yapılaşmaya işaret etmektedir ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri de bu niteliksel dönüşüm çerçevesinde düşünmek gerekir. Globalleşme karşısında alınan siyasal ve ideolojik duruşları çözümlerken de kullanılacak çerçeve bu olmalıdır. Yani globalleşme karşısında sınırları daha da berkitme (içe kapanmacılığa kadar varan ve genel olarak korumacılık-korunmacılık diye adlandırabileceğimiz, ben-merkezci bir zihniyet ve hissiyat) veya sınırları giderme (her türlü duvarın yıkıldığı, alabildiğinden daha temkinli bir açılmaya kadar serbestiye diye adlandırabileceğimiz merkezsizcilik zihniyeti ve hissiyatı) politik projelerini de bu nitel dönüşüm çerçevesinde değerlendirmek doğru olacaktır. Çünkü bu nitel dönüşümün ayırımında olmayan bir aymazlıkla dünya cemaatinin dışında kalmak pahasına elden geleni ardına

koymayan bir korumacılık ile tümden merkezsiz, yani şirazesi tümden kaymış bir liberalizm arasında sıkışmış kalmış, dolayısıyla sanki pek bir kişiliksizmiş gibi görünen bir siyasal projenin de olabirliğini konuşmak gerekiyor.

Bu yazının geri kalan kısmında, bu tür bir siyasal projenin nasıl olabileceğini konuşmayacağız ve globalleşme sreğleri karşısında kültür konusunu kısaca ele alacağız. Ama kültüre dair değerlendirmemiz, bu tür bir siyasal projeye dair ipuçlarını da ister istemez içerecektir.

Kültürel korumacılık, globalleşmeyi Amerikanlaşma ve kültürel globalleşmeyi de Amerikan popüler kltrnn⁴ ulusal ve yerel kültürleri tahakkümü altına alması, onları yerinden etmesi, değilse dönüştürerek kendine benzetmesi ve en kötüsü de onları yozlaştırması olarak değerlendirmekte ve bu sürece karşı durmak gerektiğini savunmaktadır.

Bu görüşün yola çıktığı düşünsel temelleri burada tartışacak değiliz. Ama bu temeller arasında sahici ve saf bir kültürün var olabileceği inancı, kültürün tarihten bağımsız olarak kabilelere, soylara, cemaatlere veya cemiyetlere veya modernlik halinde de uluslara verilili, neredeyse ilahi bir ruh olduğu inancı özsel bir yer tutuyor. Oysa sadece Orta Asya'dan itibaren izlediğimiz Türk boylarının kültürel değişimine, bu değişim süreci içinde kültürün en açık penceresi olan dildeki Arap ve Fars etkilerine baktığınızda böylesi bir saflık ve verili ruh hali inancının ne kadar yanıltıcı olduğu hemen görülür.

Kültürel korumacılığın zihni (bizce daha ziyade hissi) temellerinin geçerliliğine yönelik eleştiriler, fikri olarak bu duruşun zaafını ortaya koysa bile politik bir proje olarak etkisini ortadan kaldıramaz. Tam tersine ne kadar bilimsel zeminden kaynaklansa da bu tür eleştiriler tam da her türlü dışlaştırıcılık mekanizmalarının dev-

⁴ Aslında zgr bir Amerikan seçkin kültüründen söz etmek pek de mümkün olmadığı, Amerikan seçkin kültürü Avrupa'nın taklidi olduğu için, Amerikan popüler kültürü yerine belki doğrudan Amerikan kültürü demek daha anlamlıdır.

reye sokulmasına, yani özselciliğin tüm savunma mekanizmalarını harekete geçirmeye katkıda bulunur.

Ulusal Kültür-Popüler Kültür

Kültürel korumacılık her yerde folk veya popüler kültürü yabancı etkilerden uzak tutma çabası olarak tezahür eder. Bu anlamda elbette ki zihni temelleri arasında kuvvetli bir popülizm de vardır. Böylelikle korumacılık seçkinlerin kültürünü (bu kültür, özellikle seçkinlerin hayat tarzı, kimi kez popülist bir şekilde sözel kültürde, yazıda, karikatürde, medya temsillerinde komik unsur olarak kullanılsa da) sorunlaştırmaz. Seçkinlerin kültürü tüm kozmopolit etkilere açıktır. Kimsenin vatandaşı Chopin'e, Mozart'a karşı koruma derdi yoktur, ama Madonna, Michael Jackson dendiğinde dış tehdit karşısında korunma mekanizmaları harekete geçirilir. Kimse Dostoyevski'ye, Balzac'a, Moliere'e bir şey demez ama televizyon ekranlarındaki Seinfeld, Married with Children gibi programlar koruyucu duvar dikme hevesini hızla uyandırır. Akademik bir yazıda yabancı kelimelerin, terimlerin kullanılmasına kimse pek aldırılmaz ama gündelik hayatın diline sızan her yabancı kelime savaş baltalarının gömüldükleri yerden çıkarılma zamanının çoktan gelip geçmekte olduğunu hatırlatır.

Demek ki, korumacılığın duvarları esas olarak halk kültürünü kuşatmak amacındadır ve bu kuşatmanın da ulusların tarihsel olarak inşa edilmesiyle yakından ilişkisi vardır. Modernliğin ulus inşasında halkın özsel kategori olarak bellennmiş olması ve inşaatın bu kategori üzerine kurulması, günümüzde artık popüler kültür halini almış olan halk kültürünün ulusal kültürle özdeşleştirilmesini de açıklar.

Ulusal kültür terimi özellikle kültür korumacılığının söz dağarcığında anahtar kelime olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Ne var ki bu kullanım politik bakımdan anlamlı ve işlevsel olmakla birlikte, ulusal kültür terimi analitik bakımdan işlevsizdir. Çünkü öncelikle bu terimin üzerinde durduğu fikri ve hissi zemin problemlidir. Bu problemler bir yana bırakılacak olsa da, belli bir biçimde tanımla-

nan, sınırlandırılan bir ulusal kültür, her tanım gibi imalattır ve yine her imalat gibi müzakere, çatışma, uzlaşma gibi iktidar mücadeleleri alanında konumlanır. Zengin ve rengarenk bir ulusal kültür, en azından bizim bildiğimiz tarz etnik temelli ulus anlayışına terstir; bu nedenle ulusal kültür terimi daha ziyade biz ve ötekiler monokromisine işaret eder. Bu tek renklilik ise pek çok toplumsal farklılığı ve asimetrileri örtüp kapatma anlamına gelir. Dolayısıyla ulusal kültür terimi esas olarak politik ve ideolojik bir söylemdir; böylelikle de tahlil edilebilir bir söylemi dile getirir ama bu terimden hareketle yapılan tahliller bilimsel bir değer taşımaz.

Popüler kültür de analitik olarak kullanılmak için epey muğlak olmakla birlikte, en azından politik ve ideolojik olarak daha nötr bir terim. Yukarıda sıraladığımız örneklerden anlaşılacağı üzere, ulusal kültürü eksene alan kültürel korumacılık esasen mahalli bir popüler kültür korumacılığıyla özdeş olduğu için popüler kültür terimini bu bağlamda kullanmakta da pek bir beis yok gibi görünüyor. Bu arada bir not olarak, Türkiye'deki popüler olmayan, yani seçkin kültür konusunda popüler kültür tartışmalarına da ışık tutacağını sandığımız bir iki şey söylemek gerekiyor.

Türkiye'de seçkin kültür konusu çok problemlidir ve bu problemin kaynağı da cumhuriyetin kuruluş yıllarına gitmektedir. Cumhuriyetin ilk ideolog ve pratisyenlerinin Osmanlı sarayına kültürel olarak da yüz çevirmesi, bu mirası reddiyesi kültürel gelişmede epey olumsuz sonuçlara yol açmıştır. Dönemin özellikle Avrupa'daki hakim ulusalcılık eğilimlerinden ve yeni bir ulus yaratma gailesinden kaynaklanan, bu nedenle de politik olarak mazur görülebilecek olan bu reddiye, bir anlamda yüzlerce yıllık bir incelmanın ve gelişmenin sonucu oluşan seçkin saray kültürünün de reddedilmesini, bunun yerini popülist bir halk kültürü arayışının almasını getirmiştir. Osmanlı saray kültürü, seçkin kültürünün en önemli özelliğine, yani kozmopolitliğe sahipti. Böylesi bir reddiye Türkiye'de daha sonra gelişecek olan seçkin kültürün sağlam bir zeminden yoksunluğu nedeniyle popüler etkiler altında kalmasının yanı sıra, özellikle Batılı kimi ulusların popüler kültürünün etkile-

rine de çok açık hale gelmesi anlamına geliyordu. Nitekim Türkiye’de seçkin kültür, ya seçkinlerin bir türlü içselleştiremedikleri gösterişçi bir kozmopolitlik şeklini aldı ya da harici popüler kültürlerin tüketimiyle sınırlı kaldı. Bu anlamda Türkiye’de sahici bir seçkin kültüründen ayrı, onunla karşıtlaşan bir popüler kültürden söz etmek pek de mümkün değil. Dolayısıyla Türkiye’deki kültür korumacılığını düşünürken bu tespiti de bütün uzantılarıyla birlikte göz önünde tutmakta yarar var.

Sonuç

Kültür emperyalizmi tezi globalleşme süreçleri karşısında eski hararetini ve hayatiyetini kaybetmekle birlikte, bu tezin izlerini ‘korumacı’ politikalarda hâlâ görebiliyoruz. Kültür emperyalizmi tezi aslında Amerikan emperyalizmi eleştirisinin kültürel alanda dillendirilen şeklidir. Tek merkezli bir dünya ve bu merkezin tüm periferiyi kendisine benzetme, dolayısıyla periferinin özgünlüğünü bozma, onu yozlaştırma girişimlerinin öyküleştirilmesi olan bu tez, bugün globalleşme eğilimlerine karşı mücadele sayesinde yeniden canlanan milliyetçilik söyleminin sıkı sıkıya sarıldığı bir ‘öteki’lik öyküsü üzerinden varlığını sürdürüyor.

Ne var ki, Amerikan kültürünün savaş Avrupa’sında, bilhassa Hollywood aracılığıyla ve esas olarak savaş koşulları nedeniyle ulusal kültürler karşısında alan kazanacak şekilde yaygınlaşması, Amerika’nın savaş sonrası dönemde kapitalist dünyanın ekonomik ve askeri liderliğine oturacak güce erişmesi ve bu makama da yerleşmesi; daha sonra soğuk savaş döneminin paylaşım savaşlarında en etkili tarafı oluşturmaya karşılık gelen bu emperyalizm tezleri, bugünün şartlarında arkaik bir komploculuğa tekabül etmektedir. Merkezin sorunsallaştığı işbu dünya ahvalinde, hâlâ menhus bir merkezin varlığı üzerine kurulmuş bir tezin somut ve tanımlanmış bir hasım ‘öteki’ olmaksızın huzursuz olan ruhlara hitap etmesi çok normaldir ve bu ruhların bundan huzur duymalarına kimsenin diyecek bir şeyi yoktur. Ama bunu bugünün tek radikal konumu olarak takdim etmelerine karşı söylenecek çok şey vardır. Bu tez, radi-

kal bir duruş olamayacak kadar kısırdır ve orijinalitesini de ilginçtir ki arkaikliğinden alır.

Zaten günümüzün ilmi radikalizminin, daha doğru bir ifadeyle, ilmi anti-globalizmin temel sorunu da karşısında konumlanacak bir merkez olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu merkezsizlik günümüzdeki global süreçlerin esasen emperyal olan, yani adresi emperyal merkezler olan eskinin yerküresel seyrüseferlerinden niteliksel farklılığının en somut göstergesidir. Esasında globalleşmeyi hâlâ merkez-periferi (çevre) tarzında okuyacak olsak bile, bu ilişkinin en azından artık tek-yönlü olmadığını düşünmemiz ve pek çok değişkeni göz ardı eden bir yaklaşımın kısırlığından kendimizi uzak tutmamız gerekiyor. Bu değişkenlerin şüphesiz en önemlilerinden biri, merkezin demografik, dolayısıyla kültürel yapısındaki değişikliklerdir. Bu değişikliği görmezden gelen bir tez, örneğin Paris'in en büyük kulüplerinde dakikalarca süren bir darbuka solosunun eşliğinde salınan binlerce insanın ruh halini açıklayamaz.

Eğer korumacı duruşların iddia ettiği gibi merkez bugün hâlâ Amerika'ysa bile, iletişim teknolojilerindeki dönüşüm onların iddia ettiklerinin tam tersi imkanlar yaratmaktadır. Periferi kültürü, artık 'egzotik' bir serüvene konu olmaktan çıkmış, merkeze taşınmaya, hatta merkezin 'mainstream' (ana akım) kültürüne dahil olmaya başlamıştır.

Globalleşmenin periferilere sunduğu kültürel imkandır bu. Periferinin korumacılık veya içe kapanmacılık politikalarıyla bu imkanı göz ardı etmesi, dünyanın bu hal ve gidişinde tam da en korkulanın başa gelmesi için kolaylaştırıcı bir ortam yaratmak demektir. Bu durumda yapılması gereken, korumacılık veya içe kapanma değil, tam tersi dışa açılma ve Tarkan, Galatasaray gibi popüler değerlerin çeşidini ve sayısını artırarak bunları global kültüre dahil etmenin yollarını aramaktır.

KESİM 3

POPÜLER KÜLTÜR VE FUTBOL

POPÜLER KÜLTÜRÜ ELEŞTİRMEK*

Popüler Kültür ve Eleştirisi

Popüler kültür eleştirisi hayli muhataralı, zor bir iş. İşin zorluğu analiz konusunun kendine has özellikleri kadar eleştiricinin konuyla olan ilişkisinin epey problemli olmasından da kaynaklanıyor. Çünkü popüler kültür, hemen burada, elimizin altında, neredeyse soluduğumuz, içimize çektiğimiz hava kadar içinde olduğumuz bir şey. Böylesine içli dışlı bir ilişki içinde olduğumuz popüler kültürü, bu ilişkimizi yok sayıp analiz konusu haline getirebilir miyiz? Yani popüler kültürle aramıza tarafsızlığımızı koruyabileceğimiz bir eleştiri mesafesi konulabilir mi?

Eleştirmenlerin eleştiri konuları ile konularına yönelik duyguları arasında kaçınılmaz olan sorunlu ilişki (Frith, 1995), popüler kültür söz konusu olduğunda çok daha belirgin hale gelir. Bugün popüler kültür analiz ve eleştirilerinin çoğunda 1930'ların kitle kültürü eleştirileri ile 1940'ların özellikle metaların üretimi ve dolaşımı bağlamındaki Marksist popüler kültür eleştirisinin izleri şu ya da bu şekilde hâlâ etkisini göstermektedir. Bu etki popüler kültür üzerine düşünmeyi, bu kültürün çoğunlukla da olumsuz olduğu varsayılan işlevlerinin tespitiyle sınırlar. Eleştiri böylelikle karmaşık bir üretim, dolaşım, etkileşim ve tüketim örüntüsüne dair ayrıntılı bir analize dayanmayan yargılamaya dönüşür.

Eleştiri tarzındaki yargılama toplumsalla popüler kültür arasındaki çok sıkı ilişkiyi popüler kültürü toplumsal hale dair çeşitli perspektiflere denk düşen bir işlevsellğe indirger. Türkiye'de popüler kültürü konu alan çalışmalardan yirmi yılı aşkın bir süre önce yayınlanmış bir yazıyı, Ünsal Oskay'ın *Popüler Kültürün Toplumsal*

* *Doğu-Batı*, Yıl: 4, Sayı: 15, 2001: 9-39.

Ortami ve İdeolojik İşlevleri Üzerine başlıklı yazısını (1977-78) bu iddiaya örnek olarak verebilirim. Özellikle Walter Benjamin'in kapitalist sanayi toplumu bağlamında toplumsal ve kültürel değişmelere dair analizine dayanan bu yazıda, popüler kültür toplumsal işlevi aracılığıyla tanımlanmakta ve devletin resmî kültürünün geri çekilmesiyle ortada kalan boşluğu popüler kültürün doldurduğu, reel-yaşamın sürdürülmesini fantazyada da tekrarlayarak kolaylaştırdığı, başka tür yaşam olanaklarına kafa yorma gerekliliğini ve kabiliyetini yok ettiği, üstelik kabiliyetsizlikle birlikte varolanı benimsemenin acı ve utancını 'hafiflettiği' öne sürülmektedir.

Özetle Oskay'a göre, hayatımızın her alanını kaplayan metalaşma ve şeyleşmeyle özgürleşme umudunun hepten kaybolduğu bu kasvetli ve ağır atmosferde varlığımızı sürdürmemize yardım eden bir şeydir popüler kültür; üstelik yaygın kanaatin aksine sadece modernite ile de ilgili değildir ve "Mısır'ın, Sümer'in, Asur'un ve Roma'nın gevşek dokulu geniş siyasal dünyalarının düzenlediği toplumsal hayata kadar uzanan bir geçmişi vardır". Popüler kültür, buralarda kamusal nitelikli işleri görmek için toplanan kalabalık işgücünün muhalif bir alt-kültür geliştirmesini engellemiştir.

Oskay'ın yazısında olduğu gibi popüler kültüre kaynağı antikiteye kadar uzanan bir tarih bulma veya yazma girişimine karşı şu noktaları hatırlatma gereğini duyuyorum: Genellikle bu tür eskil toplumlarda kamusal işleri yapanların (henüz ücretli emekten söz edilemeyeceğine göre) büyük ölçüde kölelerden oluştuğunu biliyoruz. Kölelik halinin de tarihsel özgüllükte bir insan hali olması nedeniyle bir kültürü olması gerekir elbette ama bu kültürün bugünkü anlamda bir popüler kültür olarak değerlendirilmesinin mümkün olmadığı da açıktır. Köle kültürünün içerik ve sınırlarının efendi kültürünce belirlenmesinin doğal olmasına karşılık, günün birinde, şansı döndüğünde efendi olma tahayyülünü (eşitsizliğin doğal olarak içselleştirilmesi nedeniyle) içermesi herhalde imkansızdır ve bu kültür efendinin zora dayalı hakimiyet alanından fiziki manada kaçma isteği ve hayali dışında köleliğe -zora dayanmayan- tahammül unsuru ve içeriği barındırması düşünülemez. Böylelikle bu kültürün modernitenin

özgür vatandaşının (belki onu Oskay'ın yazısında ima edildiği üzere -zorla değil modernitenin ikonografisiyle- 'köleleştirmek için kullanılan') popüler kültürüyle ilişkilendirilmesi popüler kültüre bir tarih yazma amacıyla dahi pek haklı görülemez.

Oskay'ın yazısı, modern sanayi kapitalizminin teknolojik gelişmelerle yeni özgürleşme olanakları sunduğuna inanan, dolayısıyla hüznü ve kasvetli kişisel yaşamına karşın geleceğe epey iyimser baktığını bildiğimiz Walter Benjamin'in, geleceğe bakışı epey kasvetli olan Adorno tarzında okunmasının ilginç bir örneğidir. Oysa Adorno ile Benjamin, Friedrich Schiller'in sanata dair fikirlerindeki iki karşıt ucun temsilcileri olarak görülebilirler (McBride, 1998). Schiller sanat ve politikada öznelliğin mahiyeti üzerine düşünürken liberal burjuva bireyciliği ile demokratik sosyal entegrasyon arasındaki Romantik gerilimin kışkacına girer ister istemez. Schiller'e göre 'Güzel' kendi içinde bir amaç değildir; bir amacın aracıdır. Bu amaç özgürlüktür. Böylelikle daha en başından Schiller, estetik öznelliği politik faydası açısından ele alır. Adorno'da gördüğümüz sanatın özgürleşimciliği işte bu tür bir işlevsellikle nitelenir ve özerk sanat, bireysel öznellik ve bilinç kavramları bu zemin üzerinde ete kemiğe bürünür. Buna karşılık Benjamin'in duruşu, Schiller'deki estetik öznelliğin bir başka veçhesiyle anlaşılabilir. Aslında Kant beğeni kavramını bir tür ortak duyuya dayandırarak estetik öznelliğin bu yönünü gündeme getirmiştir. Kant'ın toplumsallaşma aracı olarak estetik kavramını da benimsemek suretiyle Schiller bir anlamda Benjamin'in avangard popülizmine giden yolu açmıştır. Benjamin estetik öznellik konusunda böylelikle kolektif bilinçdışını öne çıkarır (ki Adorno, Benjamin'in bu eğilimini C. G. Jung'un fikirlerinin etkisinde kalmışlıkla, Benjamin'in kendisini de romantik anarşizmle eleştirir).

Oskay'ın popüler kültür üzerine zikrettiğimiz yazısı bu birbiriyle tartışan eleştirel konumları birbirini destekler şekilde birleştirerek toplumsal değişimin toplum, kültür, genel ruh durumu üzerindeki etkilerini tartışmakla birlikte, daha önce belirttiğim gibi asıl konusu olan popüler kültüre dair çok şey anlatmıyor; daha doğrusu popüler kültürün 'kötü' bir şey ve toplumsal tarafından -

özetin de özetiyle söylediğimizde, toplumsal uyuşturuculukla- ‘vazifelendirilmiş’ bir şey olduğunu söylüyor ama popüler kültürün kendisinin ne olduğunu söylemiyor; yani bir popüler kültür tanımı yapmıyor. Yazının sistematığı ise, en genel halinde, kaba olarak adlandırılması moda haline gelen Marksist şemayla kuruluyor: yani, altyapı ve altyapıdaki değişimler üstyapıyı ve üstyapıdaki değişimleri belirliyor; üstyapı da (bu yazıda konu gereği popüler kültür oluyor bu üstyapı) bunun karşılığını altyapıdaki değişimlere biz insanların dayanma, katlanma gücünü -ütopyamızdan, yani Herbert Marcuse’nin sözünü ettiği (1997), insan türünün potansiyeli olan özgürlük topluluğunda yaşamaya yetenekli erkekler ve kadınlar olarak böylesi bir özgürlük topluluğu oluşturma hayalimizden fedakârlık etmemiz pahasına- berkiterek veriyor.¹

Popüler kültürün işlevleri sadece akademik eleştirilerin konusu da olmamıştır. Bizlerin yakın zamanlara kadar tek elektronik medya kuruluşu olan TRT tecrübesinden ve bugünlerde de RTÜK kurumunun faaliyetlerinden gördüğümüz üzere, resmi denetim ve değerlendirmeye de tabidir bu kültür ve resmi kültür polisliğinde de sorun popüler kültürün işleviyle ilgilidir. Resmi kültür denetçileri, konumları gereği hep popüler kültür düşmanları gibi görünseler de (ki mesela RTÜK örneğindeki ekran kapama ve buna muadil birtakım cezalarla veya yasaklamalarla popüler olmaları nedeniyle böyle görülmeleri de çok doğaldır), bunların popüler kültürü işlevleri bakımından sevmemeleri için de bir sebep yoktur. Çünkü popüler kültür

¹ Eleştirilerde popüler kültürü işlevlerine indirgeme eğilimi sadece yukarıda zikrettiğimiz eleştirel toplumsal düşünce örneklerinde ve olumsuzlayıcı şekilde görülmez. Mesela daha binlerce yıl önce Aristo, yine işlevselci bir bakışla popüler kültürü değilse de, popüler (halka dair ve yaygın) kanaatin olumlu işlevlerini hatırlatan bir tespitte bulunmuştur. Popüler düşünce ve inançların, ‘bilgelerin’ görüşleri gündelik hayatın pratik meselelerinden koptuğu, uzaklaştığı zaman bu görüşlere dayalı olarak geliştirilen soyut ve saçma önermeler üzerinde sağlıklı bir denetim mekanizması olabileceğini düşünür Aristo. Böylelikle Aristogil yaklaşımda popüler kanaat entelektüel ve yönetsel seçkinlerin kanaatlerini denetleyebilecek bir niteliğe sahiptir. Aristo’nun bu tespiti, günümüzde popüler kültür konusuna sırt çeviren veya popüler kültüre ‘mahkum’ edici tarzda yaklaşanların bu tavırlarının seçkin konumlarını korumak ve kimi saçmalamalarını gizlemek için olup olmadığı yollu ‘etik’ bir tartışmayı gündeme getirebilir.

birtakım 'iyi' (Türkiye'den örnek verilecek olursa, mesela milli ve manevi değerlerin tanıtımını yapan, bu değerleri olumlayan ve pekiştirmeye çalışan ürünlerde tespit ettiğimiz) davranış, inanç ve değerleri toplumun zihnine zerk etmek için de kullanılabilir. Ne var ki, iyiye kullanılabilen bir şey, kötüye de kullanılma potansiyeline sahiptir ve bu nedenle resmi kültür polislerinin bakışına göre popüler kültürün işlevleri konusunda olumsuz değerlendirmeler ağır basar.

Popüler kültürü işlevi üzerinden değerlendirmek aslında onun içeriğe indirgenmesi demektir. Bu indirgemenin yöntem bakımından önemli bir sorunu vardır. İçeriğe indirgeme, küçük ve atılması kaçınılmaz bir adım sonra, popüler kültürün günümüzde bu içeriğin önde gelen üretim ve dağıtım kurumları ve kanalları olan medyaya indirgenmesine yol açar. Böylelikle popüler kültür eleştirisi esas olarak medya eleştirisine dönüşür. Bu dönüşümün sonuçları ise, yazının ilerleyen merhalelerinde ayrıntısıyla tartışacağımız kitle kültürü tarzı korkutucu senaryolara gebedir. Bu senaryoların başoyuncusu ise her birimizi en küçük bir çıkış bırakmaksızın kuşatan bir medya kültürüdür: Göstergesi kendi göndergesi olan bir medya kültürü; uyuşturucu, yönlendirici, eblehleştirici, oyalayıcı, kaçışçı bir medya kültürü. Medyanın toplumun aynası olduğu, dünyaya açılan (masum) bir pencere olduğu şeklindeki liberal-çoğulcu gerçekçiliğin iddiaları ise günümüzde bu dehşet verici öyküyü yumuşatamayacak kadar naif kalmaktadır.

Ama sorun bir tek yöntemle ilgili değildir. Bence bir başka ve daha önemli sorun, böylesi bir yaklaşımın kültürel içeriklerle 'reel dünya'nın içerikleri arasındaki ilişkiyi sorgulamakta oluşudur. Bu sorgulamada resmi veya resmi olmayan kültür polisi, 'yargılamak için' popüler kültür içeriklerinin hakim kültürün tanımladığı 'gerçek' toplumsal içeriklerle -değerler, inançlar, normlar, gelenekler, göreneklerle- denk olup olmadığını araştırır; buna karşılık eleştirel kültür kuramcıları, popüler kültür içeriklerinin toplumsal içeriklerin aslında yapay gerçekliğini ve gerçek sahteliğini bir başka düzlemde -yani kültürel düzlemde- yeniden-üretim üretmediğini ortaya koymaya çalışırlar.

Popüler kültüre yönelik olumsuz yaklaşımların kaynağında kültürün seçkin tanımının ve kültürle toplumsal olan arasındaki ilişkinin

niteliğine dair indirgemeci, belirlenimci yaklaşımların yattığını düşünüyorum. Kültürün zirveden (siyasal veya entelektüel seçkinlerden) eteklere (sıradan insanlara) yönelik bir akış olduğu anlayışı, yani sıradan olmayan her türlü öğrenilmiş ve yaratılmış insani değer şeklindeki kültür kavramı popüler kültüre dair eleştirilerin çoğunun özsel varsayımını oluşturuyor. Bu anlayışa göre, kültür (yani yüksek veya seçkin kültür) özellikle sıradan (yani zihne karşı bedensel) hazın asılmasıyla inceltilmiş bir yaratım, üretim ve tüketim pratiğidir. Bu pratik, dünyayı görmenin ve anlamanın gelişkin ve farklı biçimlerine imkan verdiği için, yine bu dünyanın insana layık bir şekle dönüştürülmesi siyasetinin bir unsurudur. Buna karşılık (kaçışçılık, oyalayıcılık, kolaycılık ile) popüler kültür sıradan hazza yöneliktir. Esas olarak zihinsel olmayan bu sıradan haz ise siyaset alanı dışına itilmiştir (ki bu hazzın bastırılması anlamına da gelmektedir bir bakıma). Bu ayrımın temelini elbette ki, kimilerine göre doğal, kimilerine göre de tarihsellikten nitelenen toplumsal eşitsizliklere dair analizler döşemektedir. Böylelikle büyük ‘K’lı kültür, yani ‘yüksek’ kültür, toplumun ayrıcalıklı kesimlerine; küçük ‘k’lı kültür, yani popüler kültür ise toplumun sıradan kesimlerine aittir. Bu arada bir de halk kültürü vardır: Otantikliği nedeniyle hayranlık uyandıran, yüksek kültürün de, popüler kültürün de zaman zaman malzeme toplamak için ayağına gittiği bir kültürel kaynak olan halk kültürü. Bu kültür de ‘köylüler mi, zanaatkârlar mı, esnaf mı, işçiler mi’ ne olduğu belli olmayan ya da bu sınıfların tümünü içeren (böyle anlaşıldığında da, doğayla insan zihni ve emeğinin dolaysız buluşması ve ilişkisinin ürünü anlamındaki otantikliğin artık söz konusu olamayacağı, zira bu sınıflar arasında bir müzakereye maruz kalacağı için kültürünün otantikliği ister istemez tartışmalı hale gelecek olan) halka aittir.

Bu ayrımlamalarla ilgili sorunları yazının daha ileri kesimlerinde tartışacağım. Ama burada belirtmek gerekiyor ki, bu yaklaşımlar popüler kültürün zengin ve dinamik doğasını tek boyutlu bir anlam düzlemine indirgeyip dondurma eğiliminde oldukları için popüler kültürü tanı olarak kavramayı beceremezler. Burada popüler kültür pratiklerinin aslında bu kavrayışın tersine, çok sesli ve çok anlamlı ol-

duğunu söylemekle yetineceğim. En basit dil pratiğinin bile tek boyutlu bir anlam düzlemine indirgenemeyeceğini düşünecek olursak, popüler kültürü kimilerinin kolayca yutulacak bir hap veya önceden zaten hazmedilmiş, dolayısıyla tüketicilerin hazmetmek için bile çaba harcamaları gerekmeyen tek-sesli, tek-anlamlı seriyal ürünler kompleksi olarak tanımlamalarına, en yalın haliyle bile bir kültürel pratiğin birbiriyle çatışan, birbirini destekleyen farklı sesler ve anlamlarla nitelendiğini unutmamak gerektiğini söyleyerek karşılık vereceğim.

Buraya kadar söylediklerim, bu yazının girişindeki iddiayı, yani popüler kültür eleştirisinin epey zor bir iş olduğunu sanırım yeterince desteklemektedir. Popüler kültüre (eleştirel, soğuk, üstten veya benzeri) bir mesafeden bakan tavırlar arasından bir seçim yaparak eleştiriyi kolaylaştırmanın mümkün olmasına karşılık, bu kolaylığın toplumsal bedelinin de eleştirinin yargılamaya dönüşmesi (aslında dönüşme de değil, doğrudan doğruya yargılama olması) nedeniyle yüksek olacağını bir kez daha vurgulamakta yarar görüyorum. Yargılayıcılık ya da sıklıkla yeni modalara maruz kalan dilimizde yine son zamanlarda (bence kimi kaba saba politikacılarımızın kendi -mutlak- ‘yargılarını’ dayatabilmek için başkalarını eleştirmekte çok sık kullanmaları nedeniyle) moda olan bir deyişle ‘ahkam kesmek’ ise ne kadar tarafsızlık iddiasıyla ve hatta isteğiyle temellense de, sonuçta ister istemez (nesnel ve tarafsız olma iddiasıyla dışa vurulan öznel) bir iyi ya da kötü değerlendirmesini içerecektir. Bedelin yüksekliği bu tür öznel bir değerlendirmenin nesnel ve tarafsızlık iddiası ve bu iddianın kamusal olarak kabul edilen eleştirmenlik konumunun tarafsızlık ve nesnelliğinin yine kamusal olarak kabul edilmesiyle meşrulaştırılması yüzündendir.

Popüler kültür eleştirisi, eleştiricinin olabildiğince bilimselci bir tavırla ve sırf sayıları konuşturup kendisini susturmasıyla böyle bir bedel ödemekten kurtarılabilir belki. Ama bu tavır genel olarak kültürün, kimilerinin düşündüğünün aksine müzeye veya sanat galerisine, kütüphane raflarına, popüler kültürün ise sinema salonlarına, pop konseri mekânlarına, gazete ve dergi sayfalarına, televizyon ekranlarına veya futbol stadyumlarına kapatılmış durumlar derlemesi

değil, canlı, etkileşimli ve dinamik bir süreç olması nedeniyle pek de verimli olamayacaktır. Üstelik eleştirmenin hangi toplumsal görüngüyü inceliyor olursa olsun, o görüngüyü nesnesi haline -ister istemez- getirmesi nedeniyle (çünkü çözümleme ve eleştirme faaliyeti nihayetinde bir şey hakkındadır ve bu şeyi nesnesi haline getirmeyi gerektirir) ne kadar direnirse dirensin 'seçkincilikten' kendisini kurtarması çok zordur. Böylesi bir seçkincilikten kurtulma çabası ise tam tersi uca savrulmaya, ele alınan konuya olmadık nitelikler atfetmeye yol açabilir ki, bunun popüler kültür tartışmalarında -mesela Fredric Jameson'ın teorik yetersizlikle sakat olarak andığı (1992)- bir 'popülizmi' beslemesinin, popüler kültür eleştirilerinin popüler kültür güzellmelerine dönüşmesinin örneklerini sıklıkla görebiliyoruz. John Fiske'nin popüler kültür üzerine söyledikleri, hacim ve heves bakımından bu güzellmelerden ilk akla geleni. Burada asıl ilginç olan, popüler kültür popülistlerinin (elbette burada mesela 'beni halkın yaptıklarına rağbet etmesi ilgilendirir, sanatın ölçütü halkın ona rağbetidir' yollu sözleriyle Türkiye'nin sanat gündemini epey işgal eden Sinan Çetin gibilerinin statükocu popülizmini değil, akademik çevrelerdeki popülizmi kastediyorum) bir siyasal değişme programıyla yola çıkmaları ve popüler kültüre bu programda çok önemli bir işlev yüklemiş olmalarıdır.

Popüler kültür analiz veya eleştirilerinin kısır verimlilikte, hatta beyhude pratikler olma ihtimali sadece seçkincilik, bilimselcilik, nicelleştirmecilik veya popülistlik gibi nedenlerden kaynaklanmaz. Popüler kültürün işlevlerini bir yana bırakıp bu kez popüler kültür eleştirilerinin işlevlerine baktığımızda, mesela Murat Belge'nin, 1982 senesinde Cumhuriyet gazetesinde yayınlanan kısa bir denemesinde değindiği üzere (1997), popüler kültür analizi veya eleştirisi 'yerine, hedefine (yani popüler kültürün konusu olan yığınlar da) ulaşamamaktadır'. Çünkü eleştiri Belge'ye göre 'seçkin' düzeyde yapılan bir iştir ve bu düzeyde kotarılan bir işin seçkin olmayan 'kitle kültürü' tüketicisine ulaşması, iş ne kadar kaliteli olursa olsun bu kültürle eleştirisi arasına neredeyse aşılmaz bir mesafe koyduğu için, yani kimi popüler kültür ürünlerinin inmal edilip dağıtıldığı

kanallar popüler kültür eleştirisine kapalı olduğu için mümkün değildir. Murat Belge'nin yazısında gündeme getirdiği bu sorundan bence daha önemli olan tespiti ise popüler kültür analiz ve eleştirilerin 'popülerleşme imkanı olmaması nedeniyle' olsa olsa bu konu üzerine zaten düşünen birkaç bin 'seçkin' kişinin malzemesi haline gelmesidir. Böylelikle popüler kültür eleştirilerinin konu edilip konuşulduğu, tartışıldığı çevrenin nispeten en azından entelektüel ilgi bakımından türdeşliği, popüler kültür eleştirisini bu çevrenin kendi içinde 'seçkin seçkin' yaptıkları bir muhabbete dönüştürebilir. Bu içe kapalı sohbet ister istemez dilsel ve düşünsel içe kapallılığı ve dolayısıyla kısırlığı da beraberinde getirecektir.

Üstelik bu kesimden kimileri, kendilerini popüler kanallarda ifade etme imkanı bulduklarında da, bu kez popüler kültür dünyasının mensuplarınca, belki tam da içe kapalı bir çevrenin mensubu olduklarını ister istemez diliyle, üslubuyla dışa vurdukları için, ayrı dünyaların insanları muamelesine tabi tutulmaktadırlar. Bu dışarıklı muamelesinin yakın sayılabilecek bir tarihte, bir televizyon programındaki örneğini hatırlıyorum. Türkiye'de son yıllarda üzerinde en çok konuşulan televizyon dizilerinden biri olan 'İkinci Bahar'ın tartışıldığı ATV'nin 'Siyaset Meydanı' programında, bir üniversitede görevli olduğunu, bir gazetede de popüler kültür üzerine yazılarının yer aldığı bir köşeye sahip olduğunu beyan eden ama adını şimdi çıkaramadığım bir hanım, aslında 'İkinci Bahar'a' güzelleme korosu olarak düzenlenmiş 'Siyaset Meydanı' topluluğuna dahil olup, güzelleyici bir iki laf etmek için elinden geleni yapmasına rağmen koro şefi Ali Kırca tarafından sürekli olarak dışlanmış, üstelik dışlanmakla da kalmayıp açık açık da terslenmişti. Programı izlerken bu hanım akademisyenin güzelleme korosunun sesinin daha gür çıkması için, aykırı bir nota işleviyle (yani aykırı her notayı seslendirdikçe, bu hatayı bastırmak için koronun sesini daha da yükseltmesini sağlama işleviyle) o mekânda yer aldığı veya koro şefi tarafından kendisine bu amaçla bir yer ayrılmış olduğu izlenimine kapılmıştım her nedense. Dışlanmanın nedenleri besbelliydi: Bu katıl(amay)ımcının öncelikle popüler kültürün dışında bir dün-

yaya ait olması (ki kendisine dışarıklı muamelesi yapılan bu hanım, eşinin popüler kültür dünyasına mensup biri olduğunu, dolayısıyla bu dünyanın tamamen dışında yer almadığını, tersine kendisiyle orada bulunanlar arasında bir nevi hısımlık münasebetinden bile söz edilebileceğini birkaç kez belirtmesine rağmen, bu genel kabulü bir türlü ters yüz edemedi) ve daha sonra popüler kültür güzellemesinin melodi yapısına ters düşen bir iki detone ses çıkarmaktan kendini alamaması. Bu koroda bir iki gencin güzellemenin uyumunu bozucu ‘vokallik’ hamleleri ise koro şefi tarafından ‘gençliklerine’ verilerek -hafif azar tonlu terslemeler şeklinde de olsa- bağışlandı, yaşları ilerlediğinde nasıl olsa popüler kültür dünyasının tüketici-mensubu olacakları da kendilerine hatırlatıldı.

Bu konuyla ilgili sadece benim bildiğim, yani yukarıdaki kadar popüler olmayan bir başka örnek daha vermek istiyorum. Amacım örnek sayısını çoğaltarak iddiama istatistik geçerlik kazandırmak değil. Ama vereceğim örnek popüler kültürün (yukarıda sözünü ettiğim ‘Siyaset Meydanı’ programının reytingini bilmediğim için tam rakamı veremeyeceğim ama yüz binlerle ifade edilebilecek olduğunu sandığımı sayıda izleyiciye sunulan) televizyon programıyla dolayınlanmış değil, popüler kültürün en az medya kadar nefes aldığı mekânlardan biri olan yemeli içmeli bir sohbet ortamında geçmiş olması nedeniyle önemli görünüyor bana. Üniversite sıralarındayken en yakın arkadaşlarımdan biriyle yaptığımız sohbetten söz edeceğim. Çok uzun süredir görüşmediğimiz arkadaşım Türkiye’nin önde gelen ulusal ticari kanallarından birinde yönetici konumundaydı (dolayısıyla toplumsal cinsiyetini herhalde belirtmeme gerek yok). Görüşemediğimiz süre zarfında olmuş bitmişlere, halihazırda olan bitenlere dair sohbet konularımız kaçınılmaz olarak iş hayatında yaptıklarımıza, ettiklerimize geldi. Arkadaşım yaptıklarını ettiklerini anlatırken aslında medya dünyasıyla ilgili güncel bir sürü bilgiyi, hem de ilk elden aktardığı için söylediklerini dikkatle dinliyordum. Ama birden farkına vardım ki, medya dünyasında yapılan edilenlerle ilgili her sözünün başına, ‘şimdi sen bunu eleştirirsin, televizyon dünyasının aşağılık işleri diye yapılanlara burun kıvrırsın ama burada hayatın gerçeklerinden söz ediyο-

rum' benzeri sınırlamalar koyup anlattıklarına ilişkin yorumlarımı, değerlendirmelerimi önceden (elbette olumsuz ve eleştirel bir burnu havadalık) varsayan bir üslup tutturmuştu. Arkadaşım beni popüler kültürün dışarılıklı bir popüler kültür eleştirmeni konumuna yerleştiriyordu. Popüler kültürün farklı dünyaları meselesi otuz beş yıllık arkadaşım ile arama girmişti sanki. Sanki konu popüler kültüre geldiğinde 'biz farklı dünyaların insanlarıyız' gibi olmuştuk. Bu durumun ayırımına vardığımda, Galatasaray'ın televizyonda yayınlanan maçlarında etraftaki herkesten çok bağırduğımı; zaman zaman gittiğim Gençlerbirliği maçlarında da yine etraftaki cazgırlardan aşağıda kalmadığımı; en pahalısından en ucuzuna korku filmlerine bayıldığımı; televizyonda durum komedilerini imkan bulduğumda kaçırmadığımı; denk düştüğünde McDonalds'ın tavuk mönüsünü colayı ayrıla ikame ederek ama zevkle mideye indirdiğimi; gazetelerdeki dedikodu sütunlarını zaman zaman keyifle okuduğumu, üstelik bu dedikoduların da dedikodusunu yapmaktan haz aldığımı, bunlara muadil bir sürü faaliyet içinde olduğumu söylemek istedim bir an ama sonra söylemekten vazgeçtim.

Burada yeri gelmişken, popüler kültür dünyası mensuplarının özellikle üniversitelerdeki popüler kültür eleştircilerini dışarılıklı saymakla tarafgir davrandıklarını belirtmek istiyorum. Bu dışlama da şüphesiz popüler kültür eleştirmenlerinin çoğunun mekânı olan akademik dünyanın 'seçkin seçkin popüler kültür muhabbeti' yapılmasına elveren, böylelikle bu içe kapalı eleştirel muhabbetin geliştirdiği kendine özgü söz dağarcığının ve genel olarak dilin popüler kültür dünyasıyla iletişimi zaman zaman imkansız hale getiren özelliği de rol oynamaktadır ama bu dil ve üslup sorununa karşın, yine de popüler kültür dünyası mensuplarının üniversitedeki popüler kültür eleştircilerini dışarılıklı saymakta çok da tutarlı davranmadıklarında, üstelik bunu kasıtlı yaptıklarında ısrarlıyım.

Bu ısrarımın nedeni akademi ile medya arasında popülerlik üzerinden kurulmuş olan sıkı ilişkiye dayanıyor. Medyanın popüler ettiği akademi mensuplarının sayısı hiç de ihmal edilebilir ölçüde değil. Üstelik popüler kültürün mesela yıldız sistemi gibi kimi ku-

rumları da üniversitelere giderek daha fazla sızmakta. Yani popüler kültürün dışında olduğu varsayılan akademik dünyanın mensupları da aslında popüler kültürün birçok özelliğinden arınmış değiller. Tam tersine giderek tecimselleşen bu dünyada popülerliğin katma-değeri de artmaktadır. Bu konudaki görüşümü, üniversitelere git-tikçe hakim olan ikonik ‘yıldız’ sistemini inceleyen Joe Moran’ın (1998) kapitalistleşmenin ve metalaşmanın üniversiteyi popüler kültür değerleri doğrultusunda nasıl dönüştürdüğünü anlatan yazı-sına dayandırıyorum. Üniversitelerde, popüler kültürün yıldız sis-temine benzer bir sistemin ortaya çıkışı, Moran’a göre geç kapita-list toplumlarda yönünü iş hayatına çevirmiş, girişimci bir kurum halini almış ve istihdam ettiği akademisyenlere ‘insan sermayesi’ o-larak bakan üniversite tarzının yükselişiyle yakından bağlantılıdır.

Moran yazısını üniversitelerdeki yıldız sistemiyle sınırlandırdığı için popüler ve akademik şöhret ilişkisine pek girmiyor. Ne var ki şöhretin taşıdığı önem Moran’a göre akademik ‘yıldız’ sisteminin açıklanmasında yol göstericidir. Çağdaş kültürde imgelerin artan bir şekilde anlam alanlarına hakim olması ve sadece ‘görünürlük’ ve ‘bilinirliğin’ şöhret kaynağı olabilmesi (medyanın ‘görünürlük’ ve ‘bilinirlik’ için nasıl verimli bir memba olduğunu da düşünelim bu-rada) giderek rekabetçi bir hal alan üniversite mekânında rekabetin şekil ve içeriğini de dönüştürmektedir.

Nitekim medyayla akademik dünyanın ‘popülerleştirme’ bakı-mından çok yakın bir işbirliği içinde olduğunu görebiliyoruz. Bu iş-birliğinin gerçekten ikonik değer taşıyan timsali yaşadığımız büyük deprem kriziyle gündeme gelen deprem uzmanı Prof. Dr. Ahmet Mete Işıkara’dır. Bu örnek gerçekten tipiktir çünkü, yaşı başı, duruşu, hali tavrı, konuşmasıyla medya tarzı popülerlik potansiyeli sanki pek yokmuş izlenimi uyandıran Işıkara’dan medya bir popüler kültür ikonu yaratabilmiştir. Daha da ilginç olan Işıkara’nın başta hazırlıksız yakalandığı için kendi gibi olan halini daha sonra bırakıp, giyimi ku-şamıyla, hal ve hareket tarzıyla kendisini medyaya daha uygun bir ikon haline dönüştürmeye çalışmasıdır. Doğaldır ki, medyanın dep-rem üzerinden bu ikon imalatı süreci, rakip adayların da devreye gir-

mesiyle epey çekişmeli bir hal almıştır. Işıkara, deprem ölçme ve değerlendirme kurumunun başı olması nedeniyle bu yarışa rakiplerinden avantajlı bir noktadan başlamış olmakla birlikte, diğer adayların rekabeti onu zaman zaman zor durumda bırakmıştır. Kısa bir süre sonra üniversitelerde deprem konusunda çalışan diğer bazı uzmanların da katıldığı bu yarışta, münakaşaların, müzakerelerin ‘bilimsel’likle mi karakterize olduğu, yoksa bunların popüler ikon imalatındaki mücadeleler olarak mı addedilmesi gerektiği konusunda kesinkes doğru bir değerlendirme yapmam mümkün değil. Ama benim görüşüme göre bu farklı gibi görünen iki kulvar ekranlarda birbirine karışmıştır. Benzer bir süreç bugünlerde Cumhuriyetin kuruluşundan bugüne karşılaştığı en büyük bunalım olarak nitelenen ‘ekonomik tökezleme’ konusunda da yaşanmaktadır. Burada da ‘iktisatçılar’ arasında akademik söylem mi, yoksa popülerlik mücadelesi mi olduğuna dair kesin bir yargıda bulunmaya benim açımdan imkan olmayan bir müzakere sürmektedir. Ne var ki ‘televole iktisatçıları’ gibi bir ifadenin üretilip hayli yaygın bir kullanım alanında dolaşıma girmesi, bu tartışmaların amaç ve içerik bakımından ‘ilmiliği dert ettiği’ konusunda doğrusu kafaları bulanıklaştırmaktadır. Buraya kadar söylediklerim medya ile uzmanlar arasındaki popüler ikon imalatı ilişkisinin sanki toplumsal kriz dönemlerine has bir pratik gibi görünmesine yol açabilir. Bu pratiğin medya-üniversite ilişkisinin tanımlayıcı bir özelliği olduğunu, bu nedenle krizin medyadaki popülerleştirme sürecini kolaylaştırıcı ve hızlandırıcı bir etkisi olmakla birlikte, bu ilişkinin kriz dönemleri dışında da geçerli olduğunu hatırlatmak istiyorum.

Ne var ki medyanın üniversiteyle popülerlik üzerinden bu sıkı fıkı ilişkisi, Murat Belge’nin andığım yazısında belirttiği üzere, üniversitelerdeki popüler kültür eleştiricileri söz konusu olduğunda, neredeyse birbirini tanımazdan gelmeye veya yabancılığa dönüşmektedir. Muhtemelen medyanın (yönetici ve üreticilerinin) kendilerini konumladıkları popüler kültür dünyasına yönelik eleştirilere tahammülsüzlüğünden kaynaklanan bu dışlama (medyanın kendi ekranlarında, sayfalarında kendini izleyici veya okurlarına şikayet edeceğini varsaydıkları dışarılıklılara yer vermek istememesi, ‘iyi ve güzel’ toplum ide-

alinin ‘kazanç ve iktidar’ güdüsüyle temellenen geç kapitalizmin şu içinde yaşadığımız toplum halinde tamamen değersizleştirildiği düşünülecek olursa, bana da fevkalade normal geliyor aslında) hiç şüphesiz üniversitelerde öbeklenmiş popüler kültür eleştirmenlerini ‘seçkin seçkin popüler kültür muhabbeti’ yapmaya iten etkenlerden biridir.

Türkiye’nin popüler kültür dünyasında Murat Belge’nin denemesinin yayınlandığı tarihten bu yana pek çok değişiklik olmuştur. Popüler kültür alanında popüler kanalları kullanan bir ‘profesyonel’ eleştirmenlik konumu yaygınlaşmıştır.² Kimi medya mensupları da gazete veya dergi köşelerinde zaman zaman popüler kültüre dair yazılar yazmaktadırlar. Bu anlamda Belge’nin bir zamanlar ütöpik gördüğü durum gerçekleşmiş gibidir; popüler kültürün sunulduğu kanallarda bu kültüre dair eleştiriler de yer almaktadır. Ne var ki bu eleştirilerin Murat Belge’nin yazısında özellikle vurguladığı ‘nitelikleri’ bir yana, ‘hedefe ulaştığı’ni iddia etmek acaba ne derece doğru olur? Bu sorunun doğrusu öyle bir kalemde evet veya hayır diye cevaplandırılabileceğini sanmıyorum.

Bütün bu ve benzeri sorunları ve soruları ardı ardına dizdiğimde, popüler kültürü düşünürken bir yandan şu düşüncenin etkisinden de kurtaramıyorum kendimi: ‘Acaba’ diyorum, ‘popüler kültürü kendi başına mı bıraksak, ne yapsak?’ Ne var ki benim de popüler kültür üzerine söylemek istediğim bir şeyler var ve hazır elime fırsat geçmişken bunları söylemezlik edemeyeceğim; yani popüler kültürü bir miktar rahatsız edeceğim. Ama söyleyeceklerimi söylemeden önce bir ‘kitlesele’ temizliğin gerekli olduğunu düşünüyorum.

Popüler Kültür İçin ‘Kitlesele’ Bir Temizlik

‘Kitlesele’ temizlikten kastım popüler kültür üzerine düşünürken, önce kimi yerde popüler kültürden ayrı bir kategori olarak ele alı-

² Burada Richard Keller Simon’un Horkheimer ile Adorno’nun ‘kültür endüstrisi’ terimini anımsatan ‘eleştiri endüstrisi’ terimini kullandığını belirtmek istiyorum (1999). Bu terim, eleştiri pratiğinin yapısından işleyişine ve diline kadar analiz edilmemesinin (yani bir üst-eleştiriye tabi tutulmasının) yararlı olacağını hatırlatması bakımından ilginç göründü bana.

nan, çoğu zaman ise popüler kültürle aynı anlamda kullanılan ‘kitle kültürü’ terimiyle bir hesaplaşmaya girişmek. Aslında hesaplaşma konusunda en başından samimi olacaksak, bunun ‘kitle kültürü’ terimini popüler olsun olmasın kültür üzerine her türlü tartışmada söz dağarcığımızdan çıkarıp atma amacına, yani ‘kitlesele’ bir temizlik iddiasının tam da düz anlamıyla temize havale etme amacına yönelik olduğunu da belirtmeliyim. Bu temizliğin gerekçesi de, popüler kültürle ilgili değerlendirmelerimizi ‘kitle kültürü’ hayaletinin ideolojik müdahalelerinden kurtarmak.

Adorno, Horkheimer ile birlikte yayınladıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı kitapta, ‘kitle kültürü’ yerine ‘kültür endüstrileri’ terimini kullanmalarını, kitle kültürü teriminin kitlelerin kendiliğinden (otantik) kültürünün anlaşılması ihtimalini, böylelikle de bu kültürü savunanların kabul edebileceği bir yorumu baştan dışlama gailesiyle açıklıyor (1975).³ Aslında bu açıklama, Adorno ile Horkheimer’in kültür eleştirilerinde ‘otantik’liğe verdikleri önemi de ortaya koyuyor. Bu kavram ekseninde karşıtlaşan iki kültürel durum veya süreç var: Bir yanda sahici, otantik, kendiliğinden bir kültür, yani ‘halk kültürü’ ve bunun karşısında yapay, aldatici ve imal edilen bir kültür, yani her ne kadar kitapta kullanmaktan imtina etmiş olsalar da, ‘kitle kültürü’.

Adorno ile Horkheimer’in ‘kitle’ye bakışlarının şekillenmesinde, yaşadıkları ve sıkıntılarını yakından tecrübe etmek zorunda kaldıkları dönemin etkilerini göz ardı etmemek gerekiyor. Bu öyle bir dönemdir ki, İtalya, Almanya ve Sovyetler Birliği’nde totaliter rejimler ve ABD’de de tekelle piyasa güçleri yeni kitle iletişim araçlarını her yerde manipölasyon amacıyla kullanmaktadırlar. Bu nedenle 1930’larda popüler kültürle ilgili sorular birincil önemde siyasal sorunlar haline gelmiştir.

³ Şöyle diyor Adorno: “Kültür endüstrisi terimi belki ilk kez Horkheimer’la birlikte Amsterdam’da 1947 yılında yayınlamış olduğumuz *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı kitapta kullanıldı. Kitabın taslaklarında ‘Kitle Kültürü’nden söz ediyorduk. Sonra bu ifadeyi ‘kültür endüstrisi’ ile değiştirdik. Amacımız onu savunanların kabul edebileceği bir yorumu baştan dışlamaktı; yani onun bizzat kitlelerden kendiliğinden kaynaklanan bir kültür gibi, popüler sanatın çağdaş biçimi gibi yorumlanmasını engellemekti” (1975).

Ayrıca Horkheimer ile Adorno'nun 'kitlelerin kendiliğinden kültürü'nden söz etmelerinin de ortaya koyduğu üzere, 'kitle' kavramına yaklaşımlarında bir başka ikircimin olması da kaçınılmazdır. Frankfurt Okulu'nun düşünsel temellerinden biri olan Marksizm'in 'kitle' kavramına kazandırdığı siyasal anlamın olumluluğunu o dönemde Horkheimer ile Adorno'nun görmezden gelebilmesi pek mümkün değildir. Ama diğer yandan kendi hayatlarında acı bir şekilde yaşadıkları faşizmin yükselişinde kitlelerin işlevi, ayrıca güvenilmezlikleri ve manipülasyona alabildiğine açık olmalarının, onları 'kitle' kavramının olumsuz anlamı üzerinde düşünmeye yöneltmesi de kaçınılmazdır. Bu anlamda, 'kitlelerin' edilgin, etkiye alabildiğine açık, kolayca yönlendirilebilen bir kalabalık olarak anlaşılması, 'kültür endüstrileri' analiziyle, yani üretim ve tüketim alanlarını iyice ayırarak daha etkili ve kuramsal olarak daha tutarlı biçimde ortaya konabilirdi. Diğer birçok kitle kültürü eleştirmeninin yüzeysellik ve spekülasyon yargılayıcılıkla nitelenen çalışmalarıyla karşılaştırıldığında, Horkheimer ile Adorno'nun 'kültür endüstrileri' analizi, 'kitle kültürü'nün eleştirisine yönelik en gelişkin yaklaşımı sağlamaktadır. O nedenle bütün sorunlarına karşın Horkheimer ile Adorno'nun 'kitle' kültürüne ilişkin değerlendirmelerini diğerlerinden ayırmak gerekir.

Hall ve Whannel, C. Wright Mills'den Q. D. Leavise'e, Ortega y Gasset'e, Orwell'e kadar kitle kültürü eleştirmenlerinin görüşlerinden hareketle derledikleri kitle kültürünün işlevlerine yönelik eleştirileri şöyle sıralamaktadırlar (1964): Bir avuç insanın elinde toplanan iktidar, kitle kültürünün inceltirilmiş manipülasyon teknikleriyle sürdürülmektedir; kitle kültürü kitlesel olarak bir formüle göre üretilen ve yaratıcılığa yer vermeyen bir süreçtir; insanlar bu kültür nedeniyle toplumun katılımcıları yerine, başkalarının ürettiklerinin edilgin tüketicileri haline gelmişlerdir; kitle kültüründe medya bize yapay bir dünya görünümünü sunar ve gerçeklik duygumuzu tanımlar, yaşantımızı basmakalıp yargılar şeklinde düzenler; kitle kültürü bizi birbirimize benzer hale getirir; kitle kültürü halk sanatını yok eder, popüler sanatın kökünü kurutur ve yüksek sanatı tehdit eder; medya kitle kültüründe gereksinimlerimizi ve arzularımızı tatmin etmekten-

se sömürür; kitle kültürü vasatlığı överek sıradanlığı yüceltir; kitle kültürünün tanımlayıcı bir unsuru da kişilik kültürüdür ve kitle kamusal toplulukları yerinden ettikçe, hakiki bireyin yerini de kişilik kültürü (yani insanın ne olduğunun, ne yapmış olduğunun değil, imajının, görünen yüzünün vurgulanması) alır; kitle kültürü ürünleri insanların gerçeklikten kaçmalarına imkan verir.

Hall ve Whannel, kitle kültürünün bütün bu özelliklerinin, *İktidar Seçkinleri* çalışmasında C. Wright Mills'in şu tespitleriyle genel olarak özetlendiğini belirtmektedirler:

Medya, kitle insanına kim olduğunu anlatır -ona kimlik kazandırır.

Medya, kitle insanına ne olmak istediğini anlatır -ona hırs, beklenti ve tutkular kazandırır.

Medya, kitle insanına buna nasıl ulaşacağını anlatır -ona tekniği kazandırır.

Medya, kitle insanına öyle olmadığı halde öyle olduğunu nasıl düşüneceğini anlatır -ona kaçış imkanı verir.

Farklı kitle kültürü eleştirmenlerince öne sürülen, aslında birbirini destekleyen ve birbiriyle ilişkili bu olumsuz değerlendirmelerin, modernitenin kültürel ortamını anlamaya yönelik daha sonraki analiz ve eleştirileri etkilememesi herhalde düşünülemez.

Kitle kültürüne yönelik çeşitli eleştirilerin yer aldığı *The Mass Culture: The Popular Arts in America* (1957) adlı derlemeden de söz etmek istiyorum. Bu derleme kitle kültürünün modern toplumların üzerine daha da aman vermez ve merhamet nedir bilmez bir hayalet gibi çöktüğünü iddia ederek bu terimin, daha sonraki popüler kültür analizlerinin üzerine de ideolojik bir gölge gibi düşmesine katkıda bulunmuştur. Gunther Anders'den Adorno'ya pek çok düşünürün eleştiri yazılarını toplayan bu çalışmanın derleyicisi Rosenberg ve White giriş yazılarında kitle kültürünün korkunçluğunu gerçekten dehşet verici bir dille özetlemektedirler. Bunlara (ve derlemede yer alan diğer yazarlara) göre, kitle kültürü insanları insanlıktan uzaklaştırır, onların üzerine ölü toprağı serper. İnsanlar bu kültür nedeniyle sürekli endişe içinde yaşarlar, sömürülürler, tuzağa düşürülmüşler-

dir, yalnızdırlar, beğenileri pes-payeleşmiştir; yaşamları manipüle edilir, kabalaştırılır, standartlaştırılır. Üstelik bu geri çevrilme olanağı bulunmayan bir süreçtir, çünkü bu sürecin kaynağında durdurulamaz olan teknolojik gelişmeler yatmaktadır. Bu iddialara ilave olarak ben de, bu ve benzeri iddiaların, değerlendirmelerin kaynağında bir 'Frankenstein (canavarı) sendromu'nun yattığını söyleyebilirim.

Canavar sendromu falan bir yana, özetle söyleyecek olursak, kitle kültürüne yönelik bu olumsuz eleştirilerin kaynağında kitle iletişim araçlarının modernitenin geleneksel bağları çözmesi sonucu yalıtılmış ve zihnen her türlü tehlikeye açık hale gelmiş modern 'insan' üzerindeki devasa etkisine tepkilerle birlikte 'kitle' teriminin çağrıştırdığı her türden olumsuzluklara yönelik 'muhafazakâr' bir siyasal tavır yatmaktadır. Üstelik bu muhafazakârlığın kapsamına kapitalizmle birlikte sanat üretiminin örgütlenmesinde, sanatçı kimliğinin tanımında ve sanat tüketicilerinin beğenisindeki değişmelere yönelik hoşnutsuzluktan temellenen tepkiler de girmektedir. Elizabeth Wilson'un tespit ettiği (1999) 'bohem tepki' bu rahatsızlığın somut bir tezahürüdür. Wilson'a göre, bohem sanatçı veya bohem sanatçı tavrı, Batı'da kitlesel üretimin neden olduğu altüst oluşun, kültürel üretim ve tüketim alanını dönüştüren bir gelişmenin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeyle birlikte kültürel alandaki piyasa ilişkileri geçmişin yerleşik patronluk, hamılık biçimlerinin yerini alır. Sanatçıların statüsü yükselir ama yerleri güvenli değildir. Sanatçı, bir zamanlar hamisinin taleplerini gerçekleştirirken, şimdi önceden bilinmesi mümkün olmayan bir izlerkitlenin beğenilerini kestirmek zorunda kalır. Bu durumda başarı ile başarısızlık arasındaki uçurum iyice açılır. Bu 'maymun iştahlı', kararsız izlerkitle -yani yeni burjuvazi- sanatçının eserini reddettiğinde, sanatçı tarafından bayağı ve zevksiz olarak nitelendirilir. Bohem sanatçı kimliği böylelikle ortaya çıkar. Bu kimlik yaratıcı yeti ile piyasa arasında algılanan bu uyumsuzluktan kaynaklanır. Romantizmin dahi statüsüne yükselttiği, dolayısıyla da işinin kutsallığına inanan sanatçıdan toplum sadece satılabilir ürünler üretmesini talep etmektedir. Bohem sanatçı, işte bu nedenle tam da bayağı ve kaba saba bir beğeniye sahip olan çoğun-

lukla (yani kitleyle) aydınlanmış azınlık (yani yüksek kültürü değerlendirme kapasitesine sahip olanlar) arasındaki kültür savaşlarının i-leri hattında durmaktadır; bu savaşın fikirsel olmasa bile, duruşuyla, giyimiyle, yaşam tarzıyla temsilcisidir.

‘Kitle’ kavramının toplumsal ve kültürel bakımdan taşıdığı bu i-deolojik yükün getirdiği sorunları tespit eden Raymond Williams, bu nedenle ‘kitle kültürü’ne yukarıda andığımız düşünürlerin tersi bir konum geliştirir. Bizzat kendi sözleriyle belirttiği gibi, kitle kültürü terimine hep mesafeli ya da ‘her zaman karşı’ olan Williams (Heath ve Skirrow, 1995), bu terime muhalefetinin nedenini kitle ve kitleler sözcüklerinin gözden kaçan çağrışımları olarak açıklamaktadır. Bu farklı çağrışımlar, bu sözcükleri farklı siyasi ideolojilerle yüklü hale getirdikleri gibi, esas anlamıyla bir kitle kültürünün, kurum ve içerik olarak modern medya öncesi dönemlere ait olduğunu gizler. Kitle kültürü, Williams’a göre kitlesel olarak bir araya gelişlerin (örneğin kitlesel mitingler) şekillendirdiği kitlesel kurumlara tekabül eden iletişim tarz ve edimlerini ifade eder. Modern medya ise bütün kapsayıcılığı ve kaplayıcılığı ile bu tür kurumlardan çok farklı iletişim edimi ve tarzlarını dayatmaktadır. Ne var ki modern medyanın bu iletişim edimi ve tarzları, örneğin Alexis de Tocqueville’in *Amerika’da Demokrasi* adlı popülerliğini hâlâ sürdüren eserindeki ‘demokrasinin gelişmesiyle kültürel pespayeleşmenin birbirini gerektirdiği’ şeklindeki denklemden hareketle dile getirdiği kitle demokrasisine ilişkin endişelerde karşılığını bulan ‘muhafazakâr’ kitle toplumu ve kitle kültürü eleştirilerinin dayandığı bir ‘Pavlovgil’ manipülasyon tasvirini mutlak şekilde haklılayası da değildir.⁴ İşte onur için Williams, “bu medya biçimlerine özgü, onların içinde mümkün olan iletişim tarzlarını anlayacaksak... kitle piyasası kavramının medyaya dayatılmasından ibaret kalacak yaklaşımla (yani kitle kültürü eleştirileriyle olduğu gibi Adorno ve Horkheimer tarzı ‘kültür endüstrisi’ kavramlaştırımıyla da) aramıza mesafe koymamız gerekir” demektedir. Williams’ın bu

⁴ Alan Swingewood, Tocqueville’in *Democracy in America* (1835-40) adlı ünlü eserinin genelde kitle toplumun ilk sosyolojik eleştirisi olarak kabul edildiğini belirtmektedir (1996).

mesafeli tavrında, “kitlenin her zaman bizim dışımızdaki bir şey olduğu” düşüncesinin yanılsamacılığı da rol oynamaktadır şüphesiz.⁵

Başta, kitlesel temizlik hareketinin gerekçesini özetlerken söylediğim gibi, kitle ve bilhassa burada ele aldığımız konuyla bağlantılı olarak ‘kitle kültürü’ terimlerini yok saymanın, popüler kültüre dair tartışmalarda bu terimlerle mümkün olduğunca temastan kaçınmanın doğru olacağını düşünüyorum. Sadece Timothy Gould’un tespiti bile bu düşüncemi haklılamaya yeter bence. Gould (1999) kitle kültürü eleştirilerinin özellikle tüketici kitleye yönelik değerlendirmelerinin yetersizliğini, şayet popüler ürünlerin tüketicileri bu tüketim faaliyetlerinin amacının ‘kaçış’ ve ‘eğlence veya oyalanma’ olduğunun pekâlâ farkındaysalar ve bunu da dile getiriyorlarsa, o zaman onlar adına bir eblehleşmeden, edilgenlikten söz etmenin de pek bir manası olmadığını belirterek ortaya koymaktadır. Burada bu düşüncemi desteklemek üzere, etkin okuma, algılama ve anlamlama rejimleriyle ilgili ‘kültürel çalışmalar’ geleneği içinde birikmiş olan devasa literatürün zikredilmesini bile gerekli görmüyorum. Ama temizlik hareketini David Rowe’un terminoloji tartışması ile noktalamanın ‘kitle kültürü’ teriminden kurtulma gerekçemi daha iyi anlatacağını düşünüyorum. Rowe (1966) halk (folk) kültürü, ‘popüler kültür’ ve ‘kitle kültürü’ terimlerini tartışırken, kültürün üretim ve içeriğindeki endüstrileşmenin iletişim terimleriyle söylenecek olursa kaynak ile hedef arasında ‘Pavlovgil’ bir ilişki kurduğunu ön-varsayım olarak içinde barındıran ‘kitle kültürü’ teriminin ‘hayali’ bir terim olduğunu belirtir. Bu hayali terimin, popüler kültür üzerine düşüncelerimizin kaynağında ‘bizim düşünme kabiliyetimizi körelten’ bir hayalet gibi bizi izlemesinden kurtulabilmemiz için, popüler kültür tartışmalarından uzaklaştırılması gerekmektedir.

⁵ Şöyle demektedir Williams: “Başka insanlar için bizler de kitleleriz. Kitleler diğer insanlardır. Aslında kitleler yoktur; sadece insanları kitleler olarak görme biçimleri vardır... Gerçek şudur ki, bizim tür toplumların karakteristiği haline gelen diğer insanları bu şekilde görme biçimi siyasal veya kültürel sömürü amacıyla kullanılmaktadır” (1958).

Popüler Kültür Nedir?

Popüler kültür üzerine epey hacimli bir literatür birikmiş olmasına rağmen eleştirmenlerce bu kültürün ortak kabul gören bir tanımına ulaşılamamıştır. Yukarıda yaptığımız temizliğin konusu olan ‘kitle kültürü’ hayaletinin popüler kültür çalışmaları üzerindeki etkisini de göz ardı etmemekle birlikte, bu tanım sorununun nedeni esas olarak yaklaşım farklılıklarıdır. Ayrıca eleştiri konusunun sınırlandırılma zorunluluğu, popüler kültür gibi mekânı ve zamanı boylamasına ve enlemesine kesen, geçmişle bugünün ve yarına dair tahayyüllerin etkileştiği bir devasa araştırma alanının da birçok boyutunu göz ardı eden tanımlarına yol açmıştır.

Bu ve benzeri zorluklara karşın ele aldığımız konunun bizim için ne olduğunu anlaşılır bir şekilde belirlemeksizin yönümüzü tutturamayacağımız için bir popüler kültür tanımı yapmak gereğini duyuyorum ve Mukerji ile Schudson’u izleyerek (1991), popüler kültürün “bir toplumda geniş bir şekilde paylaşılan inançları ve pratikleri ve bunların örgütlendiği nesneleri dile getirdiği”ni söylemenin, en azından işlerliği olan bir tanım sağlaması bakımından doğru olacağını düşünüyorum. “Popüler kültür, kökleri yerel geleneklerde bulunan halk inançlarını, pratiklerini ve nesnelerini, keza siyasal ve ticari merkezlerde üretilen kitlesel inançları, pratikleri ve nesneleri içerir; popüler kültürün içeriğinde popülerleştirilmiş seçkin kültürel biçimlerin yanı sıra müze geleneği düzeyine yükseltilmiş popüler biçimler de bulunmaktadır”.

Bu tespit popüler kültürü halk ve yüksek kültüre karşıtlığıyla tanımlayan kimi popüler kültür eleştirilerinin gözden kaçırdığı bir etkileşimi, üstelik popüler kültürün özgül dinamiğiyle şekillenen bir etkileşimi ortaya koyduğu için önemlidir. Zira bu görüş, örneğin Louvre Müzesinde her kesimden, beğeniden ve kimlikten yığınlarca insanın ‘Mona Lisa’yı görmek, bu mühim eserin (bir suretinin en sıradan kırtasiyecide bile kartpostal olarak bulunabilmesine karşın) resmini çekmek için akın akın sergi salonunu doldurması veya futbol stadyumlarında Queen’in ‘We Are The Champions’ının yanında te-

zahürat korosunun bir başka melodik altyapısını söz gelişi Beethoven'ın senfonilerinden bir alıntının oluşturmada olduğu gibi, sanat kanonu tarafından seçkin veya yüksek sanata ait sayılan kimi eserleri de içerdiğini öne sürmektedir. Mesela 1961 yılında Birleşik Krallık'ta en çok satan kitabın D.H. Lawrence'ın 'Lady Chatterley's Lover' olması, bu kitabın yayınından sonraki ilk üç ay içinde üç milyonluk bir satış rakamına ulaşması ve Ian Fleming'in James Bond romanları da dahil, 1960'ların en çok satan popüler romanlarının içinde birinci sırayı alması 'popüler'in seçkin veya yüksek olduğu varsayılan kültürel biçimleri de içermesinin edebiyat alanındaki bir örneğidir. Yine sözgelişi Madame Tussaut'nun balmumu müzesi, 'klasik arabalar müzesi', 'endüstriyel ürünler müzesi' ve benzerleri ise, popüler kültüre ait olduğu varsayılan biçimlerin yüksek sanata ait olduğu düşünülen müzeleştirme geleneğinin içinde yer bulmasının örnekleridir. Bunlara 'film afişleri', 'karikatür' sergileri gibi kurumsallıkları, hatta 'İkinci Bahar' dizisindeki aksesuarların satıldığı müzayedeyi ve benzerlerini de (mesela Elvis Presley, Marilyn Monroe gibi geçmişin ünlü popüler yıldızlarının zati veya mesleki eşyalarının müzayedeye çıkarılmasını) ilave edebiliriz.

Ne var ki, bütün bu örneklerle karşın popüler kültürün halk kültürü ve yüksek kültürden ayrı bir alana yerleştirilme eğilimi o kadar yaygındır ki, burada bu eğilimin sorunlu olduğunu ortaya koymak için bazı değişikliklerle Simon Frith'in kültürel değerlendirmelere hakim olan söylemlerle ilgili ayrıma yönelik eleştirisini de aktarmak istiyorum.

Frith (1995), yüksek kültürün aşkın bir kültürel deneyim idealiyle karakterize olduğunu; bu ideal çerçevesinde, yüksek kültür ürünlerinin gündelik olanın üstüne çıkma, bedeni terk etme, tarihsel zaman ve coğrafi mekânın önemini yadsıma imkanı sağladığının düşünüldüğünü belirtir. Halk kültürünü karakterize eden kültürel deneyim ideali ise bütünleşmedir; halk sanatı biçimleri bir uzamda, bir mevsimde, bir cemaatte konumlanma imkanı sağlar. Buna karşılık popüler kültürün kültürel deneyim ideali eğlenme, oyalanmadır. Popüler kültür gündelik olandan daha yegîn olan ama onun

ritmiyle iç içe geçen rutinleşmiş hazlar sağlar ve coşkusal doyumu, arzu ile disiplin oyununu meşrulaştırır. Frith bu söylemler arasındaki keskin ayrılığın geçerli olmadığını, bunların aslında ayrı kültür dünyalarını veya farklı sınıf tutumlarını tanımlamadığını, tersine bunların tümünün de bütün kültürel pratikleri kesecek şekilde işbaşında olduğunu ve gerçekte birbirlerini ürettiklerini belirtir.

Frith'in bu tespiti Mukerji ve Schudson tarafından da desteklenmektedir (1991). Mevcut deliller 'otantik' halk geleneklerinin çoğunlukla metropolitan veya seçkin kökenleri olduğunu, popüler kültürün ise sıklıkla sıradan insanların gündelik yaşamlarına 'otantik' şekilde dahil olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durumda "popüler kültür ile yüksek kültür arasında bir ayırım yapmak veya otantik, halkın ürettiği 'halk' kültürünü otantik olmayan, düzeysiz, ticari temelli" bir yaygın popüler kültürden ayırmak ancak toplumsal eşitsizlikleri ve hiyerarşileri sürekli olarak yeniden-üreten ideolojik eğilimlerle meşru görülebilir. Böylelikle Frith'in belirttiği gibi, kültüre ilişkin değerler (aşkınlık, bütünleşme, oyalanma, haz, otantiklik) paylaşılmaktadır. Frith ayrıca estetik bakımdan da popüler kültürü yüksek kültürden ayrı olarak ele almanın herhangi bir dayanağı bulunmadığını öne sürmektedir.⁶

Richard Keller Simon yüksek kültür ve sanat ile popüler kültür ve sanat ürünleri arasındaki devamlılıkları ortaya koyduğu çalışmasında (1999) Frith'in iddiasını destekleyici tespitler sunarken, eğlenceyle tanımlanan popüler kültürü kaçışçı bir oyalanma, buna karşılık yüksek kültür ürünlerini düşünce ve özenli inceleme için talepkâr ve yutulması zor bir yiyecek olarak düşünmek yerine, popüler kültüre de aynı özen ve dikkat gösterilebilse, bu kültür ürünlerinin de neredeyse yüksek kültürün klasiklerinden farklı olmadığı

⁶ Burada Herbert Marcuse'nin "dünya gerçekte sanat yapıtında görüldüğü gibidir" iddiasını belki popüler kültüre de uyarlayabiliriz: "dünya gerçekte popüler kültürde görüldüğü, tecrübe edildiği gibidir". Marcuse'nin iddiasını böylesine ters yüz etmek pek kabul edilebilir bir hamle olarak görülmesi de, böylesine bir hamlenin popüler kültürün dünyayı anlamlamamızdaki önemini vurgulaması açısından epey doğurgan olduğu da inkar edilemez (1997).

ğının görüleceğini öne sürmektedir. Simon'a göre popüler kültürü tecrübe eden bir bireyle yüksek kültürü tecrübe eden bir bireyin tecrübeleri birbirinden farklı değildir.

Frith'in değer ve estetik bakımdan yüksek kültürle popüler kültür arasındaki ayrımı meşrulaştıran bir neden olmadığını belirtmesine karşın böyle bir ayrımın fevkalade yerleşik olması bizi başka bir neden a-ramaya yöneltir. Bu arayışımıza Levin'in Amerika'da 19. yüzyıl sonunda Shakespeare'in piyeslerinin, o zamana kadar Amerika'daki çok farklı grupları bir araya getirmesine, kentsel olduğu kadar kırsal me-kânlarda da temsil edilmesine karşın, bu dönemden başlayarak yığınla-rın entelektüel kapasitesinin ötesinde yüksek kültür olarak temellük e-dilmesini anlattığı yazısı yardımcı olabilir. Levin, popüler ve yüksek kültür arasındaki ayırıcı çizginin karmaşık kültür politikalarınca çizil-diğini ortaya koymaktadır (1991). Kamusal hayat her yerde daha bö-lük pörçük hale gelince, kültür kavramı da hiyerarşik yan-anlamlar ka-zanır. Böylelikle kültür gündelik hayatın dünyevi olaylarından uzakla-şarak onların üstüne çıkan ideal, incelmış bir şey haline gelir. Bu dö-nemin görgü kurallarını anlatan el kitapları, özel kütüphaneler ve na-dir kitaplar, çoğunlukla neo-klasik tarzda süslenmiş müzelerde ve kon-ser salonlarında teşhir ve icra edilen Avrupa sanatı ve müziği zamanla oluşan bu kültürel hiyerarşinin örnekleridir.

Levin'in analizini, yine aynı derlemede yer alan Paul DiMaggio-nun araştırması da desteklemektedir. Amerika'da yüksek kültürün kurumsal zemininin yaratılmasını iki yüksek kültür kurumunun, Boston Senfoni Orkestrası ile Boston Güzel Sanatlar Müzesinin 19. yüzyıl sonlarında Boston'da kurulması süreciyle anlatan DiMaggio, bu gelişmeyi kapitalizmde hakim statü gruplarının ya da sınıfların kendi sanat üsluplarını ve onları destekleyen kurumsal ortamları geliştirmelerine dayandırmaktadır (1991).

Popüler kültürün 'ne' olduğuna dair bu tespitlerden sonra sanı-rım bu kültürün bazı özelliklerini tartışmaya açmak yararlı olacak-tır. Bu özellikler aslında popüler kültürün toplumsallıkla ilişkili ola-rak hem yıkıcı, hem de tutucu, dolayısıyla gerilimli olan yapısını daha iyi anlamamıza katkıda bulunacaktır.

I) Popüler Kültür Geç Kapitalizmin Yaygın Halk Kültürüdür

Popüler kültür geç kapitalizmin yaygın halk kültürü olmak nedeniyle günümüz dünyasında kültür endüstrilerinden bağımsız olarak düşünülemez. Ama popüler kültürü bir tek medya pratikleri ve temsilleri olarak görmek de özellikle iki bakımdan yanıltıcıdır. Bu tür bir bakış açısı her şeyden önce popüler kültürü gündelik hayatın pratiklerinden ve temsillerinden ayrı bir mekâna konumlandırır; ikincisi ise popüler kültürle (yerel olanlar da dahil tüm) alt-kültürler arasındaki ilişkiyi kavram kargaşasına düşmeksizin tanımlayamaz.

Ayrıca kültür endüstrileri ile bunların ürünlerini tüketenler arasındaki ilişki, Adorno ve Horkheimer da dahil olmak üzere kitle kültürü eleştirmenlerinin tasavvur ettiklerinden farklı olarak tek yönlü değildir. Kültür endüstrileri malzemesini hayatın tam da kendisinden alır. Ama bu ilişki şüphesiz modern medya öncesi dünyasındaki gibi ‘daha sahici’ de değildir. Medya malzemesini önceden belirlenmiş kurallar ve koşullar çerçevesinde bir işleminden geçirerek yeniden-üretir. Böylelikle medyanın popüler kültür dolayıcılığı sırf bir aracılık değil, bir yeniden-imale etme sürecidir. Kültürde ‘sahicilik ve safiyet’ arayanlar için elbette bu tür bir imalat çok zengin bir eleştiri malzemesi sunar. Yine hatırlatmakta yarar var ki, kültürel ‘safiyet’ arayışı, bu tür bir sahiciliğin mümkün olmaması nedeniyle beyhude bir çabadır. Ayrıca yine hatırlatalım ki, örneğin Avrupa’da 18. yüzyıl sonuyla 19. yüzyılda moda haline gelen kültürel saflığı ‘halk sanatında (ve kültüründe)’ arama eğiliminin ortaya koyduğu gibi, sahici bir kültür arayışının bizzat kendisi hiç de siyasetten arınmış, çok saf nedenlere dayanmamaktadır.⁷

⁷ Peter Burke, Avrupa’da halk sanatı ve kültürüne yönelik bu modayı anlatırken, “zanaatkârlar ve köylüler, evlerinin orta sınıf giysileri içinde, orta sınıf aksanıyla konuşan ve kendilerinden geleneksel şarkıları söyleyip, eski öyküleri anlatmalarını isteyen kadınlar ve erkeklerle dolduğunu görünce hiç şüphesiz çok şaşırmışlardı” diyor. Burke’ye göre, Avrupa tarihinde halka yönelik ilginin belirli bir zamanda ortaya çıkmasının nedenleri estetik, entelektüel ve politik olarak belirlenebilir. Estetik neden, sanatlılığın küçük düşürücü bir terim haline gelmesi, sanatsızlığın ise bir övgü halini almasıdır. Bu aslında estetikte bir saflık arayışıyla bağlantılı, daha önce sözünü etmiş olduğumuz

Şunu da unutmamak gerekir ki, medya geç kapitalizmin popüler kültürünün kurum ve biçimlerinden sadece biridir ve popüler kültürü bir tek medyanın formelliğine indirgemek, eleştirilerin düşünsel kapasitesini kısıtlayacak uzantılarının yanı sıra (ki mesela bu bizi ‘merkezden kalabalıklara doğru akan uyuşturucu göstergeler’ şeklindeki kitle kültürü hayaletiyle yeniden kuşatabilir) popüler kültürün informal biçimleri ve süreçlerini göz ardı edeceği için yanlış da olacaktır. Ben bu sakıncalarına karşın, popüler kültürü medya üzerinden, yani televizyon ekranlarında, billboardlarda, gazete sayfalarında araştırıp inceleme eğiliminin, bu analizlerin popüler kültürün informal biçimlerinin ve süreçlerinin araştırılmasına oranla çok daha zahmetsiz olduğu için de yeğlendiğini düşünüyorum. Nihayetinde medya biçimleri, bu biçimlerle alabildiğine işba olmuş dünyamızda çok daha kolay erişilebilir. Ne var ki, formel ve informal biçimlerini ve bunların karşılıklı ilişkilerini göz önüne almaksızın popüler kültür eleştirisine girişmek bu kültüre daha en başından haksızlık etmek olacaktır.

Sadece eleştirmenle konusunun ilişkisindeki etik anlamda bir haksızlık değil burada kastettiğim. Kitle iletişim kanallarıyla kişilerarası iletişim kanallarının etkilerine ilişkin araştırmalar ‘anayol’ olarak tanımlanan kitle iletişim çalışmalarında, daha 1940’larda gündeme getirilmiştir. Bu araştırmalar nispeten informal olan kişilerarası iletişim kanallarının, siyasal tercihlerin yanı sıra, gündelik hayata dair kararlarda ve pratiklerde kitle iletişim araçlarına göre çok daha etkili olabileceğini ortaya koymuştur. Gerçekte bu etkili-

Wilson’un yazısındaki bohem sanatçı tarzının ortaya çıkışında da kendisini ortaya koyan (1999) bir ‘sanatsal isyan’dır. Zevk veren basitlik ve sanattan uzak bir zarafet arayışıdır. Vahşi, doğal ve klasikçiliğin kurallarından uzak bir estetik talebidir. Entelektüel neden ise, kültürel ilkelcilik hareketiyle bağlantılıdır. Bu hareket Aydınlanmaya, onun seçkinciliğine, geleneği reddine ve akla verdiği öneme karşı çıkıştır. Aslında sanatsal ve toplumsal politikayla bağlantılı olan yukarıdaki nedenlere ilave sırf politik bir neden ise, halk kültürünün keşfinin milliyetçiliğin yükselişiyle ilişkili olmasıdır. Halkın davranışları, gelenekleri, batıl inanışları, şarkıları, kutlamaları, atasözleri tek bir bütünün parçaları ve bir ulusun ruhudur. Ama milliyetçilik ile halk kültürü arasındaki bu ilişki öylesine de ironiktir ki, “ulus fikri aydınlardan gelir ve aydınlık bu fikri kendilerini tanımlamaya çalıştıkları halka empoze ederler” (1996).

liği Türkiye’deki son seçimlerde de görmekteyiz. Medyanın parlamentoda temsil edilecek siyasal partilere dair tasavvurunun bu seçimlerde gerçekleşmemesi, informal popüler kültür kanallarının yani gündelik hayat içinde yayılan söylentilerin, fiskosun, yine gündelik hayatın içinde inşa edilen modern ikonaların medyanın söylentilerine ve ikonografisine göre çok daha etkili olduğunu düşünmemizi gerektirmektedir. Medyanın seçimler öncesi pek rağbet etmediği MHP’nin meclise hiç beklenmedik sayıda milletvekili sokması ve formel kanallardan uzak tutulması için harcanan büyük çabalara karşın HADEP’in doğu ve güneydoğuyu amiyane tabirle söylenecek olursa, silip süpürmesi popüler kültürü sırf medya üzerinden eleştirmenin, nice etkili cümle ve sözlerle kurulmuş olursa olsun eksik, üstelik yanıltıcı olabileceğini de bize hatırlatmaktadır.

Popüler kültürün geç kapitalizmin halk kültürü olarak tanımlanması, bu kültürü niteleyen sözcüğün bir diğeri anlamıyla niçin ‘popüler’ olduğu sorusunu da akla getirmektedir. Mary Nichols’a göre, popüler kültür hayatla titreştiği için popülerdir (99/2000). Bu kültür, en kötü biçiminde hayatın en düşük, en kaba, en önemsiz veçhelerinin yankılandığı bir mekândır; en iyi biçimde ise hayatın karmaşıklığına, soyluluğuna ve hikmetine seslenir. Özetle eskinin halk kültürüne, özellikle bu kültürün üretim ve tecrübesindeki dolayımın ilişkilerinin nispeten daha yalın olması nedeniyle atfedilen ‘sahicilik’ niteliği, belki biraz sivri bir iddia olacak ama geç kapitalizmin çok daha karmaşıklaşmış, dolambaçlı ilişkilerine karşın bugünün popüler kültürü için de geçerlidir. Üstelik bu karmaşık ve dolambaçlı ilişkilerin de günümüzün sahici ilişkileri olduğu düşünüldüğünde, bu ilişkilerle kurulan ve dolayımın, ayrıca bu ilişkileri anlamlandıran popüler kültürün de sahiciliğini yadsımak, popüler kültürü sırf bir manipölasyon etkenine indirgemek olacaktır.

II) Popüler Kültür Bakhtin’in Karnavalesk Kavramının İçerimlediği Anlamda Bir Şenliktir

Popüler kültürün eğer illa ki aranacaksa kaynağını insanın hazcılığında, oyuncululuğunda aramak daha doğru olacaktır. Oyalan-

ma, eğlenme ve kaçış gibi gerekçelerle popüler kültürün eleştirilmesi, bu nedenle aslında yine belli bir söylemin, ciddiliği insana yaşar özsel erdem sayan bir zihniyetin izlerini taşımaktadır (Leo Lowenthal'ın [1961] popüler sanatlarla ilgili Pascal-Montaigne karşılaştırması bu konuda aydınlatıcıdır). Bu görüşe göre yaşamak, ister bu dünyayı öbür dünya için bir sınav görenler açısından olsun, ister egemenlik mücadelesi olarak görenler açısından olsun sıkıntılı, acılı ve ciddi bir tecrübedir. Ancak ciddi bir duruş toplumsal hali dönüştürebilir veya öbür dünyaya hazırlığın hakkıyla yapılmasını sağlayabilir. Buna karşılık devrimleri şenlik biçiminde yaşayan devrimcileri veya öbür dünyanın bu dünyaya ciddiyet atfedilenlerce haz, keyif ve eğlence ile tasvir edildiğini düşündüğümüzde bu ciddi duruşların problemlili olduğunu hemen tespit edebiliriz. Aslında bu duruşların, hazzı, devrimden sonraya veya öbür dünyaya ertelemiş olması da bir başka ilginç tespittir. Tespit ilginç olmasına ilginçtir de, aslında bence bu olumsuzlayıcı eğilimin nedeni doğrudan doğruya hazzın yerleşik düzeni, kurumları ve ilişkileri tehdit etmesi, bu tehdidin sadece hakim kültüre ve sınıflara değil, kendi duruşunu ve amacını (ki bu duruş ve amaç mutlaka yerleşik düzenden yana olmak gerekmez, mevcut düzene muhalif de olabilir) mutlak olarak tanımlayanlara da yönelik olmasıdır.

Popüler kültürün sabit görünen her şeyi tehdit edebilecek unsurlar barındırması ile Bakhtin'in karnavalesk kavramı arasında kurulacak bir ilişkinin popüler kültür eleştirisine zenginleştirici bir boyut kazandıracağını düşünüyorum.⁸ Bakhtin (1968) karnavalesk kavramını ortaçağ şenliklerinin özelliklerinden hareketle geliştirmiştir. Şenlikler insan ruhunu özgürleştirdiği gibi, sonunda köklü toplumsal değişmelere de yol açmaktadır. Şenliklerde hiyerarşik yapı ve bu ya-

⁸ Bakhtin'in karnavalesk kavramının karikatüre uygulandığı bir çalışma için bkz. Öncü (1999). Ama bu çalışmada Öncü'nün Bakhtin'i araştırma konusu olan karikatüre uyduracak şekilde eksik okuduğunu düşünüyorum. Karnavalesk kavramı Öncü için esas olarak ağız bozukluğa ve edepsizliğe gönderme yapmaktadır. Şenliklerle bağlantılı olan muhalif dünya görüşünün ise, yazıda kısaca sözü edilse bile yerleşik düzene tehdit oluşturma özelliği es geçilmektedir.

pıya bağı tüm şiddet, saygı, yobazlık ve görgü kuralları, yani sosyohiyerarşik eşitsizlikten veya insanlar arasındaki yaş dahil diğer tüm eşitsizlik biçimlerinden kaynaklanan her şey askıya alınır; normal sınırlamalar ve kurallar bir yana atılır. Sıradan insanla aristokrat, şenlik esnasında omuzları birbirine sürtünecek kadar yakınlaştıklarında tam anlamıyla bir demokrasi hüküm sürer ve tüm toplumsal ayrımlar silinir gider. Her şeyi alt üst eden şenlik ruhu dilde bir değişikliğe yol açar. Sokak dili ile yönetici sınıfın dili arasındaki fark, aristokrat ile sokaktaki adam şenlik sırasında birbirine karıştığında kapanır. Bakhtin'e göre, şenliklerde dillerin birbirine karışması da (heteroglossia) uzun erimde Batı toplumunun daha açık, daha özgür, demokratik toplumsal pratiklere doğru ilerlemesine imkan sağlamıştır. Bu ruh sonunda Rönesansa ve onun dünya görüşüne, yani bireyin önemli olduğu, birey olmayı doğal yapıları gereği bastırmaya çalışan toplumsal sistemlerin yıkılabileceği görüşüne yol açmıştır.

Şenliğin yıkıcılığının özünde 'kahkaha' yatmaktadır. Şenlik sırasında her şey gayet keyifli bir acayıplığa dönüşür. Şenlikte 'yüce, tinsel, ideal, soyut' olan 'maddi düzeye, yeryüzüne ve beden alanına' indirgenerek bozuluma uğrar. Şenliğin özsel figürü soytarıdır. Soytarının işlevi dinsel ve resmi ritüelleri alaya alarak, biçimsel olan her şeye küfrederek, bunları komik bir şekilde mahkum ederek ve bedeninin işlevlerini, yemeyi, içmeyi, dışkılamayı ve zinayı vurgulayarak yüce olan her şeyi alçaltmaktır. Bedensel hazzın vurgulanması, şenliğin başlıca unsurlarından bir başkası olan bitip tükenmeyen ziyafet sofralarında görülür. Bu ziyafetler, hoppalıklar ve danslarla festival bedeninin zaferini ilan eder.

Robert Stam (1989) Bakhtin'in karnaval kuramını "baskıcı toplumsal yapıların gelecekte yıkılacağını simgeleyen ve bu ütopya için gerçekleştirilen kostümlü prova" olarak tanımlar. Ne var ki şenliğin, sadece simgesel değil politik olarak da etkili olması için şenliğe hakim olan muhalif söylemin meydan okuduğu doğallaştırılmış teksesliliğin yanılsamalı biçimini sürdürmemesi gerekir (Smith 1997). Yani şenlik eğer politik değişmeyi gerçekleştirme potansiyeline gerçekten sahip olacaksa o zaman hegemonik söylemlerle diyaloga girmeli-

dir. Oysa zamanın da bir anlamda askıya alındığı, dolayısıyla geçicilikle karakterize olan şenliklerde bir başka tekseslilik, kabalığın, adiliğin, bayağılığın ve parodiciliğin teksesliliği hakimdir ve bu ses, şenlik dışında hakim seslerle müzakereye girmez. Bu anlamda kimilerinin Bakhtin'e yönelttiği eleştirinin, yani şenliklerin dönüştürücülük ve yıkıcılıktan ziyade, mevcut düzeni bir süre askıya almak suretiyle, tam tersine yerleşik eşitsizliklerin sürdürülmesi için bir supap işlevi gördüğü iddiasını da göz ardı etmemek gerekir.

Popüler kültüre Bakhtin'in karnavalesk kavramıyla baktığımızda, gerçekten bu kültürün pratikleri ve nesnelerinin yerleşik düzeni, ilişkileri, yapıyı sarsan imgelerle, sözlerle dolu olduğunu görebiliriz. Toplumun değişmez ve kutsal sayılan değerleri, inançları popüler kültürün dilinde sürekli olarak müzakere edilir. Bu anlamda popüler kültür Bakhtin'in özellikle edebiyata uyarladığı biçimiyle karnavalesk özellikleri içermektedir. Ne var ki şenliklerin dönüştürücü potansiyeline yönelik eleştiriler, popüler kültür söz konusu olduğunda daha da genişletilebilir. Özellikle medyayla dolaymlanan popüler kültürün halk şenliklerinden farklı olarak katılımcılığı dışlaması, yani sıradan insanla yönetici ve seçkinlerin şenlik alanında birbirlerinin yanından omuz sürtüştürerek geçebilmelerine imkan sağlamaması şenliğin en önemli özelliklerinden birini, yani demokratik düzeçlemeyi dışarıda bırakması anlamına gelmektedir.

Yine kimi zaman yaygın inanç ve değerlerin parodileştirildiği içeriklere karşın, medyada önceden kurulmuş ve belli kurallara bağlanmış, dolayısıyla sterilleştirilmiş bir şenliksellikten söz edebiliriz ancak. Bu yine en iyi haliyle bir şenliksellik görünümü olabilir. Ne var ki burada yine popüler kültürün sadece medya ile sınırlı olmadığını, gündelik hayatın pratikleri dahil daha birçok alanda üretildiğini ve tecrübe edildiğini hatırlamamız ve bu alanlarda görünümü aşan bir şenlikselliği arayabileceğimizi belirtmemiz gerekiyor. Dolayısıyla, daha önce de söylemiş olduğum gibi, Raymond Williams'ın (1980) hakim tarzın dışında ve hakim tarza muhalif insan pratiğinin eylem alanının büyük ölçüde hakim sınıfın ve hakim kültürün çıkar ve riskiyle tanımlandığı görüşünü göz önünde tut-

mak kaydıyla, popüler kültürün şenliksel niteliklerinin ve bu bağlamda siyasal değişimle ilişkisinin kaale alınmasının popüler kültür eleştirilerini zenginleştireceğini düşünüyorum.

Bu arada, Bakhtin'in Batı'da demokratik toplum yönündeki gelişmelerle Orta çağ şenlikleri arasında kurduğu bağlantı Türkiye'nin tarihinde, otoritenin gülünçleştirildiği, toplumsal eşitsizliklerin düzeçlendiği bir Ortaçağ tarzı şenlik geleneğinin olmamasıyla bugün hâlâ yaşadığımız kronik demokrasi sorunu arasındaki muhtemel ilişkiyi getiriyor aklımıza. Bu iddiamız elbette Osmanlılarda şenlik yapılmadığı anlamına gelmiyor. Tam tersine, örneğin Metin And'ın da belirttiği gibi (1982), Osmanlı Sarayının düzenlediği kimi şenliklerin görkemi ve parlaklığı bunlara tanık olan yabancıların gözlerini kamaştıracak düzeydedir. Özellikle Şehzadelerin sünnetleri, Sultanların düğünleri, bir kalenin fethi gibi nedenlerle düzenlenen bu şenlikler yeme içme, geçit törenleri, akrobasi becerileri bakımından Batı'dakilerden hiç de aşağı kalmaz. Ne var ki bu şenliklerin çoğunun Saray tarafından ve Saray merkezinde düzenlenmesi, ayrıca eşrafın, ayanın ve zadeganın şenlik alanında kendilerine ait çadırlar kurmaları, kadınların bu şenliklerin has katılımcıları arasında yer almaması, cinselliğin hiç değilse 'ehl-i namus' kadınlar için (yani kadın nüfusun büyük bölümü için) 'tabu' olması, din ve kutsallıkla ilişkinin 'mahcup' sınırlar içinde tutulması bakımından Batı'daki Ortaçağ şenliklerinden farklılaştığını; yine Batı'da hükümdarın güdümünde gerçekleştirilmeye başlayan tarz 'resmi' şenliklerin özelliklerine sahip olduğunu görüyoruz. Bu anlamda Osmanlı şenliklerinin düzeçleyici ve yıkıcı hissiyatı beslemekten ziyade, toplumsal supap olma özelliğinin ağır bastığını, mevcut hiyerarşileri yeniden-ürettiğini söyleyebiliriz.⁹

⁹ Aslında Osmanlılardaki şenliklerin sadece toplumsal cinsiyet hiyerarşisini değil, etnik hiyerarşiyi de yeniden-ürettiğine Metin And'ın yabancı bir gezginden yaptığı şu aktarma tanıklık ediyor: "Kişiler on üç ile on yedi yaşları arasında güzel görünümlü dört oğlan, yaşı ileri iki soytarı ve çalgıcıları. Genç oğlanlar tepeden tırnağa Türk kadınları gibi giyinmiş, büyük gümüş tokalı enli kemerler takmışlardı, soytarılar ise gelişi güzel giyinmişler, hatta birisi kırpıntılardan yapılmış bir kılıktaydı. Dansın konusu Türk kadınlarının töreleri ve çevirdiği dolapları serbestçe canlandırıyordu..."

Osmanlılarda Saray ve İstanbul dışındaki şenlik geleneğiyle ilgili fazla bilgi yok elimizde (And, 1982). Bununla birlikte, örneğin köy seyirlik oyunları tarzı şenliğimsi geleneklerin olduğunu biliyoruz. Bu oyunların öykülerinde, özellikle cinsel ‘tabu’lara yönelik epey de kaba saba bir halk mizahının ağırlıklı yer tuttuğu da biliniyor. Ama en azından mesela kadınların fiilen katılamadığı, oyunlarda kadın rolünü kadın kılığına giren erkeklerin canlandığı bu ve benzeri oyunların da, toplumsal cinsiyet, yaş, statü gibi eşitsizlikleri düzeçleyici bir işlev gördüğünü iddia etmenin pek mümkün olmadığını düşünüyorum.

Buraya kadar söylediklerim bugün içinde yaşadığımız hale dair değerlendirmeleri de içeren birtakım soruları gündeme getiriyor ister istemez: Acaba diyorum, Türkiye halkı otoriteyi hep otorite olarak gördüğü, tersini düşünmesini sağlayacak mekânları (yani otoriteyi geçici bir süre için bile olsa altüst edip askıya aldığı Bakhtinci şenlik mekânlarını) hiç oluşturamadığı için mi, bireyin gelişmesine ket vuran her türlü toplumsal formasyonun yıkılabilir olduğu düşüncesi içinde yaşadığımız bu coğrafyada hiçbir zaman yaygınlaşmadı? Onun için mi otorite her zaman bir başka otoriteyle ikame edilebilir bir şey olarak düşünüldü? Onun için mi hâlâ bireyselliği iddia etmek yerine ‘baba’ veya ‘anne’ arayışı daha makbul görünüyor ve rağbet görüyor? Acaba onun için mi, bize birey olmayı Bakhtin’in karnavalesk kavramıyla tanımladığı tarz şenlik geleneğinden gelen Batı zorla dayatacak ve kabul ettirecek? Acaba, otoriteyi ve yerleşik kurum ve ilişkileri sarsan kimi medya içeriklerine en fazla tepkinin, hakim konumdakilere de fazla bizzat halkın kendisinden gelmesi, bu tür bir şenlik geleneğinin olmamasından mıdır? Elbette işbu halimizin faturasını bir tek karnavalesk geleneğimizin olmamasına bağlayacak değilim;

Kadınlar kocalarından kaçmış veya kocalarının yokluğunu fırsat bilmişler, gizlice sevgilileriyle buluşuyorlar... Zaman zaman çalgıcılar oyuncuların şarkılarına katılıyorlar, karşılık gören sevgiyi kutluyorlardı. Bazen de birden, keskin davranışla yerlerinden fırlıyorlar, oyuncularla beraber dönmeye koyuluyorlardı... Hesaba göre İstanbul’da içkili yerlerde bu oğlanların sayısı altı yüzdür, fakat Türklerin bu aşağılık dansı yapmalarına izin yoktur. Bunların bazıları Ermeni veya Yahudi, büyük çoğunluğu da Rum ve Adalı’ydı...” (1959).

ama bu değişkeni de, özellikle popüler kültürde muhalif unsurlar konusunu düşünürken göz önüne almak gerekir diyorum.

Popüler kültürün muhalefetle ilişkisini düşünürken Türkiye’de 70’lerde başlayan, bugün ise hızı kesilen ve giderek makul bir sayıya inen şenlik furyası geldi aklıma. Bu öyle bir furyaydı ki, karpuz, kavun, gül, pırasa, mısır, domates (düzenlenen yörenin başlıca ürünü veya özelliği her neyse onunla adlandırılan) şenlikleri neredeyse köylere kadar yayıldı. Bu şenlikler genellikle yörenin yöneticileri ve seçkinleri tarafından düzenleniyordu ve esas amaç bu faaliyet dolayısıyla, faaliyeti düzenleyen yetkililerin televizyonda görünmeleriydi (ki televizyonda görünmek o dönemde TRT’ye çıkmak diye adlandırılırdı). Elbette bu düzmece, resmi şenliklerin Bakhtin’in kastettiği şenliklerle hiçbir ilgisi yok. Her şeyden önce bunlar yerel iktidarın parodisine değil, tam tersine yeniden üretilmesine yönelik faaliyetlerdir. Köy veya kasabaların sıradan sakinleri ise bu şenliklere seyirci olarak katılırlar. Şenliğin kahramanı otoriteyi groteskleştiren soytarı değil, festival bütçesi ve festivali düzenleyen belediye başkanı veya muhtarın da itibarı elveriyorsa merkezden getirilebilmiş olan ünlü veya az ünlü bir veya iki şarkıcı veya türkücüdür. Bu şenliklerin en önemli işlevi ise, yerel iktidar ile merkezi iktidar arasındaki ilişkiyi yakınlaştırmak ve güçlendirmektir; en azından yerel otoritenin başlıca amaçlarından biri bu olmuştur. Bu şenlik furyasını, popüler kültürün muhalif unsurlarını en keskin biçimde gördüğümüz şenliklerin günümüzde, özellikle bu coğrafyada nasıl bir iktidar üretme mekanizmasına dönüştüğünü hatırlatmak için zikretme gereği duydum.

III) Popüler Kültür Ulusaldır

Peter Burke’nin bir zamanlar halk kültürü için söylediğinin popüler kültüre uyarlanmış hali olan bu iddia, ilkin ulus-devlet yapısını popüler kültürün ön şartı olduğunu ima etmesi, ikincisi de ‘globalleşme’ tartışmalarının alabildiğine yoğunlaşması ve globalleşmenin kültürel düzlemde ‘Amerikan popüler kültürünün’ uluslararasılaşması olduğu görüşünün epey kabul görmesi nedeniyle sorunlu gibi görünebilir. Ne var ki, tarihsel bakımdan özgöl bir fenomen olarak tanımlamasına ve

yine tarihsel olarak özgöl bir toplumsal formasyonla sınırlamasına karşın, popüler kültürün ulusal olduğu iddiası en azından bugünkü kültürel dinamikleri araştırmada verimli olacaktır. Popüler kültürle ilgili bu görüşüm Stuart Hall'un analizine dayanıyor. Stuart Hall (1986) olumlu ve tek yönlü bir kültür anlayışının tersine kültürü birçok zıtlığın ve çıkarın çatıştığı, müzakere konusu olduğu bir çoklu mekân olarak görmektedir. Bunlar toplumsal cinsiyet, etnik, ırksal, ekonomik, sınıfsal, siyasal ve ideolojik çatışmalar ve çıkarlardır. Hall'a göre, örneğin ırkçılık gibi her özgöl kültürel formasyon, özgöl bir devlet yapısı içinde tarihsel olarak özgöldür. Herhangi bir özgöl tarihsel toplumun kültürel pratikleri, temsilleri, dilleri, görenekleri, gelenekleri ulusal bir popüler kültürün üretilmesinde etkileşim içindedirler. Bir kültürün belli başlı ideolojileri bu ulusal popüler kültür içinde gündelik söylemde ve yerel ve ulusal medyada karşı karşıya gelirler (Denzin, 1992).

Popüler kültürün hakim kültürle müzakereye dayalı ilişkisine dair ilginç bir araştırmada Donald Ramos (2000), 18. yüzyıl Brezilya'sında dedikodu ve fısıltı gazetesi sayesinde kilise ve devletin hakim kültürü dayatmasına karşı konabildiğini tespit etmektedir. Hakim kültür böylelikle o zamanın din adamlarıyla ahlak felsefecilerinin aşağıladığı popüler değer ve tutumları hoş görmek zorunda kalmıştır. Popüler kültürün sesi olarak dedikodu ve fısıltı gazetesi, Brezilyalıların büyük çoğunluğunun yaşadığı dünyanın şeklini önemli ölçüde etkilemiştir.

Ramos dedikodunun cemaatler yaratma edimi olduğunu belirtir. Dedikodu ve fiskos ile kurulan bu cemaatler çeşitli düzeylerde oluşturuldukları ilişkilerin mahiyetiyle tanımlanırlar. Bunların ilki, toplumsal cinsiyet tarafından tanımlananlar gibi yatay olarak inşa edilen cemaatlerdir. Bu durumda dedikodu, bireyleri toplumsal cinsiyet veya meslek veya kalite gibi bazı niteliklerle şekillenen türdeş bir grup halinde birbirine bağlamaya hizmet eder. Bu bir grubu tanımlamayı ve onu diğerlerinden ayırmayı sağlar. İkinci tür cemaatler ise, dikey olarak inşa edilir ve gruplar arasındaki ilişkiyi tanımlarlar. Ramos araştırmasının konusunu bu iki tür cemaatin kesiştiği kesit olarak belirlemektedir.

Ramos'a göre dedikodu ve fiskos, hakim kültürün resmi ve katı standartları ile popüler kültürün alternatif yaşam örüntüleri ve değerleri arasında kurumsal olarak kabul edilebilir bir müzakere ve dolayımrama aracı olarak işlev görmüştür. Dedikodu, ortak değerleri ve tutumları belirlemek suretiyle cemaatleri ve cemaat kimliğini inşa etme aracı olmuştur. Hareketlilik ve farklılıkla karakterize olan bir toplumsal ortamda dedikodu, fiziksel cemaatlerin varlığını sürdürmesinin zor olduğu bir yerde hayali cemaatlerin yaratılmasını sağlamakla kalmamış, bir popüler kültür pratiği olarak cemaat inanç ve değerlerinin hakim kültür karşısında direnebilmesine de imkan vermiştir.

Popüler kültür, belli başlı ideolojilerin müzakere alanıdır ama aynı zamanda bu çatışmalı hali gizleyerek bu çatışmaların üzerinde bir ulus fikri ve hissiyatının paylaşılmasını da sağlar. Bunun has bir örneği Fransa'da Mitterand'ın Cumhurbaşkanlığı seçimi için kullandığı reklam filmidir. Bu film, bir ulusun bütün bir tarihini, kişiliklerini, geleneklerini, güncel duyguları ve düşüncelerini kuşatan, böylelikle de bir ulusa ait olma fikrini ve hissiyatını pekiştiren bir ulusal popüler kültür sentezini sunmuştur. Bu olumlayıcı anlamda, popüler kültür ulus-devlet özgüllüğünde düşünüldüğü zaman, bir ulus-devletin sınırları içindeki her yörenin ve alt-kültürün sesini, tınısını, rengini ortak bir potada eriten pratikler yumağı olarak nitelenebilir (Mutlu, 1999).

Günümüzde ulus-devletlerin çoğunun kültür politikalarını 'ulusçuluk' temelinde kurması ve kozmopolitliğe, 'globalleşme' eğilimlerine karşı zaten kozmopolit olan 'seçkin, yüksek' kültürü değil, 'popüler kültürlerini' korumak için çeşitli önlemlere başvurmaları popüler kültürün bu ulusal bütünlüğü sağlama özelliğiyle ilgilidir. Bu korumacı politikalarda başı Kanada ve Fransa gibi ülkeler çekmektedir. NAFTA, GATT gibi gümrük duvarlarının kaldırılmasını, bölgesel ve global ekonomik liberalleşme ve bütünleşmeyi amaçlayan uluslararası anlaşmalarda, kültürel malların dolaşımına (ki bu özellikle Amerikan popüler kültür ürünlerinin serbestçe dolaşımına karşı bir önlemdir) sınırlama getirilmeye çalışılması 'ulusal popüler kültürü' koruma çabalarının somut bir örneğidir.

Benzer kaygılar Fransa ve Kanada'da olduğu gibi resmi önlemler şeklinde formüle edilmemiş olsa dahi Türkiye'de de gündeme gelmektedir. Kaygıların resmi bir şekil almaması ise büyük ölçüde 'globalleşme' eğilimi karşısında farklı kesimlerin duruşlarında pek fark olmamasından kaynaklanmaktadır. Türkiye'de globalleşme sürecine ilişkin ikircimli bir duygunun hakim olduğunu düşünüyorum. Globalleşme dünyayla bütünleşme anlamında değerlendirildiğinde genel olarak 'olumlu' bir içerik kazanmakta ancak kendimize ait olan değerleri, normları, gelenek ve görenekleri korumak ve yüceltmek konusunda ise 'olumsuzlanmaktadır'. Yabancı dillerin, özellikle İngilizce'nin Türkçe'yi 'pidgin'e dönüştürerek gündelik hayatımıza girmesi politik duruşu ne olursa olsun birçok 'seçkinimizi' rahatsız ederken McDonald's'ın, Burger King'in, Kentucky Fried Chicken'in, Marks and Spencer'in ve benzeri pek çok dünya markasının, 'dünyayla bütünleşme anlamında' ülkeyi istila etmesi karşısında aktif bir rahatsızlık gösterisine pek rastlayamıyoruz. Herhalde milli ve manevi değerler üzerinden politika yapan bir siyaset seçkininin hane halkıyla McDonald's'da hamburger partisi düzenlemesi bu tür ambivalansın ironik bir göstergesidir. Bu yerli yerine oturmamışlık sorunu muhtemelen uluslararası sermayenin kültürel boyutunun kavranamamasıyla ilgilidir.

Burada sermaye kültür ilişkisini beslenme tarzı veya alışkanlığının kültürel etkisi üzerinden irdeleyen Margaret Visser'in çalışması açıklayıcı olabilir (1999). Visser, yemeğin gündelik hayatın kültürüyle iç içeliğini anlatırken, yemek alışkanlığının veya tarzının değişmesinin kültürün de bu değişmeye uyum göstermek üzere değişmesi anlamına geldiğini belirtmektedir ve iddiasını tarihten ve bugünden örneklerle desteklemektedir.

Visser'in tarihten hikaye ettiği üzere, şeker 17. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar sadece üretim ucunda köle ticaretini harekete geçirmekle kalmamış, aynı zamanda Britanya toplumu sanayileşme sürecini yaşarken işçi sınıfı için ucuz ve hızlı enerji sağlamaya da yararlamıştır. Şeker sayesinde Britanya işçi sınıfının yemek alışkanlığı yeniden şekillenmiştir. Şeker işgücünün idamesinde besin değeri

bakımından iyi bir karşılık olmamakla birlikte, para kazanmak isteyenler için çok önemli bir ekonomik anlama sahiptir.

Yemek alışkanlığındaki bu değişiklik, zamanın kullanımını ve çalışmanın mahiyetini, daha sonra da boş zamanın anlamını değiştirmiştir. Britanyalılar hâlâ şekeri çuvalla tüketmektedirler: şekerlemeler, çikolatalar, pastalar ve çay. Buna karşılık kurutulmuş mısır koçanı da aynı ticari zincirde şekerin-kine benzer bir rol oynamıştır. Çok ucuz olan Newfoundland mısır koçanı da Britanya'daki işçilere enerji veren şekeri yetiştiren ve hasat eden kölelerin başlıca besin kaynağı olmuştur. Bugün Britanya İmparatorluğu artık tarih olmuştur, ama tuzlu mısır koçanı hâlâ Karayip mutfak kültürünün en önemli maddesidir.

Visser'in bugüne ilişkin örneği ise, İspanya'da hızla gelişmekte olan çabuk yemek kültürüyle ilgilidir. İspanya'nın yemek kültürü hâlâ geniş aileyi bir araya toplayan bir ritüeli sürdürmektedir. Bir lokantada halalar, amcalar, çocuklar, ana babalar, büyük ana babalar masanın etrafında bir araya gelmektedirler. Yaşlılar çocuklarıyla aynı evde yaşamakta, aynı zamanda yararlı, sosyal ve saygın bir hayat sürdürmektedirler. Bunun nedeni ailelerin aşçıların çoğunlukla büyükanneler olmasıdır. Büyükanneler bu emeklerinin karşılığını da gençler dahil, ailenin diğer bireylerinden saygı görmek suretiyle almaktadırlar. Ne var ki Visser'in tespitine göre, İspanya'da hazır ve hızlı yiyecek alışkanlığı giderek artmaktadır. Bunda televizyonda sürekli tekrarlanan reklamların etkisi büyüktür. Bu reklamlarda büyükannenin yaptığı yemekler modası geçmiş, hayatın giderek hızlanan temposu karşısında çok ağır kalan bir pratik olarak tasvir edilmektedir. Büyükannenin yemeği paketlenmemiştir, reklamı yapılmamaktadır ve globalleşmiş bu dünyada hâlâ sadece İspanyol'dur. Çağa uymak için televizyonda sunulan yiyeceklere ihtiyaç vardır, nasıl ki üzerinde İngilizce sözcükler olan (bunların ne dediği önemli değildir) tişörtler, gölgeliği tersine çevrilmiş beysbol şapkaları giymek gerekiyorsa. İspanyol gençliği böylelikle kendisini çağdışı kalmış olan yaşlılardan kesin olarak ayırt edecektir. Visser'in nihai tespiti şudur: Hamburger, pizza ve corn flake ortalığı iyice temizleyince büyükannelerin ve onlarla birlikte bü-

yükbabaların da ailedeki yeri ve işlevi tamamen ortadan kalkacak, gençler ve yaşlılar arasındaki ilişki tamamen kopacaktır.

Visser'in yazısı global sermaye ile ulusal popüler kültür arasındaki ilişkiyi yemek kültürü üzerinden ortaya koyarken, globalleşmenin ulusal popüler kültürü dönüştürmesinin salt kültürel etkenlerle anlaşılmayacağına da dikkati çekiyor. Ancak bu ilişkinin tek yönlü olmadığını, ulusal popüler kültürün global popüler kültürle etkileşim içinde, bu kültürün birçok unsurunu kendi kodlarına, sözdizimine, gramerine uydurduğunu da belirtmemiz gerekiyor. Tümüyle kozmopolit bir popüler kültürden söz etmek için vakit henüz çok erken.

Son Söz

Bu yazının ilksel amacı bir popüler kültür eleştirisi yapmaktan ziyade, popüler kültür eleştirilerinin üzerine oturduğu kimi yaklaşımların eleştirisini, yani 'popüler kültür eleştirilerinin eleştirisini' yapmak, genel olarak da popüler kültür eleştirisinin zorluklarını tartışmaktı. Bu amaç doğrultusunda popüler kültürü analitik nedenlerle de olsa halk veya yüksek kültürle karşılaştırarak tanımlamanın, kitle kültürü veya medya kültürü gibi terimlerle karıştırmının ve popüler kültürle bunların birbirlerinin yerine geçecek şekilde kullanılmasının, bazen bilerek, bazen farkında olmaksızın seçkinci ve popülist öneğilimlerin, eleştirinin anlamak ve açıklamak amacını gölgede bırakmasının, popüler kültürü bir tek medya üzerinden ve sanki medya kültürüymüşçesine çözümlemenin yarattığı sorunlara dikkat çekmek istedim. Kuşkusuz bunları yaparken popüler kültürden ne anladığımı da ortaya koymaya çalıştım.

Bu amacı ne kadar sistemli ve tutarlı bir şekilde gerçekleştirebildiğimi doğrusu kestiremiyorum ama yazıda bazı önemli noktaları ihmal ettiğimin farkındayım. Örneğin alt-kültürler ile popüler kültürlerin etkileşimi, özellikle bu bağlamda popüler kültürle ilgili gerçekten göz ardı edilemeyecek bir büyüklüğe ulaşan 'feminist' çalışmaların katkısını ele alamadım. Feminist çalışmalarla ilgili ihmalimin asıl nedeni ise bu alanda kendimi bilgisiz görmem. Ne var ki, çoğumuzun nispeten yeni farkına vardığı ırk, etnisite, toplumsal cinsiyet gibi

toplumsal eşitsizlik alanlarıyla popüler kültürler arasındaki ilişkilerin ihmal edildiği bir yazının amacına eksiksiz olarak ulaşmasının mümkün olamayacağını elbette kabul ediyorum. Ayrıca 'globalleşme' konusunun sırf akademik düzlemle sınırlı kalmadığı, politik alanda da yoğun müzakere, tartışma ve çatışmalara konu olduğu bu geç kapitalizm döneminde, popüler kültür ve globalleşme ilişkisine dair bir çözümlemenin, özellikle yerel ve global kültürlerle ilgili bir değerlendirmenin eksikliği de yazının bir başka yetersizliği olarak görülebilir.

Popüler kültür konusundaki yayınların Türkiye'deki sayısı gide-rek artıyor. Burada kimilerinden yararlandığım çeviri çalışmaların yanı sıra popüler kültürü konu alan özgün araştırmalar da popüler kültür eleştiri birikimimize katkıda bulunuyor. Bu yazıda bu çalışmalardan sadece üçünü, Murat Belge, Ünsal Oskay ve Ayşe Öncü'nün denemelerini zikrettim. Diğer çalışmaların kapsam dışı bırakılmış olması, onların niteliğiyle ilgili şüphelerden kesinlikle kaynaklanmıyor. Tam tersine, örneğin 'popüler müzik ve arabesk', 'futbol', 'televizyon', 'reklam' gibi popüler kültürün özgül biçimlerine ve süreçlerine dair çok değerli ve ufuk açıcı çalışmalar var. Ama yazının amacı bütün bu çalışmaların bir envanterini çıkarmak değildi. Onun için anılmaya gerçekten değen bu çalışmalardan kimine değinmemiş olmamı yazının bir eksiği olarak görmüyorum.

Popüler kültür ne tamamen tutucudur, ne de ilerici. Popüler kültür ne tamamen uyuşturucudur, ne de özgürleşimci. Popüler kültür hakim ve muhalif söylemlerin birbirleriyle karşı karşıya geldiği, çatıştığı, birbirlerini dönüştürdüğü bir alandır. 'Basın ve haberleşme özgürlüğü', 'tarafsızlık ve nesnellik' gibi ideolojik kılıflar ne kadar gizlerse gizlesin, en azından kurumsal nitelikleri nedeniyle söylemi otoriter olan medya üzerinden popüler kültürü eleştirmek bu kültürün sırf hakim söylemle ilişkilendirilmesine yol açabilir. Eleştirinin popüler kültürün bu dinamik yapısını kavrayabilmek için, mutlaka tecrübe edilen sıkıntılar, yokluklar, eksiklikler nedeniyle muhalif söylemlerin üretildiği ve hakim söylemle muhalif söylemlerin karşılaşp birbirini dönüştürdükleri gündelik hayat mekânına, bu mekândaki popüler kültür pratiklerine yönelmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

- Adorno, T.W., "Culture Industry Reconsidered", *New German Critique*, 6, 1975.
- And, M., *Kırk Gün Kırk Gece: Eski Donanma ve Şenliklerde Seyirlik Oyunları*, Taç Yayınları, 1959, İstanbul.
- And, M., *Osmanlı Şenliklerinde Türk Sanatları*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 1982, Ankara.
- Bakhtin, M., *Rabelais and His World*, trans. Helene Iswolsky, Cambridge MIT, 1968.
- Belge, M., *Tarihten Güncelliğe*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1997.
- Burke, P., *Yeniçağ Başında Avrupa Halk Kültürü*, çev. Göktuğ Aksan, İmge Kitabevi, 1996, Ankara.
- Denzin, N.K., *Symbolic Interactionism and Cultural Studies: The Politics of Interpretation*, Blackwell, Cambridge, 1992.
- DiMaggio, P., "Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston: The Creation of an Organizational Base for High Culture in America", (ed.) Mukerji ve Schudson, 1991.
- Frith, S., "The Good, The Bad, and The Indifferent: Defending Popular Culture from the Populists", içinde *A Cultural Studies Reader: History, Theory, Practice*, (ed.) Jessica Munns&Gita Rajan, Longman, London, 1995.
- Gould, T., "Pursuing the Popular", *Journal of Aesthetics & Art Criticism*, Spring 99, 57, 2.
- Hall, S., "Gramsci's Relevance for the Study of Race and Ethnicity" *Journal of Communication Inquiry*, 10, 1986.
- Hall, S. ve Whannel, P., *The Popular Arts*, London, Hutchinson, 1964.
- Heath, S. ve G. Skirrow, "Raymond Williams'la Söyleşi" içinde, *Eğlence İncelemeleri: Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar*, (ed.) Tania Modleski, çev. Nurdan Gürbilek, Metis Yayınları, İstanbul, 1995.
- Jameson, F., *Signatures of the Visible*, Routledge, London, 1992.
- Levin, L., "William Shakespeare and the American People: a Study in Cultural Transformation", içinde (ed.) Mukerji ve Schudson, 1991.
- Lowenthal, L., *Literature, Popular Culture and Society*, Prentice-Hall, NY, 1961.
- Marcuse, H., *Estetik Boyut: Sanatın Sürekliliği: Marksist Estetiğin Bir Eleştirisine Doğru*, çev. Aziz Yardımlı, İdea Yayınları, İstanbul, 1997.

- McBride, D.B., "Romantic Phantoms: Benjamin and Adorno on the Subject of Critique", *Monatshefte*, Winter 98, 90,4.
- Moran, J., "Cultural Studies and Academic Stardom", *International Journal of Cultural Studies*, 1, 1: 1998.
- Mukerji, C. ve M. Schudson (ed.), *Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies*, University of California Press, Los Angeles, 1991.
- Mutlu, E., *Televizyon ve Toplum*, TRT, Ankara, 1999.
- Nichols, M.P., "A Defense of Popular Culture", *Academic Questions*, Winter 99/2000, 13, 1.
- Oskay, Ü., "Popüler Kültürün Toplumsal Ortamı ve İdeolojik İşlevleri Üzerine", *SBF BYYO Yıllık*, 1977-78.
- Öncü, A., "İstanbullular ve Ötekiler: Küreselcilik Çağında Orta Sınıf Olmanın Kültürel Kozmolojisi", İstanbul: *Küresel ile Yerel Arasında*, der. Çağlar Keyder, Metis Yay, 2000, İstanbul.
- Ramos, D., "Gossip, Scandal and Popular Culture in Golden Age Brazil", *Journal of Social History*, Summer 2000, 33,4.
- Rosenberg, B. ve D.M. White (ed.), *Mass Culture: The Popular Arts in America*, Free Press, Glencoe, 1957.
- Rowe, D., *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası*, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996.
- Simon, R.K., *Trash Culture: Popular Culture and the Great Tradition*, University of California Press, Berkeley, 1999.
- Smith, M.W., "Embracing 'Other': Dialogism and the Carnavalesque in Nadine Gordimer's A Sport of Nature", *Critique*, Fall 97, 39, 1.
- Stam, R., *Subversive Pleasures*, John Hopkins UP, Baltimore, 1989.
- Swingewood, A., *Kitle Kültürü Efsanesi*, çev. Aykut Kansu, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1996.
- Visser, M., "Food and Culture: Interconnections", *Social Research*, Spring 1999, 66, 1.
- Williams, R., *Culture and Society: 1780-1950*, New York, Harper and Row, 1958.
- *Problems in Materialism and Culture: Selected Essays*, Verso, London, 1980.
- Wilson, E., "The Bohemianization of Mass Culture" *International Journal of Cultural Studies*, 2,1, 1999.

AVRUPA'YI SALLADIK İNGİLTERE'Yİ SARSACAĞIZ: FUTBOL, MİLLİYETÇİLİK VE ŞİDDET*

Türk milli futbol takımının Avrupa Şampiyonası eleme grubundaki durumunu belirleyecek önemdeki karşılaşmalardan biri olan Macaristan maçı öncesi Milliyet gazetesinde (4 Eylül 1995), '6 Eylül Bayram Olsun' başlığının altında milli futbol takımının teknik direktörü Fatih Terim'in büyük bir fotoğrafı yayınlanır. Bu fotoğraf milli maçlar öncesi ve sonrasında sıkça yayınlanan Fatih Terim fotoğraflarından epeyce farklıdır. Fatih Terim bu resimde kollarını kavuşturmuş olarak, doğrudan doğruya objektife, yani fotoğrafa bakanların gözlerinin içine bakmaktadır. Terim'in arkasında Topkapı Sarayı'nın yanda iki kulesi ve kuleleri birleştiren surlarıyla büyük kapısı görünmektedir. Fotoğraf alttan görüşle ve geniş açılı objektifle çekilmiş. Böylelikle önde Türk milli futbol takımının başarısını simgeleyen Fatih Terim, arka planda ise Osmanlı İmparatorluğunun görkemini anımsatan Topkapı Sarayı bu fotoğrafta hem çeşitli yan anlamlar üretilecek, hem de tek bir yan anlamı hakim kılacak şekilde biraya getirilmiş. Fotoğrafın altındaki yazı (lejang) ise bu hakim yan anlamı, herhangi bir sapıncılı okumaya karşı korumak üzere formüle edilmiş: *"İktidar, ihtişam, zafer, güç sembolüydü Topkapı. Ve tarihi Fatih Terim canlandırdı. Spor ordusuyla sanki zaman içinde bir yolculuk yaptı ve Avrupa'nın kalbine Türk Korkusu'nu saldı futbol adına"*.

Yazı bozuk Türkçe'si, sığ ve yapmacık bir yazınsallıkla (aslında yazı adına silme cehaletle) sakat hamasiliği bir yana, okuyanı hem geçmişten, hem de bugünden çağıran ideolojik öğelerle fotoğrafın anlamını sıkı sıkıya kapatmaktadır. Tarih kitaplarında tozlanmaya yüz tutmuş görkemli, zaferlerle dolu bir geçmiş Fatih Terim saye-

* Cogito, Kış-Bahar, 1996: 367-377.

sinde bugüne taşınmaktadır. Avrupa(nın kalbi) yüzyıllar sonra yeniden Türk korkusuyla tir tir titremektedir. Fatih ordusunun başında muzaffer bir padişah, yedekleriyle birlikte on altı futbolcudan oluşan takım muzaffer Osmanlı ordusu, İnönü stadyumu da savaş alanıdır. Sendrom ise çok bildiktir: ‘Viyana Kapıları Sendromu’...

Avrupa’yla (yedi düvelle de diyebiliriz isterseniz) yapılacak bu savaşın(!) sonucu zaten bellidir. Futbolcular, “patlamaya hazır bir bomba gibiyiz” demektedirler (Hürriyet, 5 Eylül 1995); “Terim ve futbolcuları... patlamaya hazır bir dinamit gibi maç saatini beklemektedirler” ve Terim “imha planı”nı çoktan hazırlamıştır (Milliyet, 5 Eylül 1995); bu savaş için “ulusça tek yürek, tek yumruk olup kenetlenmiş”izdir (Hürriyet, 6 Eylül 1995); “70 milyon” sonucu artık “heyecanla beklemektedir” (Sabah, 6 Eylül 1995); “maçın bitimine kadar tüm yurttan hayat duracak... nefesler tutulacak... maç sonrası büyük sevinç yaşanacak... kıyametler kopacak”tır (Hürriyet, 6 Eylül 1995).

Macaristan milli takımını yendiğimiz bu maçın sonrasında da (hem Macaristan’a karşı 1955 yılında kazanılan 3-1’lik maçı dile getiren, hem de Osmanlıların Avrupa seferlerindeki zaferleri ima eden bir başlıkla) “Tarihi yeniden yazmış” (Hürriyet, 7 Eylül 1995), “Avrupa’yı sallamışız”dır (Milliyet, 8 Eylül 1995), artık sıra “İngiltere’yi sarsmaya” (Sabah, 8 Eylül 1995) gelmiştir.

Medyada futbol temsillerinin spora özgü unsurlardan çok spor dışı, özellikle şiddet içeren savaş, kavga, dövüş gibi (eril) unsurlarla kurulması sırf Türkiye’ye özgü değildir. Futbol hem bireysel, hem de kolektif mücadeleye dayanan bir spor olduğu için, medyanın çatışmayı dramatikleştirme genel eğilimi nedeniyle bu mücadeleye ilişkin unsurları vurgulaması doğaldır. Ne var ki, Türkiye’de bu unsurların medya temsillerindeki oranı oynanan futbolun tekniği, incelikleri ve niteliğine ilişkin değerlendirmeleri tümüyle bastırarak düzeye ulaşmıştır. Basında spor sayfaları, televizyonda spor bültenleri artık neredeyse tümüyle ‘erkek sayfaları, programları’ haline dönüşmüştür.

Ancak bu unsurlar genellikle ülke içindeki takımların taraftarlarını incitmemek için belli bir denge gözetilerek kullanılır. Bu denge ta-

raftarı çok olan takımlar lehine zaman zaman bozulabilse de, hem ekonomik, hem de taraftar sayısı bakımından 'küçük' takımları (haddlerini bildikleri sürece) küçümseyici ve aşağılayıcı bir dilden kesinlikle kaçınılır. Bu takımlar medyada zaten pek temsil de edilmezler.

'Büyük' takımların taraftarları için bu 'küçük' takımların önemi yoktur. Onlar takımlarıyla özdeşliklerini, kendilerine eşdeğer gördükleri diğer 'büyük' takımlara karşı kurarlar. Medya için asıl önemli sorun, bu 'büyük' takımlar arasında dengeli bir dil kullanabilmektir. Bu çok hassas bir dengedir ve medya bu tehlikeli durumun çözümünü takımları karşılaştıran bir dil yerine her takımın kendisine yönelik abartılı (olumlu ve olumsuz) bir dil kullanmakta bulmuştur. Böylelikle maç öncesinde, 'aslanlar maça bilenir'ken, 'kartal yuvasında pençelerini keskinleştirmekte'dir. Maçtan sonra ise, ya 'aslan'ın tüyleri dökülmüştür', ya da 'kartal domdom kurşunu ile vurulmuştur'. Kazanan takımın oyuncularını 'cengaverce çarpmış', 'yüreğiyle oynamış', 'gözünü budaktan sakınmamış'ken; yenilen takımın oyuncularını 'sahada yeni gelin gibi kırıtip dolaşmış', 'topa girmekten korkmuş'tur.

Bir spor karşılaşmasının temel ve doğal kuralı taraflardan birinin yenip diğerinin yenilmesidir ama medya bu doğallığı yok eder. Futbolda yenilmek diye bir kavram yoktur. Madem ki 'büyük'sün, o halde 'yenecek'sin. Çünkü erkekliğin olmazsa olmaz koşulu üstün gelmek, yenmektir.

Peki yenilen 'büyük' takımın taraftarları ne olacak? Medya bu riskli durumu da yenilen 'büyük' takımın tribünde findık fıstık yiyerek ve bağırıp çağırarak eyleşen taraftarlarına 'en büyük taraftar' nameleri düzmek suretiyle geçiştirmenin yolunu bulmuş ve bu büyük taraftar kitlesini 'kadınlığa' mahkum olmaktan kurtarmıştır. Günah keçileri ise hazırdır; futbolcular ya da zaten elde bir olan 'malum' hakemler. Böylelikle taraftarlar 'kimlik' bunalımına düşmekten kurtulurlar; futbolcular da ünlerinden ve kazandıkları paralardan olmadıkları için bu duruma düşmeye razı olabilirler; nihayet bir başka maçta yeniden 'aslanlaşma' olanakları da vardır onla-

rın. Ama hakemler niçin bu işi hâlâ sürdürürler onu anlamak işte biraz zordur. Çünkü böylesi bir kimlik zıtlaşmasında ‘tarafsız’ olmak kadar değersiz bir konum olamaz. Erkeklik zaten değerlidir, kadın olmazsa erkek kimliğinin kurulması olanaksız olacağı için kadınlık da sistemin bir parçasıdır ama bu ikisinin dışında bir kategori sistem-dışı bir kategoridir, dolayısıyla da en aşağılayıcı konumdur. Hakemlerin çoğunlukla kazanana da kaybedene de yaranamaması işte bu yüzdendir.

Uluslararası karşılaşmalar ise medyanın işini kolaylaştırır. Burada medya kadın/erkek karşıt kimliklerini de zaten işlemleyen bir başka karşıtlık düzeyinde ‘yenen ulus’ ve ‘yenilen ulus’, biz ve onlar karşıtlığıyla kurar dilini. Bu düzeyde artık dilin kemiği yoktur. Geçmişteki büyük uygarlığımıza, öz değerlerimize, savaşlardaki ‘cengaverliğimiz’e göndermelerle bütün bir tarih medyanın hizmetindedir. Uluslararası güncel ekonomik ve siyasal sorunlar da medyanın temsil senaryolarında hazır kullanabileceği malzemeleri sunar. Bu sorunlar tarihi anlatılarla mantık falan aranmaksızın eklemlenerek futbol sahasına taşınır. Futbolcular sahada sadece futbol topunun ağırlığını değil, tüm bir ulusun geçmişini, bugününü ve geleceğini de taşımakla görevlidirler. ‘Ulusal’ kimliğimizin bekası futbolcuların ayaklarının ucundadır. Demek ki eskinin o güzelim eğlencesi futbola bir şeyler olmuştur; futbol artık o eski, bildiğimiz futbol değildir.

Değişen Dünya, Değişen Futbol

Futbol Türkiye’de kentlerde her zaman popüler bir spor dalı olmakla birlikte, şu son on-on beş yıl içinde bu popüleritesi iyice artmış ve Türkiye’nin neredeyse tek ve gerçek ulusal sporu haline gelmiştir.

Bu popüleritenin nedenleri arasında ilk akla gelenler, profesyonel futbolun televizyon sayesinde tecimsel bir kitle eğlencesine dönüşmesi, buna Türk futbol takımlarının ve Türk milli takımının uluslararası maçlardaki son on-on beş yıllık başarısının eşlik etmesidir. Gerçekten de, Macaristan milli takımı karşısında 1955 yılında

elde edilen 3-1'lik galibiyetten başka övünülecek pek bir başarısı olmayan Türk futbolu, Galatasaray'ın 1980 ortalarında, Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası'nda yarı finalist olmasıyla bir dönüm noktasına ulaşır. Galatasaray'ın kazandığı her maçtan, geçtiği her turdan sonra sınıf, cinsiyet ve etnisite ayrımı söz konusu olmaksızın binlerce insan birlikte büyük kent sokaklarına dökülüp zafer kutlamalarına başlarlar. Bu kutlamalar bir Türk takımının kazandığı her uluslararası maçtan sonra tekrarlanan toplumsal bir ritüele dönüşür, katılan insanların sayısı yüz binlere ulaşır ve törenler küçük kent ve kasabalara kadar yayılır.

Türk milli takımı 1996 yılında Londra'da yapılacak Avrupa Şampiyonluğu finallerinin eleme maçlarında başarılı sonuçlar aldığı anda, bu ritüel giderek güçlü siyasal renklere bürünmeye başlar ve aşırı milliyetçilerin gösterileri için bir mekân halini alır. Karnaval benzeri hazlar, yerini şiddet gösterilerine, ateşlenen silahlara ve yaralanan, hatta ölen insanlara bırakır. Sonuç bu ritüele katılanların giderek azalması, ritüelin tüm sınıfları, cinsiyetleri ve etnisiteleri Türklerin düşmanlara karşı kazandığı zafer bayrağı altında birleştirme yetisini yitirmesidir.

Bu çok yıllar öncesinde deneyimlediğimiz ve anti-politik olarak tanımlanagelen futbol ritüellerinden farklı bir şeydir. 'Ne sağcıyım ne solcu, futbolcuyum futbolcu' orta yolculuğu ya da depolitize spor söylemi darmadağın olmuş, futbolun ehlileştirilen ve estetize edilen bir siyasal şiddetle yakın ilişkisi tüm açıklığıyla gözler önüne serilivermiştir.

Madem ki futbol artık o eski, Metin Oktay'lı, Turgay Şeren'li, Lefter'li, Can'lı, Baba Recep'li futbol değildir, bırakın o dönemi, on beş-yirmi yıl öncesinin futbolu bile değildir, o halde futbolla ilişkimizi yeniden tanımlamanın zamanı gelmiştir. Böyle bir tanımın ilk adımı ise, ancak bugünün futboluyla geçmişteki futbol arasında nelerin değiştiği saptanarak atılabilir.

Değişme sadece futbol tekniğiyle, stadyumların biçimleri ve hacimleriyle, sahaların yeşilleşmesiyle sınırlı kalsaydı, futbolla ilişkimizi

yeniden tanımlamak için kafa yormaya gerek olmayabilirdi ama kulüplerin yapıları, taraftarlık duygusu, sporculuk anlayışı kısacası futbolun ekonomisi ve zihinsel kurgusu da tümüyle değişmiştir. Bu değişimin birbirleriyle etkileşen pek çok nedeni vardır şüphesiz. Sporun, özellikle de futbolun medyatikleşen yaşam alanlarımız içinde başı çekmesi, bu nedenlerin bizim için en önde geleni olup bu yazının kurgusunun da asal eksenini oluşturmaktadır. Medyatikleşen futbol kitlesel bir eğlence biçimi olarak, toplumun tümü için bireysel ve kolektif bir kimlik mekânına dönüşmüştür. Bu karmaşık süreci kavrayabilmek için önce spor kavrayışındaki değişmelere, sonra 'kimlik' tartışmalarına ve daha sonra da medyatikleşen profesyonel spor ile politik şiddetin muhafazakâr milliyetçilik üzerinden dolayım-lanan yakın ilişkisine bakmak gerekmektedir.

Spor: Sağlam Kafa mı, Sağlam Vücut mu?

Sporu sağlam bir kafayla sağlam bir beden arasındaki olumlu ve zorunlu ilişki olarak düşündüğümüz günler geçmişte kaldı. Bunun Türkiye benzeri ülkeler söz konusu olduğunda nedeni belki sağlam bir kafanın insanın başına çok işler açması, böylelikle de hızla gözden düşmesiydi (yani mecburen demode olmasıydı). Ama kafasal sağ-lamlığın demode oluşu sırf bu tür ülkelerle sınırlı kalmadı; dünyanın küreselleşme ve 'yeni dünya düzeni' gibi kavramlarla tanımlanan zapt edilmiş tüm alanlarında kafa sağlamlığının sağladığı zihinsel hazlar giderek yerini her türlü hazza aç, bu hazları olabildiğince yaşayabil-mek için de sağlam olması gerekli bir bedene bıraktı. Beden ile kafa sağlığı arasında dolaysız bir ilişkiyi öneren ideolojik formülleştirmenin çözülüp geçerliğini yitirmesi sporun giderek profesyonelleşmesi ve tecimsel bir etkinliğe dönüşmesiyle birlikte daha da ivme kazandı.

Bugün spor dendiğinde akla daha çok gündelik yaşam koşuştur-ması içinde bunalmış, daralmış ve küçülmüş insan yığınlarının her an yıkıcılığa dönüşebilecek klostrofobisine karşı sosyal bir antidot geli-yor. Bu insanlar, modernliğin baskıcı aklının çarpıtmakla birlikte hâlâ tümüyle gideremediği hayallerini yıldız sporculara, profesyonel

kulüplere transfer ediyorlar. Bedenlerini her türlü hazza hazır tutmak için sağlamlaştırmaya çabalayıp duranlar ise, bu hazzın bedelini en yeni teknoloji ürünü araçlarla donanmış spor salonlarına, sürekli olarak en yeniyi piyasaya süren pahalı spor malzemeleri üreticilerine ödüyorlar. Sporun ölçülülük, tutumluluk, dengelik, istem sağlamlığı gibi bir zamanlar yaygınlıkla kabul edilen tanımlayıcı nitelikleri bugünün tüketim cennetinde tükenip gidiyor. Bu cennette beden güçlendiği ölçüde içi boşalan, anlamını yitiren bir metaya dönüşüyor; sırf görünüm ve bu görünümün güç kanıtlamayla kendini manidar kılabileceği bir beden fetişizmi yaşanıyor. Bu fetişizm başkasına, başkalarına karşı her türlü üstünlüğü hayatın tek anlamı ve ereği olarak tanımlayan bir “akıl tutulması”yla karakterize oluyor.

Demek ki bugün spor, profesyonel anlamıyla kolektif ve kitlesel bir temaşa olarak ‘başka’ kolektivitelere üstün gelme; beden fetişizmiyle nitelenen bireysel bir tüketim faaliyeti olarak da ‘diğer’ bireylere karşı bir tahakküm kurma aracına dönüşmüştür. Böylesi bir erek elbette şiddetin her türünü, hem doğası gereği içermekte hem de hoş görülebilirliği ve izin verilebilirliği nedeniyle meşrulaştırmaktadır. Spor artık bireysel disiplin aracı değil, gündelik yaşamın tüm hücrelerine sinen şiddet eğiliminin toplumsal düzeye taşınıp ehlileştirilmiş bir biçimidir.

Spor, yarışmacı toplumun zorunlu ve tanımlayıcı unsuru olan ‘tahakkümcülük’ ideasının kaçınılmaz olarak dayattığı şiddeti ehlileştirir ve katlanılabilir kılarken, bunu insanal öznelerin kendilerini ait hissettikleri kolektiviteler aracılığıyla yapmakta, bir yandan ‘benlik’ duygusunu yüceltirken, diğer yandan bu duyguyu kolektif kimlikler kurgusu içinde tanımlayarak baskılamaktadır.

Spor ve Toplumsal Ritüeller

Smith’in (1990), “ortak deneyimleri ve kültürel özellikleri olan verili bir halk biriminin bir süreklilik, ortak anılar ve bir ortak yazgı duygusu bakımından duyguları ve değerleri” olarak tanımladığı kolektif kimliğin kurulması ve yeniden-üretilmesi asal olarak ko-

lektif eylemle bağlantılı bir süreçtir. Ancak bu kolektif eylem, özellikle belki kolektif kimliğin en modern olan ulusal kimlik biçiminde ‘hayali bir cemaat’e mensubiyetle ilgili olarak çoğunlukla simgeler ve ritüeller aracılığıyla dışa vurulur.

Ritüeller çok sayıda katılımcıyı içeren ve gündelik yaşam rutinlerinden farklı olan kamusal olaylar, kültürel icraattır ve katılanlarla gözlemcilerle simgesel biçimler aracılığıyla toplumsal değerleri anlatırlar. Falasca-Zamponi’nin İtalyan faşizmine ilişkin çözümlemesinde belirttiği gibi, simgeler, ritüeller, söylenler ve kültler siyasal kimliğin oluşmasına katılan ve bu oluşuma katkıda bulunan unsurlardır (1992).

Çağdaş kültürde, ritüeller ve imgeler kendimizi toplumsal varlıklar olarak tanımlama ve denetlememizde dolayımlayıcı bir rol oynamaktadır (Angus ve Jhally, 1989), yani toplumsal kimlik kitle olarak dolayımlanan ritüeller ve imgeler aracılığıyla oluşur. Örneğin, yurtseverlik ve ulusal kimlik ritüelleri ‘düşman diğeri’ne karşı popüler duyguları kamçılayan bir işlev görür.

Modernliğin iki genel özelliği, yani dolaylı ilişkilerin yaygınlaşması ve imgesel cemaatlerin üretimi göz önüne alındığında (Calhoun, 1991), insanların kendilerini birbirlerine bağlı hissetmeleri, yani böyle bir bağın varolduğunu tahayyül edebilmeleri büyük ölçüde kitle iletişim araçlarının kurduğu ve dolaşıma soktuğu kolektif imgeler, ritüeller ve simgeler tarafından sağlanır (Becker, 1995). Günümüzde spor, kitle iletişim araçlarının imal ettiği bu tür ritüellerin en önde gelenleri arasındadır.

Spor ve Kitle İletişim Araçları

Spor ile kitle iletişim araçları arasında aslında ritüel imalatını aşan, çok daha karmaşık bir ilişki vardır. Bu ilksel olarak ekonomik bir karşılıklı belirlenim ilişkisidir. Türkiye’de özel televizyonculuğun gelişmesinde, ilk özel televizyon kanalı olan Star’ın profesyonel futbol karşılaşmalarının yayın hakkını alması ve bunları yayınlamasının büyük etkisi olmuştur. Buna karşılık özellikle ‘büyük’ futbol kulüple-

ri, sattıkları yayın hakları karşılığında çok büyük miktarda para almışlar; bu parayla hem yurtdışından daha nitelikli oyuncular transfer edebilmişler, hem de yerli futbolculara ödedikleri parayı öncekiyle kıyaslanamayacak ölçüde artırabilmişlerdir. Bu durum oynanan futbolun kalitesini artırırken, kulüpleri eskinin zengin yöneticilerinin cebine bakan amatör yapılarından uzaklaştırarak kapitalistleştirmiştir. Bu sürecin beklenebilir sonucu, yerleşik kulüplerin çok zengin ama futbol yönetiminden bihaber yöneticiler yerine profesyonel yöneticiler tarafından yönetilen şirketlere dönüşmesidir. Bu örnek, spor ve kitle iletişim araçlarının mutlu birlikteliğinin, ikisinin de serpilip gelişmesine büyük katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Kitle iletişim araçları, özellikle televizyon ile profesyonel sporun içice geçen ilişkisi, sportif etkinliklerin topluma aktarılmasından fazla, bu etkinliklerin kuralları ve programlamasının da bu araçların üslubuna ve programlamasına uyumlu hale gelecek şekilde değişmesine yol açmıştır. Amerikan futbolu ve basketbolde televizyonun anlatım üslubuna uydurulmak üzere belli kural değişiklikleri yapıldığı bilinmektedir. Bazı futbol maçlarının naklen yayınlanabilmesi için öğleyin saat 12’de başlatılması bu etkinin Türkiye’den verilebilecek bir örneğidir.

Televizyonla profesyonel futbol arasındaki bu karşılıklı belirlenme ilişkisinin sonucu, futbol karşılaşmalarının televizyon izleme oranını (*rating*) artırması ve bu artışın televizyonlar adına giderek büyük kârlara tahvil edilmesi; futbol takımlarının ise televizyon sayesinde çok para kazanması, böylelikle profesyonel futbolun tecimsel bir kitle eğlencesi biçimine dönüşmesidir.

Ancak bu dönüşüm sırf ekonomik bir gelişmeyle sınırlı kalmaz. Zihin yapıları, bağlılıklar ve spora yüklenen anlam da köklü bir şekilde değişikliğe uğrar. Lever ve Wheeler (1993), bu dönüşümün sporda taraftarlık anlayışını uzun dönemde değiştirme tehlikesini içerdiğini öne sürmektedirler. Spor tecimselleştikçe, çoğunlukla çocuklukta başlayan sadakatler ve bağlılıklar yaratan bir kurum olma niteliğini yitirebilir, böylelikle de taraftar özdeşliği zayıflayabilir. Ne

var ki, Lever ve Wheeler'a göre, bu tehlike sadece ülke düzeyinde bir gerçeklik taşımakta; dünya düzeyinde ise, iletişim teknolojisinin gelişip, Olimpiyat Oyunları ve Dünya Futbol Şampiyonası finallerini izleyenlerin milyarlarla ifade edilmesinin ortaya koyduğu gibi, taraftarların giderek artan sayılarda çok uzak yerlerden birbirlerine bağlanabilmeleri sonucunda spor yaş, sınıf, bölgesel ve etnik sınırları aşarak insanları bir araya getirmeye devam etmekte, onlara özellikle kimlik, bağlılık ve duyguyu ifade etme fırsatı vermektedir. Kitle iletişim araçları ve sporun bu birlikteliği başka hiçbir kurumun gerçekleştiremeyeceği böylesi bir bütünleşme ve imgelemsel birlik duygusu yaratmaktadır. Televizyon yayıncılarının sportif malzemeleri 'meta mantığı' ile değerlendirmeleri, televizyonla aktarılan spor karşılaşmalarında militarist ve milliyetçi değerlerin tıka basa doldurulması bu duyguyu daha da pekiştirir (Riggs, Eastman ve Golobic, 1993).

İrlanda'nın kolektif bir kimlik ortak duygusuyla birbirine bağlanan bir ulus olma sürecinde sportif geleneklerin rolünü araştıran Boyle'un çalışması da bu görüşü desteklemektedir (1992). Boyle'a göre, sporun radyo ve basın tarafından dolayımlanması, toplumsal olarak muhafazakâr milliyetçilik eğilimini kolaylaştırmaya ve berkitmeye katkıda bulunmaktadır.

Milliyetçilik ve Spor

İnsanal öznenin kendisini bir ulusa ait hissetmesi, yani ulusal kimliklilik, bir kimlik mekânı olarak modernitenin sonucudur. Bu mekânda özne, benliğini kuran daha genel yapılaşmış güçler alanında çözülüp gider. Bu, benliğin asla kesin ve değişmez bir şekilde tanımlanmadığı, hep başka kimlik ve varlık olanaklarının bulunduğu daimi bir durumdur. Jonathan Friedman bu durumun nedeni insanın 'başkası'nı deneyimleyebilmesine bağlar (1994).

Modernitede tiyatronun hakiki bir sahne haline gelmesi ve yeni, toplumsal olarak pek de tanımlanmamış kalabalıkların bu sahnede başka yaşantıları deneyimleyebilmeleri; roman formuyla birlikte insanın kendisini tamamıyla başka bir yaşantıya dahil edebilmesi, bu-

gün ise kitle iletişim araçları ve onların sundukları kültürel görüşlerin olası kimliklerin önemli bir kaynağı olması (Brown, 1994), modern kimlik uzamının hiçbir zaman otantik, sabit ve değişmez değil, her zaman yitirmeye ve yerinden edilmeye hazır imgelemsel bir özdeşleşme olarak karakterize olmasına yol açar (Bjonerud, 1992).

Gerçekten toplumsal özdeşleşmeler, nice yeğin bir bağlılıkla niteleniyor olsalar da, çok sayıda ve istikrarsızdır. Birçok birey için toplumsal özdeşleşme aileyi, köyü, akran gruplarını, komşuları, daha geniş sınıf veya ulus birimlerini kapsar, hem de bu çoklu özdeşleşmelerin ima ettiği tüm çelişkilerle birlikte (Swaan, 1995). Milliyetçilik, bu çelişkileri ve istikrarsızlıkları tümleşik bir hiyerarşik anlamlar düzenini formüle edip dayatarak giderme çabasıdır.

Milliyetçilik paradoksal olarak ulus-devletlerin içsel bir konusu olmayıp ulus ötesi olarak kurulur ve 'ulus' fikrini temel alarak bu ulusu, diğer uluslardan farklılıklarıyla tanımlar. Bu fikir siyasal özneleri kurmada ve onların dünyaya bakışlarını belirlemede çok önemli bir rol oynar (Verdery, 1994).

Anthony Smith'e göre, milliyetçilik söylemi, tek sahici kimliğin ulusal kimlik olduğunu, her insanın ister köylü, ister işçi, ister tüccar, isterse entelektüel olsun benliğini ve özgürlüğünü bu kolektif kimlik aracılığıyla yeniden keşfedebileceğini öne sürmektedir (1977). Bu iddia, bir ulusa ait olma duygusunun, tüm diğer aidiyet duygularının üstünde olduğu gibi, aynı zamanda bu duyguların gerekliliğini ortadan kaldırdığını da içler. Bu duygu ulusal devletlerin kendilerini sürdürmeleri için olmazsa olmaz bir koşuldur. Çünkü Baumann'ın belirttiği gibi (1990) milliyetçi ideoloji, ne ulusal kimliğin bir ifadesidir ne de milliyetçilerin siyasal amaçlarla keyfi olarak icat ettikleri bir duygu/düşünce setidir. Milliyetçilik karmaşık toplumsal ve siyasal düzenlemelere anlam verme gereksiniminden kaynaklanır. Yani bir anlam yaratma sürecidir. Ama bu süreç, aynı zamanda üretilen anlamın toplumdaki tüm bireylere ve gruplara dayatılma etkinliğini de içerir.

Özellikle eski yapıların aşınması ve artan sosyal ve ekonomik belirsizliğe bir tepki olarak toplumsal kimlik arayışı kolayca ulusal

kimliğin kurulmasına (Lothar, 1993), bu da diğer tüm kimlikleri bastıracak bir muhafazakar milliyetçilik duygu ve iddiasına dönüşebilir. Ama Waltzer (1990), bireyler ve grupların diğer kimliklerini kolayca ulusal bir itkiye teslim etmediklerini saptamaktadır. Bu direniş bir anlamda milliyetçilik söyleminin nice sorunlu olduğuna işaret ettiği gibi, ulusal kimlik kurgusunun da sürekli olarak içsel bir gerginliği barındırdığını ortaya koyar.

Habermas'a göre bu gerilim, modernitenin tanımlayıcı süreçlerinden biri olan egemenliğin kişisel krallıktan bir ulus-devlete geçmesi sonucunda ortaya çıkar ve eşit yurttaşlar ideali ile ulus-devletin tikelci çıkarları arasındaki çatışmadan kaynaklanır. Bu nedenle de milliyetçilik artık kolektif kimlik sorunlarına istikrarlı bir çözüm olamaz (1979). Bu gerginliğin ulusal kirliliğin yitirilmesine ve yerinden edilmesine neden olmaması için, diğer kimliklerin ulusal kimliğe teslimiyetinin sürekli yeniden-üretilmesi doğrultusunda bir çaba harcanması gerekir. Bu çaba tüm bu birey ve grupların arasındaki ortaklığı vurgulayan simge ve inanç kümelerinin tekrar tekrar üretilmesi, dolaşımı ve tüketimiyle ilişkilidir. Bu simge ve inançlar ise ulusal olarak düşünmenin bir boşlukta gerçekleşmeyip, genellikle diğer uluslarla olan karşıtlıklara dayandığı (Csepeli, 1991); bir kolektif kimliğin kurulması ancak diğer kolektif kimliklerin kurulmasıyla, yani bir ilişkiler bağlamında gerçekleşeceği (Lessl, 1993) için genellikle 'diğerleri'nin referans alınmasıyla, 'diğerleri'ne karşıt olarak üretilir.

Spor, özellikle profesyonel spor 'yenilecek, alt edilecek' 'diğer(ler)i'ni gerektirdiği için, bu tür simge ve inanç kümelerinin üretilmesi, yani türdeş olmayan bir 'biz'in içindeki gerçek farklılıkların silinerek bir 'kurmaca ulus birliği'nin kurulması için çok elverişli bir ilişkisel mekân sunar. Profesyonel sporun medyayla, özellikle televizyonla evliliği bu mekânın boyutunu alabildiğine genişletmiştir.

Futbol, Televizyon ve Milliyetçilik

Televizyonun ırksal ve ulusal kimlik bakımından temel ayrımları formüle eden söylemlerinin, ırksal ve ulusal stereotip sistemleri dola-

şıma sokmak suretiyle, gündelik ‘biz’ ve ‘onlar’ bilginimizin üretim ve yeniden-üretimine katkıda bulunduğunu belirten Tudor (1992), İngiltere’nin katıldığı bir dünya futbol şampiyonasında, televizyondaki spor yorumlarının açık olmasa bile üstü örtük bir ırkçılıkla karakterize olan bir dille kurulduğunu saptamaktadır. Tudor’a göre, bu ambivalent bir duygu durumunu ortaya koymaktadır: Bir yanda modern İngiliz kültüründeki iddiacı milliyetçilik, diğer yanda da bu kültürün uluslararası arenadaki rolünün giderek önemsizleşmesi.

Bu birbirine karşıt, ama aslında birbirini besleyen iki duygu, Adorno ile Horkheimer’in duygusal ambivalansın (nefret/aşk sendromunun) bilişsel yalınlığa (anti-semitik stereotiplere) çevrildiği psikoanalitik projeksiyon kuramına dayandırarak yaptıkları önyargı değerlendirmesini getirmektedir akla. Yani daha anlaşılır bir dille anlatıldığında, bilişsel düzeyde ‘diğer(ler)’i’ne karşıt olarak geliştirilen stereotipleme, aslında duygusal -bilişsel olmayan- düzeyde ambivalent bir zaaf tarafından üretilmektedir. Bu ambivalans diğerine karşı bilişsel ‘nefret’ veya ‘düşmanlığın’, diğerine yönelik ‘aşk’ duygusuyla birlikte varolduğu şeklindedir. Bu ambivalansı konuşma dilinde ‘kedinin uzanamadığı ciğer’ sendromu olarak ifade etmek mümkündür.

Tudor’un çözümlemesi bu psikanalitik kuramla ilişkili olmakla birlikte, milliyetçilik iddiasının sadece ulus olma sürecinin katalizörü ya da Giddens’in tanımıyla (1985), bireylerin bir siyasal düzenin mensupları arasında ortaklığı vurgulayan bir simgeler ve inançlar kümesine bağlılıklarını dile getiren psikolojik bir fenomen olmadığı, yani sırf olumlu bir değer taşımadığı; aynı zamanda bir çözülme sürecinin, toplumsal gerilim ve hızlı değişme dönemlerinin ‘psişik bir sığınağı’ (Fitzgerald, 1991) olarak bir olumsuz değer de taşıyabileceğini ortaya koymaktadır.

Bu ambivalans milliyetçilik iddiasının çelişik ve istikrarsız yapısını ortaya koyduğu gibi kimlik konusunun da nice sorunlu olduğuna dikkat çekmektedir. Son yapılan çalışmalar, psikoanalitik kuramın bilişsel yalınlık savının geçerliliğini sorgulamakta ve önyargılı inanç sistemlerinin karmaşıklığını göstermektedirler. Burada ‘düşman’a

yansıtılan ambivalans bilinçdışı çatışmaları yalınlaştırmaktan ziyade yeniden-üretmektedir (Ray, 1994). Yani ambivalans bilinç düzeyinde ‘bilişsel’ olarak da mevcuttur. Bu (biz/diğerleri yalın karşıtlığı üzerine kurulmuş) kimlik tanımının yetersizliğini ortaya koymaktadır. Yani kimlik kurma süreci, zaman içinde başka birilerine karşı onları dışalayan, (‘Diğeri’nden farklılık) ve birileri gibi olmanın (kendisi gibileriyle özdeşleşme) yanı sıra (Melluci, 1983), bu farklılık ve özdeşleşmeleri sorunlu hale getiren bir dışalanana içleştirme bilinçli isteğini de içerir.

Türkiye’nin özellikle milli futbol takımının İngiltere’de yapılacak 1996 Avrupa Futbol Şampiyonası finallerine katılma hakkını kazanmasıyla medyada belirtik veya örtük olarak dillendirilen ‘Vi-yana Kapıları Sendromu’ ve bu sendroma eşlik eden muhafazakâr milliyetçiliğin giderek şiddetlenişi işte bu eğilimin bir tezahürüdür.

Sonuç: Avrupa’nın Futbolla Açılan ‘Kapısı’

‘Türk kimliği’ uzamında Avrupa, hem ulaşılması gereken bir hedefler dizisinin hem de ‘tek dişi kalmış canavar’ soyutlamasının elle tutulur örneği olup, Türk kimliğinin kurulmasındaki, ‘diğeri’ne yönelik imrenmenin ve hayranlığın kimi zaman ‘dışlama’ şeklinde kendisini gösteren kimi zaman da ‘onun gibi olma’ şeklinde dışa vuran bilişsel bir stereotiptir. Türkiye’de ilericilik de, muhafazakârlık da, milliyetçilik de, liberalizm de kendisini Avrupa’yla şu ya da bu şekilde ilişkilendirerek tanımlar. Tüm bu tanımların temelinde ise geçmişte Viyana önlerinde kapanıp, daha sonra da bir türlü açılmayan ‘Avrupa kapısı’ sıkıntısı yatar. Türk milli futbol takımının bu kapıyı zorlaması ve sonunda açarak (neredeyse Avrupa’nın öbür ucunda olan) İngiltere’ye gitme vizesini alması, hem de bu izni, Avrupa’nın ‘kapı’yı kapalı tutmak için futbol sahasında savaş veren(!) takımlarını yenerek, yani söke söke alması, bu psikolojik sıkıntıyı simgesel de olsa büyük ölçüde gidermiş, Avrupa’nın Türkiye’yi içine almamak için gösterdiği dirençle hayli zedelenen ‘ulusal kimliği’mizi yeniden onarmıştır.

Medya, milli futbol takımının İngiltere yolundaki serüvenini temsil ederken kullandığı dille bu psikolojik rahatlamaya, yanı sıra onarılan ‘ulusal kimliğimizin’ aşırı milliyetçi tonlarla renklenmesine hayli katkıda bulunmuştur. Aslında özellikle Türkiye’nin en çok satan ve izlenen liberal medyasının üslubu Avrupa’yla ilişkileri biz/onlar karşıtlığı üzerine kurulmamaktadır. Bu, elbette savaştanlığı özendiren, şiddet unsurlarını sakınmasızca içeren ama daha çok milli takımın kimliğinde ulusal kimliği yüceltmeye yönelik, doğrudan doğruya ‘biz’ tanımıyla ilgili, yüreklendirici bir üsluptur.

Milli maçın oynanacağı günkü *Sabah* gazetesinin spor sayfasındaki manşet, ‘Haydi Taksim’e şeklinde formüle edilmiştir (6 Eylül 1995). Bu seslenme ‘biz’i, yani kendisini ‘Türk’ kimliğiyle tanımlayan herkesi bu kimliğin dışavurumuna olanak verecek bir ritüele katılmaya çağırmaktadır. *Milliyet* gazetesinin başlığı ise ‘Türkiye Sant-rada’dır (6 Eylül 1995). Bu başlık düz anlamıyla hepimizi futbol sahasının o ufacık santra yuvarlağının ortasında toplayan bir abartı olmakla birlikte, başlığın altındaki yazıda ulusça tek yürek, tek yumruk olduğumuz belirtilerek, bu simge-başlığın aslında ‘ulusal kimliği’imizin pekişmesine yönelik bir eğretileme olduğu açıklanmaktadır. Aşkıyla ‘Roma’yı da yakacağını’ dile getiren popüler bir şarkıcının popüler şarkısındaki ‘yaparım bilirsin’ dizesini ‘Yaparsın Biliriz’ şeklinde manşetine uyarlayan *Hürriyet* gazetesi (6 Eylül 1995), maçın başlangıcından bitimine kadar tüm yurttan hayatın duracağını, nefeslerin tutulacağını öngörerek ‘biz’im adımıza ‘biz’im duygularımızı tanımlamaktadır. Yine bu gazetede bir başka başlık da, ‘Macarları As Da Gel’ şeklindedir ve (milli futbol takımı oyuncularının) yapacağını bildiğimiz şeyin ne olduğu bu iki başlığın birleştirilmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Ancak bir futbol maçıyla ‘birilerini asmanın’ ne ilişkisi olduğunu anlamak kuşkusuz oldukça zordur.

Maç sonrasında, ‘Türk Aslanları’, ‘Tarihi Yeniden Yazdık’, ‘Türkiyem Uyumadı’ (*Hürriyet*, 7 Eylül 1995); ‘Yaşa Varol Türkiyem’ (*Milliyet*, 7 Eylül 1995); ‘Helal Hakan Büyüksün Türkiyem’ (*Sabah*, 7 Eylül 1995) şeklindeki başlıklar, maçı kazanan futbolcuları kutla-

maktan öte, ‘yurtseverliği’ hayli aşan bir milliyetçilik üslubuyla kurgulanmıştır. Bu kurgunun, yani en büyüğün biz olduğumuz iddiasının nice sorunlu olduğunu yine bu gazetelerde yer alan ve Avrupa’ya hayranlık ve imrenmeyi içlemleyen ifadeler ortaya koymaktadır. Aynı günün *Hürriyet* gazetesinde yer alan ve maçı izleyen genç bir kızı gösteren bir fotoğrafın altındaki yazı şöyledir: “Avrupalı Tribün: Çağdaş Türkiye’nin genç insanları, 90 dakika boyunca yüreklerindeki Türkiye sevgisini yansıttılar. Ve haykırdılar ‘En büyük Türkiye’ diye”. Türkiye sevgisi ile ve ‘En büyük Türkiye’ diye bağırarak Avrupalılık arasındaki ilişkiyi ancak çok derin ruhbilimsel çözümlemelerle anlamak mümkün olabilir herhalde (Aslında bu garip kurguyu kökten dincilik akımlarının güçlenmesi karşısında liberal basının geliştirdiği bir üslubun örneği olarak bir ölçüde açıklayabiliriz).

Sabah gazetesindeki yazı ise çok daha ilginçtir: “Tam 39 yıl sonra yeniden yaşadığımız Macar zaferi, Gümrük Birliği ile Avrupa Topluluğu’na (Birliği’ne, olması gerekirdi) adım atan Türkiye’nin futbolda da üstün olduğunu kanıtladı”. Yine bu gazetede ‘Türkiye 1’nci Haber’ başlığı altında. “...Avrupa Topluluğu ve Gümrük Birliği’ne adım atan Türkiye’nin İngiltere-96’ya girebilmeyi garantilemesini tüm ajansların spor bültenleri 1. haber olarak verdiler” denmektedir. Gümrük Birliği ve Avrupa Birliği ile futbol arasında böyle bir ilişki kurulması ilk bakışta garip görünmekle birlikte, Avrupalılara onlar gibiliğimizi hiç değilse futbol aracılığıyla kanıtlayabilmiş olmamız bu zorlama ilişki kurgusunu tümüyle mantıksız olmaktan kurtarmaktadır. Ne var ki, Avrupalıların böyle bir kanıtı kanabileceklerini düşünmek biraz fazla iyimserlikmiş gibi görünmektedir. Yoksa söz gelişi Avrupa takımlarını çoğu kez futbol sahalarında silkeleyen Nijerya gibi ülkenin de Avrupalılar gibi oldukları iddiasını ciddiye almak gerekir. *Sabah* gazetesi, bu iddiasında hızını alamamış olacak ki, ertesi günkü sayısında ‘Ve Avrupa Artık Bizi Konuşuyor’ başlığını atmaktadır (8 Eylül 1995). Bu başlık ne derecede gerçeği yansıtmaktadır bilinmez ama Avrupa’nın bizi konuşmasını ne denli önemsedığimizi yansıtmaması bakımından gerçekten anlamlıdır. Kendimizi Avrupa’yı ölçü olarak önemsememizin en anlamlı örneklerinden biri, Sanlı

Sarıalioğlu'nun maç sonrasındaki değerlendirme yazısıdır: "Bekle Avrupa:.. Artık içim içime sığmıyor. Başım dimdik. Hey Avrupa, kalk ayağa Türkiye geliyor" (*Hürriyet*, 7 Eylül 1995).

Medya futbol karşılaşmalarını aşırı milliyetçi ve şiddet dolu unsurlarla temsil ederken, maç sonrasındaki sevinç gösterilerine bulaşan şiddete karşı da büyük tepki gösterir. *Milliyet* gazetesi, 'Bu Acı Son Olsun' başlığı altında, "her zafer sonrası silahlar patlamasın, analar, babalar, çocuklar vurulmasın" şeklinde dua benzeri bir yakınmayla olayları aktarırken, bunlara neden olanları da milli takımın teknik direktörü Fatih Terim'i araya koyarak eleştirir: "Terim artık gülmüyor... Fatih hoca ekliyor: 'Biz zaferleri bunun için mi kazanıyoruz... kazandığımız zaferi kursağımızda bırakmaya kimin hakkı var?'" Bu sorunun yanıtı ise *Hürriyet* gazetesinde yer alır: "Silahlı Sevince Büyük Tepki: Muhteşem galibiyetin ardından, sayıları azalsa da yine bazı kendini bilmezler silahlarıyla sokağa döküldüler. Daha önceki üzücü olaylardan ders almayan kişilerin silahlı sevinç gösterileri büyük tepki gördü... İstanbul, Adana ve Düzce'deki üçü çocuk dört kişi havaya açılan ateşle yaralandı. Yurdun birçok bölgesinde vatandaşlar, balkonlarına çıkmaya yekinirken, sokaklarda halaylar çekerek zaferi kutlayanlar ise 'Ateş açanlar Türk değildir' diye tepkilerini ortaya koydular". Aşırı milliyetçiliğin şiddetle doğal ilişkisi düşünüldüğünde, şiddete yönelik bir eleştirinin bile, bu yazıda görüldüğü üzere, Türklük kavramıyla kurulması medyadaki ideolojik tutarsızlığın bir örneğidir.

Türk milli futbol takımının Avrupa kupasındaki serüveni ve bu serüvenin medyadaki temsili, futbol ile medyanın iki taraf adına da kârlı olan birlikteliğinin, milliyetçilik ve şiddet unsurlarını kullanmak suretiyle nasıl daha kazançlı bir hale geldiğini ortaya koymaktadır. Şimdi tartışılması gereken ise, medya ve futbol kazanırken 'biz' neler kazanmakta veya kaybetmekteyiz sorusudur.

Kaynakça

Angus, Ian H. ve Sut Jhally, "Introduction", içinde Angus ve Jhally (der.), *Cultural Politics in Contemporary America*, Routledge, London-New York, 1989: 1-14.

- Bauman, Zygmunt, "Modernity and Ambivalence", *Theory, Culture and Society*, 7 (2-3), June 1990: 143-170.
- Becker, "Media and the ritual process", *Media, Culture and Society*, 17 (1995): 629-646.
- Bjernerud, Andreas, "Outing Barthes: Barthes and the Question of (A Gay) Politics", *New' Formations*, 18, Winter, 1992.
- Boyle, Raymond, "From our Gaelic fields; radio, sport and nation in post-partition Ireland", *Media, Culture and Society*, 14 (4), 1992: 623-636.
- Brown, Jane D., Carol Reese Dykers, Jeanne Rogge Steele, Anne Bacton White, "Teenage Room Culture: Where Media and Identities Intersect", *Communication Research*, 21 (6), December 1994: 813-827.
- Calhoun, Craig, "Indirect Relationships and Imagined Communities: Large-scale Social Integration and the Transformation of Everyday Life" içinde, Pierre Bourdieu ve James S. Coleman (der.), *Social Theory for a Changing Society*, Westview Press, Boulder, San Fransisco, 1991: 95-130.
- Csepeli, G., "Competing patterns of national identity in post communist Hungary", *Media, Culture and Society*, 13 (3), July 1991, 325-339.
- Falasca-Zamponi, Simonetta, "The Aesthetics of Politics: Symbol, Power and Narrative in Mussolini's Fascist Italy", *Theory, Culture and Society*, 9 (1992): 75-91.
- Fitzgerald, Thomas K., "Media and changing metaphors of ethnicity and identity", *Media, Culture and Society*, 13 (1991): 193-214.
- Friedman, Jonathan, *Cultural Identity and Global Process*, Sage, London, 1994.
- Giddens, Anthony, *The Nation-State and Violence*, Cambridge, Polity, 1985.
- Habermas, Jürgen, *Communication and Evolution of Society*, Heinemann, London, 1979.
- Lessl, T.M., "Punctuation in the Constitution of Public Identities: Primary and secondary sequences in the Scope Trial", *Communicatian Theory*, 3 (2), May 1993: 91-111.
- Lever, Janet ve Stanton Wheeler, "Mass Media and the Experience of Sport", *Communication Research*, 20 (1), February 1993: 125-143.
- Luthar, Breda, "Identity Management and Popular Representational Forms" içinde, Philip Drummond, Richard Paterson ve Janet Wills

- (der.), *National Identity and Europe: The Television Revolution*, BFI, London, 1993: 43-50.
- Melluci, Alberto, *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, London, Hutchinson Raduis, 1988.
- Ray, Larry J., *Rethinking Critical Theory: Emancipation in the Age of Global Social Movements*, London, Sage, 1993.
- Riggs, Karen E., Susan Tyler Eastman ve Timothy S. Golobic, "Manufactured Conflict in the 1992 Olympics: the Discourse of Television and Politics", *Critical Studies in Mass Communication*, 10 (1993): 253-272.
- Smith, Anthony, D., "Towards a Global Culture?" *Theory, Culture and Society*, 7 (1990): 171-191.
- *Nationalist Movements*, New York, St. Martin's Press, 1977.
- Swaan, Abram de, "Widening Circles of Identification: Emotional Concerns in Sociogenetic Perspective", *Theory, Culture and Society*, 12 (1995): 25-39.
- Tudor, Andrew, "Them and Us: Story and Stereotype in TV World Cup Coverage", *European Journal of Communication*, 7 (1992): 391-413.
- Werderly, Katherine, "Beyond the Nation in Eastern Europe", *Social Text*, 38, Spring 1994: 1-19.
- Walzer, Michael, "What does it mean to be an 'American'?", *Social Research*, 57 (Fall), 1990: 591-614.

KESİM 4

SİYASAL İLETİŞİM

ÖZAL VE ÖZALCILIK*

Siyasal İletişim, Popüler Kültür ve Dil

Toplumların yaşamlarında dönüm noktası olarak genel kabul gören miladi tarihler vardır. Tarih yazıcılığında ana bölüm başlıklarını oluşturan, dolayısıyla yeni bir sayfanın açılmasını ifade eden bu anlar, geçmişin uzak ve loş labirentlerinde dolaşan meraklısına (ya da meslekten olana) yönünü tarif eden işaret direkleri olarak işlevseldirler. Ama bunlar kendilerini öne çıkarıp tarihin karşıt ve koşut (toplumsal, ekonomik, mekânsal, bilimsel-teknolojik vb.) güçlerin dinamik ilişkisiyle kurulan bir süreç olduğunu unutturdukları ölçüde de söylenseldirler; yani toplumsal kimliğin, siyasetin ve iktidarın kurulma sürecine doğrudan ve taraf olarak müdahale eden anlamsal pratikler haline gelirler; oysa bu anların içi boştur; kendi başlarına hiçbir şey ifade etmezler; anlamlarını ‘önce’si ve ‘sonra’sına ilişkin anlatıların karşıtlık ve benzerlik ilişkisinden alırlar. Türkiye için 1980 işte böyle bir andır ve bu anın anlamı, öncesine ve sonrasına ilişkin hakim (ilki kapkara bir olumsuzluk, ikincisi aydınlık bir olumluluk içerimleyen) anlatıların karşıtlığıyla kurulmaktadır. 80 sonrasına ilişkin hakim anlatının kahramanı ise Turgut Özal’dır.

Şimdi 1990’ların ortasına geldik ve Özal siyaset arenasından ayrılalı iki yıl oldu. Elbette iki yıl gibi toplumların tarihinde kaale alınmayacak kadar kısa bir süre içinde, Özal gibi bir kimliği kolektif belleğimizin ücra bir köşesine itip unutulmaya terk etmemiz beklenemezdi ama tarihin, sanki ivmesi giderek artan sürekli kopuşlarla yaşantılandığı çağımızda böylesi bir unutkanlık çok şaşırtı-

* Taslağı okuyup eleştirileriyle yazının son şeklini almasına katkıda bulunan Beybin’e, Mutlu’ya ve Nilüfer’e teşekkür ederim (Yazının alındığı kaynak: *Mürekkep*, sayı: 3-4, 1995: 49-63).

cı da olmazdı. Gerçekten de çağımızda yükselen değerler, hakim duygu ve zihniyet yapıları öylesine hızla değişiyor ki, bu sürecin süzgecinden bakıldığında Özal'ın ve Özalcılığın sıklıkla toplumsal gündemin ilk sıralarına gelmesini yadırgamamak da elde değil. Gerçi bunun anlaşılabilir nedenleri var. Özal ailesinin zaman zaman dahil olduğu güncel olaylar bu nedenlerden biri. Bu olayların kaynağında bizzat Turgut Özal'ın icraatlarının bulunması ya da bu olaylarla bu icraatların şu ya da bu biçimde bir ilişkisinin olması Özal ve Özalcılığın sık sık yeniden gündeme gelmesine neden oluyor.¹ Bir başka neden, günümüzde oluşturulan siyasal ya da ekonomik politikaların tartışılmasında Özal'a ve Özalcılığa ait olduğu düşünülen terimlerin temel referanslardan biri olarak kullanılması ve bu *nedene* bağlı olarak, politik alanda ve medyada, Özalcılığın mirasına ilişkin tartışmaların zaman zaman gündeme sokulması. Anlaşılan o ki, Özal'la ve Özalcılıkla her alanda, her düzlemde hesaplaşmadan, Türkiye'nin bugününe ve geleceğine ilişkin, ne doğru dürüst bir değerlendirme yapılabilir ne de inandırıcı ve sağlam toplumsal projeler tasarlanabilir.²

Ne var ki, Özal ve Özalcılıkla hesaplaşma girişimleri daha genel bir çerçeveden, yani yirminci yüzyılın şu son evrelerindeki köktenci global gelişmelerden soyutlanarak planlanacak olursa, yapılan çö-

¹ Bu yazı taslak halindeyken tam da Engin Civan olayı, medyanın o çok sevdiği isimlendirmeye 'Civangate' skandalı patlak verdi. Bu olay Özal'ı ve ailesini yine ama bu kez temizlenmesi çok zor bir lükeyle gündeme getirdi. Popüler iletişim kanallarında yine popülerleştirilen (yani olay örgüsü bir miktar detektif, bir miktar polisiye, bir miktar gangster unsurlarının harmanlanmasıyla kurulmuş) bir anlatıyla temsil edilen bu olay, toplumun Özalcılıkla hesaplaşmasının son perdesini simgeliyor sanki.

² Gerçekte 1990'lar Türkiye'sinde bir geçmiş sorgulama, bir geçmişle hesaplaşma furyasıdır gidiyor. 27 Mayıs ihtilali ve 'Menderes' vakasıyla başlayan bu süreç, *Cumhuriyetin temellerini sorgulayacak, Cumhuriyet tarihini yeniden yazma girişimlerini meşrulaştıracak boyutlara ulaştı*. Mete Tunçay gibi, resmi tarih yazımını sorgulayan öncülerin 80'lerde marjinal kalan bu yöndeki atağı, özellikle İslami kesimden düşünürlerin müdahalesi ve kendilerini 'ikinci Cumhuriyetçi' olarak tanımlayan medyatik yazarların popülerleştirilmesiyle epey bir yaygınlık kazandı. Burada Özal'ın dahli var mı diye düşünmeden edemiyor insan. Onun kimi radikallerin kulağına pek hoş gelen 'tabular yıkıla' retoriği bu kapının aralanmasına olasıdır ki epey katkıda bulundu.

zümlleme temelsiz ve bölük pörçük betimlemeler düzeyinde sıkışır kalır. Bizce, bu tür bir kısırlığı aşmak için oluşturulacak çerçevenin, yeni-muhafazakârlık, globallik ve yerellik gibi günümüzün popüler mitlerine ilişkin tartışmaları eksenine alması gerekmektedir. Böylesi bir tartışmaya Reagan ve Thatcher'i konu alarak başlamak pek uygun görünüyor. Nedeniyse bu ikilinin, hem Özal ve Özalcılıkla fikir ve pratik düzlemdeki yakınlıkları, hem de belirttiğimiz popüler mitlerin 1980'lerdeki popüler imajları olmaları.

Reagan-Thatcher ve Özal

1980'lerin dünya siyasal sahnesindeki en gözde aktörleri hiç kuşkusuz ABD'nin Reagan'ıyla, İngiltere'nin Thatcher'i oldu. Gözde nitelenmesi, elbette sözcüğün düz anlamıyla, yani olumlayıcı olarak değerlendirilebilir; ama bizim için bu nitelme, bunların dünya kamuoyunu bu dönem içinde en çok meşgul eden iki siyasal kimlik olmasını ifade ediyor. Gerçekten de, gerek popüler yazında (medyadaki temsillerden çoksatar biyografilere⁶ kadar çok geniş bir alanda), gerekse akademik çalışmalarda Ronald Reagan ve Margaret Thatcher yakın zamanlara değin meslektaşlarından hiçbirine napsip olmayan bir rağbet gördüler. Aynı dönemin Türkiye'de yıldızı parlayan siyasal aktörü ise, dünyada yukarıda andığımız iki meslektaşına kadar ilgi çekmemekle birlikte, Türkiye'de yıldızı parlayan siyasal aktörü ise, dünyada yukarıda andığımız iki meslektaşına kadar ilgi çekmemekle birlikte, Türkiye çapında benzer bir popülerliği yaşayan Turgut Özal'dı. Özal da özellikle popüler iletişim kanallarının en gözde imgesi oldu.

Ah Şu Seksenler!

Gerçekte, bu üç siyasal kimliği aynı şemsiye altında toplanabilir kılan nitelikleri popülerlikleriyle sınırlı kalmadı. Bunların çok daha anlamlı başka bazı özellikleri de vardı. Reagan ile Thatcher, batı dünyasında ikinci dünya savaşının sonlarından başlayıp 1980'lere kadar zaman zaman tökezleyerek de olsa süregelen bir siyasal ve toplumsal kararlı denge durumunun radikal bir biçimde alt üst ol-

masına yönelik politikaların en önde gelen temsilcileriydiler. Bu politikalar dünyanın 20. yüzyıl serüvenine ilişkin yaygın kabul gören planlardaki büyük sapmayı işaret ediyordu.

Oysa 20. yüzyıla dünya büyük umutlarla girmişti. Bilim ve demokrasinin gelişmesine, gerçek anlamda maddi temellere dayanan eşitlikçi, sömürsüz bir dünyanın kurulabileceğine ilişkin büyük bir inanç giderek yaygınlaşıyordu; üstelik bu umutların pratikte belirtileri de yaşanmaktaydı sanki. Ama yüzyılı terk ederken geriye baktığımızda gördüklerimiz hiç de iç açıcı değil: iki dünya savaşı, inanılmaz sayıda insan kıyımları, atom bombaları, insanlığın topyekün kurtuluşuna, özgürleşimine olan modern inanın yıkıntıları. Ama bunların yanı sıra insanların geleceğine yönelik umutlu beklentileri ve kestirimleri besleyen birçok gelişmeye de tanık oldu yirminci yüzyıl. İlginçtir ki, bu gelişmelerin ekseninde yer alan bilimsel buluşlar, inanılması zor teknolojik sıçramalar aynı zamanda geleceğe yönelik karamsar senaryoların da asal unsurlarından birini oluşturmaktadır. Öyleyse, yüzyılın bitiminde bulunduğumuz noktanın umutla umutsuzluğun biraradalığından doğan zihinsel bir bulanıklıkla nitelendiğini söylemek pek de yanlış olmayacaktır.

Bu noktaya gelmemizde, Reagan ile Thatcher'ın temsil ettiği politikaların etkisi küçümsenemez. Özal ise aynı politikaların Türkiye'deki temsilcisi olarak tanındı. O da aynı çizgide, Türkiye'de yerleşik ve değişmesi çok güç olduğu düşünülen birçok dengeyi alt üst etti.

Özalcılık, siyasal veya ekonomik alanlarda geçmiş uzun yıllara dayanan, dolayısıyla da büyük ölçüde kökleşmiş, kemikleşmiş olan kurum ve ilişkilerin rahatsız edilmesiyle sınırlı kalan bir proje değildi sadece; toplumsal ve kültürül alanlarla, zihin haritamızın alışageldiğimiz kurgusuna da müdahale etti. Anlamlama pratiklerimiz zaman zaman dumura uğradı. Değerlerimizin, normlarımızın üzerinde durduğu zeminler kayganlaştı. Kültürün gerek toplumsal gerekse bireysel düzlemde giderek çelişen öğelerden kurulmasını olağan görmeye başladık. Gösterişli tüketimle kendilerini ortaya koyan ama ne ürettiği ya da neyin üretilmesine ön ayak olduğu asla anlaşılamadı.

yan yeni zenginler türedi çevremizde. Ne kendi konumumuzu ne de başkalarının konumlarını tanımlayamaz olduk. İşin gerçeği bu toplumsal ve bireysel düzlemdeki alt-üst oluşlar Özal öncesi Türkiye ile Özal'lı ve Özal-sonrası Türkiye'nin birbirinden çok farklı olduğu şeklindeki iddiayı geçerli kılacak boyuttaydı. Tüm bu oluşumların ve dünyanın, bir ölçüde de Türkiye'nin İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki siyasal-ekonomik kararlı denge durumunu değiştiren ve yetmiş sonlarıyla seksenlerin tümüne yayılan olayların şokunu henüz atlatamadık. Gerçi modern yaşamın şokçu özelliğini insanoğlu çoktandır içselleştirmiş bulunuyor; ne var ki ayaklarımızı sağlam basacağımız, dengeli bir zemin arayışından da vazgeçebilmiş değiliz. Özal'la nitelenen bir dönemin her boyutu ile ayrı ayrı irdelenmesi tek bu arayış nedeniyle bile olsa çok gerekli görünüyor.

Elbette bu oluşumların faturası bir tek Özal'a çıkarılamaz. Hatta Özal'ın bütün bu değişikliklerin belirleyici etkeni değil, salt bir taşıyıcısı, bir simgesi olduğu bile iddia edilebilir. Ama bu oluşumları Özal'ı dışlayarak da tartışamayız. Çünkü her şeyden önce, ister popüler isterse akademik dilde bu oluşumların gerçekleştiği dönem Özal'la birlikte anılmaktadır.

Bu dönemin her yönüyle tartışılması gerekliliğine karşın Reagan ve Tehatcher örneğinden farklı olarak Özal, popüler iletişim kanallarında, elbette daha çok Türkiye ölçeğinde, en az onlar kadar ilgi toplamış, bunun yanı sıra ekonomi politikalar açısından akademiki dünyanın ilgisini bir ölçüde çekmiş olsa da siyasal ve toplumsal bilimcilerin araştırmalarına pek konu olmadı. Dolayısıyla bu alanda önemli bir boşluk olduğu söylenebilir.

Bu boşluğu yine popüler iletişim kanallarında, iletişim profesyonellerinin (gazetecilerin, gazete köşe yazarlarının) çözümleyici olmaktan çok betimleyici düzeydeki çalışmaları doldurdu. Kimisi methüsenâ, kimisi yerin dibine batırma amacıyla kurgulandıkları belli olan bu çalışmaların çoğunluğu, özellikle olgusal düzlemde birçok ilginç olay ve ilişkiyi gün ışığına çıkarmakla birlikte, kapsayıcı bir kavramsal çerçeveden yoksunlukları nedeniyle bu olgu ve ilişkileri birbirleri ile bağlantılandıracak ipuçlarını içermiyordu.

Böylelikle Özal ve Özalıcılık fenomeni bir 'kendine özgünlük' (idiosyncrasy) olarak anlaşılma eğilimi gösterdi.

Oysa Özal'ın ya da Özalıcılığın Türkiye'nin siyasal ve toplumsal yaşamında neden olduğu (ya da aracılık ettiği) radikal oluşumların sağlam ve tutarlı bir kavramsal zemine oturtularak çözümlenmesi ve anlaşılması geçtiğimiz on yılın dünyasını ve Türkiye'sini anlamamızda olduğu kadar, geleceği yönelik projeksiyonlar bakımından da çok önemliydi. Üstelik batı literatüründe Reagan ve Thatcher'a ilişkin pek çok soruyu gündeme getirip, bunları farklı perspektiflerden yanıtlamaya çalışan çok sayıda inceleme, çözümleme de bulunuyordu ve bunlar Özal'a ve Özal dönemine ilişkin araştırmalar en azından ilerletecek soruları formüle etmeye; bu araştırmaları yürütmede kullanılabilecek kavramsal bir çerçeve oluşturmaya yardımcı olabilirdi.

Özal ve Özalıcılığı ilişkin yeterince incelenmemiş temel sorunların esas olarak kültürel niteliği, bunların yerel özgüllüklerinin hiç de azımsanmayacak bir ağırlık taşıdığını kabul etmek zorunda bırakmaktadır bizi. Politik söylemlerindeki tüm benzerliklerine karşın Reagan-Thatcher-Özal üçlüsünün bilhassa bizim açımızdan çok ayırt edici özgüllükleri vardır. Bu farklılıklar özellikle, hem de bunların en çok benzeştikleri bir alanda, yani retoriklerinde ya da retorik ekolojilerinde ortaya çıkıyor. Bunun nedeni retoriğin kültüre bağlı bir pratik olması. Bu *nedenledir* ki, Özalıcılığın retoriğini konu alan bir çözümleme, anılan özgüllüklerin ortaya çıkarılmasını, böylelikle de kendimizi, şu halimizle ve yakın geçmişimizle anlamamız için gerekli ipuçlarını sağlayacaktır.

Bizim bu yazıdaki amacımız, Özal ve Özalıcılığı tüm boyutlarıyla kuşatacak bir kavramsal çerçeve geliştirip, bu fenomenleri ayrıntısıyla çözümlemekle değil, bu fenomenleri daha iyi anlamamıza yardımcı olacak bir teorik zeminin nasıl döşenebileceğini araştırmak, tartışmak ve bu tartışmayı Özalıcılığın retorik ekolojisindeki bazı özelliklere göndermeler yaparak geliştirmekle sınırlı. Böylesi bir teorik zeminin döşenmesinde popüler kültür, modernlik, siyasal iletişim, retorik ve dil alanlarındaki tartışmalara yaslanacağız.

Özal projesi, topluma gelişme (çağı yakalamak, çağ atlamak), köklü bir değişme, tabuların yıkılması retorikleriyle sunuldu. Bu sunuşun en önemli özelliği ise projenin bu amaçlar doğrultusunda tekliğini, biricikliğini de iddia *ediyor* olmasıydı. Yani toplum ya bu projeyi ya da bu retoriklerin ima ettiği oluşumların tersini kabul etmiş olacaktı. Seçenekler, bir yanda Özal projesi, diğer yanda başka, düşünülmüş veya düşünülebilecek her proje olmak üzere ikiye indirgenmişti. Bu durum tek bir cümleyle şöyle formüle edilebilirdi: gelişmeye, değişmeye karşı yerinde sayma, dolayısıyla gerileme; yani Özal projesine karşı diğer projeler. Özalcılığın bu retorikleri beraberinde (ayrıca yine birçok retorikle dolaysız olarak beslenen) bir özgürleşim, bir demokratikleşme vaadini de içeriyordu. Ama bizim iddiamız, Özal'ın retorğinde ima edilen bu vaatlerin, tam da popüler dilde bu retorüğün harekete geçirdiği unsurlarla çeliştiği seklindedir. Yazının bir amacı da bu çelişmeyi yakalayabilmektir.

Hangi Soruyla Başlamalı?

Özal ve Özalcılığa kültürel bir perspektiften bakıldığında, sorulması gereken ilk soru bizce şu olmalıdır: “Özal projesi 1980’ler Türkiye’sinde bunca geniş bir toplumsal desteği nasıl sağlamış ve (giderek aşınmasına karşın) bu desteği çok kaygan bir sosyopolitik zeminde nasıl korumuştur?”

Gerçekte bu soruyu sırf Özal’la sınırlamayıp, iktidarlarını tıpkı Özal gibi geniş bir toplumsal desteğe dayandıran ve projeleri Özal’ınkiyle çok benzerlik gösteren Reagan ve Thatcher’ın deneyimlerini de katarak yeniden formüle edebilir, böylelikle konuyu ‘şahsa özgü özgüllüklere sapma’ tehlikesinden kurtarıp daha genellenebilir bir politik zemine oturtabiliriz: Batı dünyasının siyasal alanına, bu alanın tarihinde uzun zamandır benzeri görülmemiş ölçüde egemen olan Yeni-Sağsöylemi (veya başka deyişlerle yeni-muhafazakârlık, yeni-liberalizm), ekonomik politikalarıyla iyice cılızlaştırdığı, yoksullaştırdığı (yani fiilen karşısına aldığı) toplumsal kesimlerin desteğini acaba nasıl kazandı?

‘Sınıf bilinci’ gibi klasik kavramlarla pek açıklanamayan, ‘yanlış bilinç’ gibi kavramlarla ise açıklanmaya çalışıldıkça daha da muğlaklaşan bu sorunun herkesçe kabul gören tek bir yanıtı olmasa bile, Gramsci’nin ‘hegemonya’sı gibi sanki unutulmaya terkedilmiş bazı kavramları yeniden gün ışığına çıkarmak ve bastırılmış kimi düşünsel pratikleri harekete geçirip onlara canlılık kazandırmak gibi çok olumlu bir katkısı oldu.

Farklı toplumsal kesimlerin desteği dendiğinde, ilk önce, temsili demokrasilerde seçmenlerin kullandıkları oyların yönü geliyor akla. Seçimlerdeki başarı düzeyi ve alınan oy sayısı elbette iktidara talip olan bir siyasal heyete toplumun teveccühünü ortaya koyan çok önemli bir göstergedir. Gösterge olmanın ötesinde, oy sayısı, aynı zamanda temsili demokrasilerde bir siyasal iktidarın meşruiyetini dayandırdığı retoriklerden de başlıcasıdır. Ama seçimlerden sonra ortaya çıkan bu sayısal görünüm, bu meşruiyetin dayanıklılığı için tek başına yeterli değildir. Belki daha da önemlisi, bu toplumsal desteğin sürdüğü izlenimini sürekli olarak hissettirmek veya bu imajı tekrar tekrar üretmektir. Çağcıl demokrasilerde bunun kamuoyu yoklamalarına, siyasal reklamlara kadar uzanan çok sayıda mekanizması var. Tüm bu mekanizmaların ortak keseni ise kitle iletişim araçları. İster gerçek, isterse bir yanılsama olsun, böylesi bir imgenin yaratılmasında, topluma benimsetilmesinde kitle iletişim araçları çok etkili oluyor. Bu tek tek bireylerin desteğini sürdürmesini sağlayacak şekilde bir etkililikten çok, bireylerin, kendileri böyle bir desteğe katılmasa da, böyle bir desteğin sürdüğünü düşünmelerini sağlama anlamında siyasal iktidar lehine olumlu bir etki.

Bu düşünceler bizi çözümlememizin konumlanacağı araştırma alanına, siyaset ile iletişimin bulunduğu ve sorunsallaştırıldığı ‘siyasal iletişim’ alanına doğru yönlendiriyor.

Siyasal İletişim

Herhangi bir akademik çözümleme, ister istemez, bu çözümlemeye kavramsal ve yöntemsel gereçleri sağlayacak bir akademik ala-

nın içinden yapılır. Özal'ın siyasal retorikine ilişkin bir çözümleme de, siyaset ve iletişim süreçlerinin birbirleriyle buluştukları bir akademik alana, siyasal iletişim alanına oturuyor. Siyasal iletişim, günümüzde araştırmacılara birçok toplumsal bilim disiplininin katkısıyla oldukça zengin bir veri ve perspektif birikimi sunan bir alan. Ne var ki, bu alanın sınırlarını çizmek o kadar da kolay değil. Swanson ve Nimmo disiplinlerarası olarak tarif ettikleri siyasal iletişim alanının iletişim süreçleriyle siyasal süreçler arasındaki ilişkiler hakkında önermeler geliştiren araştırmalardan meydana geldiğini belirtiyorlar.³ Bu araştırmaların ilgi odağını genellikle siyaset disiplinince siyasal olarak nitelenen mesajların üretimi, dağıtımını ve etkileri oluşturuyor.

Etki Paradigması

Alanın sınırları bu biçimde tanımlandığında, siyasal iletişim araştırmalarını yönlendiren soruların siyasal kurumlar ile halk ve siyasal kurumların kendi aralarındaki mesaj iletimine ve bu mesajların etkilerine ilişkin olması da çok doğal. Siyasal aktör ve kurumlardan seçmenlere doğru tek yönlü akan ara kerteler tarafından (esas olarak kanı önderlerince) dolayımlandığını öne süren 'iki aşamalı iletişim akışı' gibi modeller; iletişim araçlarının hedef kitlede iletilen mesaj doğrultusunda davranış değişikliğinden çok varolan kanı ve tutumları berkittiğini iddia eden ya da iletişim araçlarının seçmenleri siyasetten uzaklaştırdığını savunan 'pekiştirme' ya da 'uyuşturma' etkisi gibi hipotezler; 'gündem koyma', 'suskunluk sarmalı' gibi kamuoyu kuramları; televizyona uzun süre maruz kalanların siyasal tavır olarak muhafazakarlığa eğilim gösterdiklerini öneren 'yetiştirme çözümlemesi' gibi araştırma yaklaşımları bu alanın hakim sorunsalını tanımlayan hakim söylemlerdir. Bu yaklaşımlar çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmaların çoğunluğu, siyasal mesajların etkinlerini ölçmeye en fazla el veren süreçlerin, yani seçim kampanyalarının işleyişleri ve etkililiği ile seçmenlerin tercihlerinde bu mesajların oynadığı rolü belirleme amacıyla kurgulanmıştır. Bu araştırmaların formüle edil-

³ David L. Swanson ve Dan Nimmo (eds.), *New Directions in Political Communication: A Resource Book*, Sage.

mesinde pragmatik eğilimin hakim olması nedeniyle, sonuçta bu alanın ana paradigması geleneksel iletişim araştırmalarının ‘etki’ paradigmasıyla aynı çizgiyi paylaşmaktadır.

Siyasal iletişim de dahil, iletişim çalışmalarındaki hakim çizgiyi oluşturan ‘etki araştırmaları’na pek çok eleştiri yöneltilmiştir. Bu eleştirilerin en dikkate değer olanı, bizce ‘etki araştırmaları’nın fiilen ve aktif olarak politik bir etken işlevi gördüğü, yani bizzat politik bir retorik olduğu iddiasıdır. ‘Etki araştırmaları’, kimilerince savunulduğu gibi kitle kültür ve bu kültürü tüketen edilgin, atomize bireylerin kitle iletişim araçlarınca nasıl yozlaştırıldığını ortaya çıkarmak amacıyla tanımlanan bir sorunsalın bilimsel yordamı değildir. ‘Etki araştırmaları’nı yönlendiren ana metodolojik ilke tüketicilerin ‘kültürel alıklar’ ya da ‘tabula rasa’ olarak kabul edilmelerine değil, tam tersi bu tüketicileri etkileyebilme sürecinde, gerek kaynağın niteliği, mesajların kurulması gerekse kanalların özellikleri, özellikle de alıcının zihni yapısındaki ve toplumsal çevresindeki karmaşık mekanizmaları tanımaya ve ‘denetlemeye’ yöneliktir. Dolayısıyla bu araştırmaların amacı ‘tanıma, anlama ve özgürleştirme’ci olarak değil, (egemenler adına) ‘güdüp yönetmeci’ olarak tarif edilebilir. Unutmamak gerekir ki, ‘güdüp yönetme’ çabası, ‘güdülüp yönetilme’ye pek de kolayca razı olmayanlar (yani direnme kabiliyeti bulunalar, dolayısıyla sürü olarak nitelenemeyen topluluklar) için gerekli bir çabadır. Değilse, böyle bir çabaya, yani ‘güdüp yönetici’ söylemi tüm etkenler göz önüne alarak incelik ve özenle kurma çabasına bile gerek yoktur.

Yeni Bir Sorunsal

Ne var ki, toplumda iktidar meselesinin salt siyasal kurumları ve seçim dönemlerini aşan bir fenomen, tüm toplumsal formasyonların oluşturunca unsurlarından biri olduğu, üstelik de salt ‘fail’in girişim ve becerileriyle, yetisiyle değil, ‘fail’ ile ‘meful’ün karşılıklı etkileşimi ve ilişkisi ile belirlendiği iddiası, yine başka disiplin ve alanlardaki düşünme, soruşturma, araştırma gündemine girmeye başlayınca, siyasal iletişimin özgül alanını tanımlayan ‘etki’ paradigması da tartış-

lır hale gelmiştir. Böylelikle siyasal iletişimde, siyasal (hem büyük hem de küçük harfle başlayan) ‘özne’ yeniden tarif edilmeye başlanmış; kamuoyu özel ve kamusal alana ilişkin tartışmalarla bu özne kavramı sorunsallaştırılmış; yurttaşlık, demokrasi, katılım gibi kavramlar bu bağlamda yeniden ele alınıp, siyasal iletişim alanına dahil edilmiştir. Tüm bu gelişmeler siyasetin, özne-bireylerin hayatında seçimden seçime önem kazanan bir süreç değil, geleneksel yaklaşımın iddiasının tersine seçimlerden seçime değişen ya da devam eden siyasal tutum ve kanılardan öte, insanların gündelik yaşamlarında sürekli olarak konumlarını yeniden-tarif ettikleri bir süreç olduğu iddiasıyla nitelenen yeni bir siyasal iletişim sorunsalına işaret etmektedir.

Bu sorunsalın, günümüzde moda olan liberal anlayışın iddialarıyla kuşatılıp daraltılma eğilimine de burada dikkat çekmek gerekiyor. Buna göre, temsili demokrasiler çok iyi bilgilenmiş bir yurttaşlık ve etkili siyasal katılım araçlarının varlığını gerektirir. Seçimler ise (propaganda çalışmaları, siyasal heyetlerin ve kurumların program ve projelerini yurttaşların önüne konması, kamuya açık tartışmalar vb.) yurttaşların bilgilenmesi için en etkili demokratik süreç olarak görülür ve aynı zamanda yurttaşların siyasal katılımının en etkili araçlarından biri sayılır. Ne var ki bu anlayış teorik çatısını her ne kadar demokrasi, katılım, etkin yurttaşlık gibi kavramlarla kuruyorsa da, yurttaşları yarışan siyasal heyetler arasında özgür ve bilinçli bir seçim yapan ‘müşteriler’ şeklinde tanımlayarak, siyasal iletişim yeniden bir ‘ikna etme, etkileme’ sürecine dönüşürmekte ve bu alanı daraltmaktadır.

Siyasal Öğrenme

Siyasal öznelerin bilgilenmesi seçimlerle kısıtlı olmadığı gibi siyasal bilgilenme de bir tek dışarıdan dayatılan çeşitli siyasal projeler arasında seçim yapmaya yönelik bir süreç değildir. Bu, siyasal öğrenmeyi, iletişim araçlarındaki haber, güncel olay programları ve siyasal kampanyalarla sınırlandıran bir görüş. Oysa siyasal öğrenmenin, böylesi dar bir alandan siyasal öznelerin gündelik yaşamlarına, gündelik yaşamlarının kurulmasına taşınması gerekiyor. Aksi

takdirde, sırf ikna etme ve etkileme ile kısıtlanan bir model, nice inceltilmiş ve gelişin olursa olsun, çeşitli etkileme projelerinin (siyasal kampanyalar, propaganda vb.) ısa dönemli işleyişine ilişkin (gerek tasarlanmaları gerekse yürütülmeleri- ki bu projelerin yürütülme sırasında ıslah edilmesini de içeriyor) işe yarar pratik bilgiler sağlasa da söz gelişi bu tür projelerden büyük çapta yoksun bir siyasal konumun, etkili projelerle lana inmiş diğer siyasal söylemler karşısında bir anda baskın duruma nasıl geldiğini (bu baskın durum sadece seçim kazanma ile değil, siyasal gündeme ağırlığını koyma vb. olarak da kendini gösterebiliyor) ve siyasal alanda hiç beklenmedik, apansız gerçekleşen radikal değişiklikleri açıklayamaz.

Siyasal söylemler arasında bir konum edinme sürecinde, öznelere önce bu konumların sunulduğu kanallara erişmek, daha sonra da bu konumlara ve kendilerine biçtikleri konuma ilişkin tanımlar geliştirmek zorundadırlar. Bu tek tek siyasal konular hakkında (ya da bunları bağlantılandırarak) bilgi sahibi olmanın ötesinde, insanal öznenin kendi konumuna ilişkin tanımlarını sürekli olarak (bilerek ya da bilmeyerek) tartıp yenilediği bir süreçtir. Çünkü bu konum(lar) yerleşik, değişmez ve baskın bir(er) mutlaklık değildir(ler).

‘Mahrem’in Politikleşmesi

Siyasal konumların *bizlere* sunulduğu en yaygın kanallar iletişim araçlarıdır. Ancak siyasal iletişim alanının konusu sadece iletişim araçlarındaki sıkı sıkıya ‘politik’ mesajlarla kısıtlanamaz. Morley, kendilerini açıkça ‘apolitik’ olarak tanımlayan medya ürünlerinin de siyasal iletişimin konusu olmak gerektiğini, aslında herhangi bir siyasal kültür analizinin ana ilgi odağı ve uğraşını oluşturan konunun tam da bu ürünler olduğunu belirtiyor.⁴ Demek ki, siyasal iletişim alanını gündelik yaşama, gündelik yaşamın dolaysız siyasal konuşma ve imajlarının yanı sıra, klasik ve geleneksel siyasallık tanımının içine girmeyen imaj ve konuşmaları da kapsayacak şekilde yeniden tanımlamak gerekiyor.

⁴ D. Morley, “The Construction of Everyday Life: Political Communication and Domestic Media”, içinde Swanson ve Nimmo (eds.), A.g.y.: 131.

Yine Morley'e göre, bu gelişmenin kaynağında özel alan-kamusal alan ayrımının günümüzde sorunlu hale gelişi bulunuyor.⁵ Genellikle siyasal iletişim alanındaki geleneksel yaklaşım, siyasal olanı kamusal alana taşır; o alana ait görür. Dolayısıyla siyasal iletişim, kamusal iletişimin bir parçasıdır. Ancak radyo ve televizyon yayıncılığı bu durumu sorunlu hale getirmiştir. Radyo ve televizyon yayıncılığının aile yuvasını cazip bir 'boş zaman' (leisure) mekânı şeklinde yeniden biçimlendirmesi, kahvehane, meyhane, sokak veya sinema gibi kamusal alanlardan iç mekâna, ailesel alana çekilme gibi süreçlerle bütünleşerek ailesel mekânın politik olarak daha da önem kazanmasına yol açmıştır. Günümüzde siyasal *özneler* büyük ölçüde ailesel, içsel mekânlarda kurulmaktadır ya da biraz daha ölçülü bir deyişle, bu mekânların önemi artık göz ardı *edilemez*.

Popüler Kültür

Buraya kadar söylenenler geleneksel, klasik, ödün vermez ve sınıksı bir siyaset bilimcisinin tüylerini fazla ürpertmese de, bu söylenenlerin beklenen uzantısı olarak varacağımız yer bu bilimcinin tüm tüylerini dikene tahvil edecektir sanırız. Varılan sonuç, siyasetin tam da popüler kültürün kucağında oturur hale geldiğidir.

Gronbeck'in John Fiske'den aktardığı şekliyle popüler kültür: a) bir toplumun baskın inanç, tutum, mit ve ideolojileri ile 'direnen veya reformatif' inançları vb. arasında bir mücadele alanıdır; b) simge üretici ve tüketicilerinin birbirleriyle karşı karşıya geldikleri arenadır ve c) verili bir bireyin mensup olduğu farklılaşmış altkültürlerdir (cinsiyet, sınıf, dinsel kurumlar).⁶

Fiske'nin popüler kültüre ilişkin (popüler kültürü salt mekâna indirgeyen) bu nitelemeleri tartışmaya alabildiğine açık (indirgemeciliğinden başka) sorunlar içermektedir. Bunlardan hemen aklımıza gelen bazılarını kısaca sıralayalım: Bir kere böyle bir tanım,

⁵ Morley, A.g.y.: 137.

⁶ Bruce E. Gronbeck, "Popular Culture, Media, and Political Communication" içinde, Swanson ve Nimmo (eds.), A.g.y.: 190.

popüler kültürün toplumun tüm katmanlarını kesen yaygınlık eğilimini dışlamaktadır, popüler kültürü, üzerinde bir sürü karşıt unsurun savaştığı bir alan olarak görerek bu kültürün ‘merkezcil’ (centripetal) yönünü göz ardı etmekte, buna karşılık, ‘merkezkaç’ (centrifugal) yönünü abartmaktadır; ikincisi popüler kültürün, o-tantik öğeleri genel bir eğilim içinde eritici (mass edici) çekimini göz ardı etmektedir; üçüncüsü popüler kültürün bir üst, meta-söylem olma özelliğini bir yana itip, onu (gergin ve rahatsız bir biçimde birbirlerine eklemlenen) alt-kültürler bileşkesine indirgemektedir. Ne var ki, tüm bu sorunlarıyla birlikte, Fiske’nin popüler kültür kavramlaştırımı, Gronbeck’in popüler kültür ile siyasal iletişim örtüşmesine ilişkin şu sözlerinin esin kaynağı olarak önemlidir: “Popüler kültür, bir toplumun siyasal sohbetinin içinde gerçekleştiği söylemsel bir uzam olarak düşünülebilir”. Tüm uzamsal indirgemeci tonlarına karşın, bu saptama, popüler kültür ile siyasal iletişimin örtüşme biçimine ilişkin bir ipucu veriyor bize.

Siyasal iletişimin seçim kampanyaları ve siyasal reklamlarla sınırlanmış geleneksel alanını, ‘iktidar’ sorunsalını eksene alıp bu sorunsalla doğrudan ya da dolaylı ilişkisi olan tüm mesaj üretimini, dolaşımını ve alışverişini kapsayacak biçimde alabildiğine genişletince, popüler kültürü de bu ilişkilerin içinde yer aldığı söylemsel bir uzam olarak niteleyince ‘iktidarın’ bir bölümüyle (hem de bayağı önemli bir bölümüyle) de bu söylemsel uzamda kurulması gerektiğini ima etmiş oluruz.

Popüler Kültür, Popülizm ve Özal

Temsili bir hükümet biçimi söz konusu olduğunda, siyasal önderlerin kendilerini seçimlerde oy kullanacakların hiç değilse belli bir çoğunluğuyla özdeşleştirecek stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir.⁷ Bu stratejiler, siyasal önderlerin gerçekte kaçınılmaz olarak ekonomik, toplumsal bir seçkin olma özelliklerini gizleyecek, dolayısıyla onların, halkın değer ve çıkarlarını korumaya, tem-

⁷ Bu konuda, bu bölüme katkıları ve Reagan örneği için bkz. Michael Weiler and W. Barnett Pearce, “Ceremonial Discourse. The Rhetorical Ecology of the Reagan Administration” içinde, Weiler and Pearce (eds.), A.g.y.: 17-24.

sil etmeye istekli kişiler olmaktan çok (çünkü bu birileri için başka bir konumda bulunan başka birilerinin çabasını dile getiren ve seçkinlik tonları içeren bir stratejidir), bu değer ve çıkarları paylaşan kişiler olarak temsil edilmesini sağlayacak şekilde kurulursa etkili olur. Dolayısıyla, siyasal bir önder için popülist cazibe unsurları öncelikle bu önderin seçkinliğini yadsımaya ve bulanıklaştırmaya yönelik olmalıdır. Böylesi bir retorik önderle halk arasındaki benzerlikleri öne çıkaracak, seçmenlerin dikkatini önderin savaşım verme iddiasında olduğu diğer seçkinlerin gücü üzerinde odaklayacak biçimde kurulmalıdır. ‘Halkla birlikte seçkinlere karşı’ şeklindeki özdeşlik formülü tüm popülist retorikğin esasını oluşturur.⁸

Özal’ın retorik, vatandaşa doğrudan ‘ben de sizden biriyim’ şeklindeki seçkin bir popülizmden (çünkü bu retorik onların içinden çıkmakla birlikte, onlara yukarıdan, en azından bir kürsü yüksekliğinden ya da bir televizyon ekranının gerisinden bakmayı ima ettiği gibi, söyleyenin bu sözünü tanıtlamasını da gerektirmektedir) veya basın jargonuyla söyleyecek olursak ‘fukara edebiyatı’ yapan babacıl bir retorikten tamamıyla farklı unsurlar taşıyordu. Gerçekten de Özal ‘halktan biri olduğunu’ hiç telaffuz etmedi; ama medyada temsil edilen imajıyla (ki bu temsillerin büyük bir bölümü Özal’ın davranışlarını eleştirme amacıyla kurulmuştu) onlardan biriydi. En edebi eser olarak ‘Red Kit’i beğeniyordu; arabeskin her türüne bayılıyordu; klasik müzik dendiğinde anladığı en iyi ihtimalle Türk Sanat Musikisi’ydi; gazeteleri okumaya spor sayfasından başlıyordu; pişkinliğine diyecek yoktu; çocukların misket oyununda birbirlerine seslenme üsluplarını, siyasi muarızlarına yöneltirken dilinde hiç mi hiç kemik bulunmuyordu; ‘koydu mu bir nevi oturturdu’ ya da ‘küçük Turgut’u işe koşardı’ ya da zaten onlar ‘kış üstü otururlardı’; seçkin kültür ve bu kültürü temsil eden figürler alay malzemesiydi sadece (çünkü onlar hem seçkindiler, halktan kopuktular ve üstelik de siyasal ve toplumsal gücü ele geçirme savaşımı veriyorlardı); Erdal İnönü ‘iyi herifti ama boyu uzun aklı kısıydı’; her alanda (futbolda, sporda, politikada ve taraftar olunabilecek her olayda) sıkı ve kararlı

⁸ Weiler and Pearce, A.g.y.: 18.

biçimde taraftardı; bilgisayar oyunlarına ‘acayip’ düşkündü; otomobil bilgisinin ve tutkusunun düzeyi inanılmazdı; karısıyla bunca yıl sonra kimseden gizlemeksizin hâlâ büyük bir aşk yaşıyordu; bu arada orucunu, namazını, hacını da ihmal etmiyordu.

Özal, hem doğrudan ve deklare bir popüler kültür tüketicisi olarak hem de bu kültürel unsurları politik retorikine ekleyerek farklı bir (popüler) dil oluşturdu ve bu dil, popüler kültürün söylemsel uzamına pek fazla direnme görmeksizin hakim oldu. Retorun yaşam biçiminin ya da yaşam biçimine ilişkin popüler temsillerin, onun söylediklerinin inandırıcı olmasındaki etkililiğini, yani retorik gücünü artırdığını düşünecek olursak, bu hakimiyette, Özal’ın diliyle kimliği arasındaki uyumluluğun büyük etkisi olmuştur.

Popüler kültürün gelenekçi, muhafazakâr unsurları yine bu kültürün yenilikçi unsurlarıyla Özal’ın kimliğinde mükemmel bir uyum halinde bütünleşmişti. Bu uyumlu Özal kimliği popüler kültürün söylemsel uzamını tanımlıyordu. Günümüzün popüler kültür alanını karakterize eden bu uyumlu çatışkılar ya da ‘çatışkılarının (çatışık yönsemelerin) uyumlu biraradalığı’ konusu, yine günümüzün popüler temalarından ‘modernlik’ ve ‘postmodernlik’ üzerine yapılagelen tartışmalarla daha da geliştirilebilir.

Modernlik

Modernlik tartışması, Türk siyasal tarihinde çok önemli bir dönemeci niteleyen Özal fenomeni ile ilgili herhangi bir çalışmanın üzerine kurulacağı ‘olmazsa olmaz’ zeminlerden birini oluşturmaktadır. Böylesi bir temellendirmenin (bir) gerekçesini Anthony Giddens’in modernliğin ayırt edici özelliklerine ilişkin görüşlerine dayanarak açıklamak mümkün.⁹

Giddens’a göre, modernliğin, kendini önceleyen tüm toplumsal düzen biçimlerinden ayırıcı özelliklerinden ilki, bu toplumsal biçimin ‘dinamizmi’dir. Modernlik, geleneksel alışkılarının ve göreneklerin al-

⁹ Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford University Press, Stanford, 1991.

tını oyması ve global etkisiyle eski toplumsal biçimlenişlerden ayrılır. Ama asıl önemlisi, modernlik gündelik toplumsal yaşamı köklü biçimde değiştirirken, yaşantımızın en mahrem, en kişisel yönlerini de etkiler. Böylelikle modernliği, bir yanda globalleştirici etkiler ile diğer yanda da kişisel ön eğilimler arasında karşılıklı artan bir bağlantı, aslında (potansiyel) bir gerginlik karakterize etmektedir.

Bu çelişkili yapılaşımı dile getiren benzer bir modernlik tasviri, Raymond Williams'ın 'devingen mahremleşme' kavramında görülür. Williams, modern süreçlerin geleneksel toplumsal bağları çözüşünü devingenlikle, aile yuvasının önem kazanmasını da mahremiyetle tanımlar.¹⁰

Modernliği tutarlı, uyumlu, tüm yapıları saydam, yani biri diğerini olduğu gibi yansıtan bir bütün olarak görme eğilimini sorgulayan bu tanım çok önemli. Çünkü örneğini, modernliğin itibarlı söylemlerinden biri olan pozitivizmde gördüğümüz bu tür tavırların sorgulanması, bunların gündelik hayatımıza yüklediğimiz anlamlar üzerindeki etkilerinin de yeniden-tartılmasını gündeme getirir. Böyle bir sorgulama, anlam haritalarımızda (Özal'la birlikte) giderek artan kör noktaların aydınlatılmasına yönelik girişimlerin anlamsız olmadığını düşünmemize yardımcı olur; ayrıca ve bizce daha önemlisi, (yine Özal'la birlikte) kimilerimizin iyice kısırlaşan anlam haritalarını (burada kimilerimizin idol-anlamları, yani anlam haritalarımızın aşkın göstergeleri haline gelen değişim, yenileşme, çağ atlama, gibi retorikleri anımsayalım) zenginleştirmenin de ipuçlarını sunar.

Modernlik (aslında her toplumsal proje gibi) birçok çelişki ve çatışkiyla karakterize olan bir süreç. Ayrıca her süreç gibi eski ve yeni birçok unsuru zorunlu (ama gergin ve çelişkilerle dolu) birliktelik şeklinde içinde barındırıyor. Bu unsurlara dayanılarak tanımlandığında birden çok sayıda ve üstelik geçerli modernlik tanımının da olabileceğini kabul etmek gerekiyor.

¹⁰ Raymond Williams, *Television: Technology and Cultural Form*, Fontana, London, 1974 (Türkçe'si: *Televizyon Teknoloji ve Kültürel Biçim*, çev. A. Ulvi Türkbağ, Dost Kitabevi Yayınları, 2003 -yhn).

Modernlik Projeleri ve Türkiye

Bu çerçevenin sağladığı esneklikten yararlanarak, Türkiye siyasal tarihindeki asal mücadelenin modernlik ve modernlik-karşıtı görüşler arasında süregeldiği yaygın görüşüne karşı, aslında bu siyasal tarihin modernlikle şu ya da bu mesafeden olumlu ilişkisi olan projelerin birbiriyle yarıştığı bir süreç olarak tanımlanmasının daha doğru olacağını öne sürebiliriz.

Türk siyasal tarihinde siyasal yaşama ağırlığını koyan tüm projelerin modernlikle olumlayıcı anlamda bir ilişkisi olduğunu söylediğimizde, bunların birbirlerinden farklılıklarının belki modernlik tanımlarındaki bu kabul edilebilir ayrılıklardan kaynaklandığını da düşünmek durumundayız. Bu farklı tanımların yanı sıra, Türkiye’de uzunca bir süre ve baskın olarak modernliğin simge ya da retorik düzeyinde değerlendirildiğini de göz önüne almak gerek. Türkiye’de simgeler veya retorik, ya eleştiri amacıyla (fötr giymekle modern olunamayacağı, asıl fötrü taşıyan kafanın içinin değişmesi gerektiği gibi) ya da olumlayıcı olarak modernlik projesinin yerine konmuştur. Elbette bu söylem (tanım) baskın hale gelince, sözgelişi geleneksellliği simgeleyen çarşaf, başörtüsü, top sakal gibi imgeler, imam-hatip mektepleri, namaz gibi pratikler de modernlik-karşıtlığının görüntüleri olarak tanımlanmıştır. Bu baskın söylemin Türk siyasal yaşamında birçok örneği var; sözgelişi, bir zamanlar medyada çok popüler olan bazı temsilleri, örneğin futbol oynamaya günah diyen, muskacılıkla, kara sakallı, sarıklı, cüppeli ve göbekli yobaz tiplerle karakterize olan karikatürleri anımsayalım.

Bu, özellikle 80’lerin kimi görünümleriyle karşılaşılınca da değin pek sorunlu görülmeyen bir modernlik tanımıydı. Ama son model Mercedes arabayla Almanya’dan gelip Ankara caddelerinde direksiyon sallayarak Refah Partisi için propaganda yapmakta olan çarşafli kadın ve benzeri birçok fenomen giderek hayatımızın bir parçası haline gelince önce bir şaşkınlık yaşanmış, sonra da adı bu şekilde konmasa da, hakim modernlik söyleminin sorgulanması gündeme gelmiştir. Böylesi bir sorgulama gereksinimini temellendiren soru oldukça da naif bir sorudur: Mercedes, renkli televizyon, video kaset cihazı, CD,

buzdolabı, amaşıır makinesi, bulaşıık makinesi, bilgisayar gibi modernliğin simge-metaları nasıl oluyor da arşıaf, başıörtü, top sakal, takke gibi anti-modern simgelerle böylesine çelişkisiz (ya da yakışık-sız) biçimde bir araya geliyor? Bu tür bir sorunun olası tek problemi ya da naifliğinin nedeni, modernlik projesini simgeleriyle görüp tanımlamaya, modernliği çelişkisiz bir süreç kabul edip, üstelik tek bir tanımı olduğuna (ve bu tanımın Batıdaki bildik modernlik tanımı olduğuna) koşullanmış bir söylem içinden formüle edilmiş olması.

Post-modernizm

Ama bu soruya bir başka (günümüzde hayli de moda olan) söylem içinden, yani postmodernizm sorunsalı içinden karşılık arama çabalarının da, gösterdiği özümleirin cazibesine ve kolaylığına karşın pek de sağlam dayanakları olduğunu sanmıyoruz. Yukarıda örnekle-diğimiz Türkiye görünümleirinin (yani gelenekle modernlik arasındaki sınırların bulanıklaşmasına ilişkin örneklerin) aslında farklı alanların sınırlarının bulanıklaşmasına bir delil olarak değeriendirilmesi ve böylesi bir bulanıklığın post-modernist ‘iepatlama’ (implosion) kavramının ima ettikleriyle bağdaştırılabileceği şeklindeki tartışmalar, post-modernlik iddialarını cazip hale getirmiyor değil. Ne var ki farklı yaşam alanlarının birlikte, çoğu kez de sınırları alabildiğine ge-işken bir biçimde bir arada var olması, sırf bugüne özgü bir durum değil. Ayrıca bulanıklık görünümü esas olarak bu görünüme bakan (ya da müdahale eden) söylem(ler)in görüşüyle ilgili bir sorundur.

Yine bu örnekten hareketle, postmodernizmin popüler iddialarından biri olan, temsil edilenle temsil arasındaki bağın temsil lehine koptuğu görüşünün ne derecede geçerli olduğu da su götürür doğrusu. Modernlik koşullarında medyanın olayları (temsil edileni) arpıtmadan olduğu gibi yansıttığına (temsil ettiğine) inanmak elbette safdilliktir. Elbette medya olayları bir kısmıyla da biçimlendirmektedir. Ama bütün bunlar Giddens’in altını çizdiği gibi, medyanın, gösterge veya imajın her şey olduğu özerk bir ‘hiperrealite’ alanı yaratmış olduğu anlamına gelmez.¹¹ Örneğin Körfez Savaşı, iddiaların

¹¹ Giddens, A.g.y.: 27.

tersine göstergeler veya imgeler arası bir savaş falan değil, doğrudan çıkarlar, iktidar ve paylaşım itkileriyle gerçekleşen, gerçek bir savaştır; ölen Iraklılar bilgisayarla yaratılmış imajlar değildir. Petrol akıntısıyla zehirlenen denizde boynu bükük yüzen kuşlar, (propaganda amacıyla) gönderge kaydırması yapılarak Kuveyt Körfezine taşınmış propaganda imajlarıdır. Somali’de ölen veya ölmek üzere olan çocuklar televizyon imajlarının bir geçit töreni değil, gerçek çocuklardır. Bosna-Hersek boşlanırken, Somali’ye müdahale eden moda deyimiyle dünya kamuoyu da, bu imajların etkisinde kalarak falan değil, Somali’nin henüz el değmemiş zenginliklerinin paylaşımını dert ederek bu işe girişmiştir. Yani olayları, oluşları denetleyen (ya da denetlemeye çalışan) bir ‘enstrümantal akıl’ hâlâ iş başındadır.

Post-modernliği ‘teorileştirme’ girişimlerini eleştiren Norris, post-yapısalcı, post-modernist ve güncel entelektüel sahnedeki diğer moda figürlerin uyguladığı biçimiyle ‘teori’nin bir ikilemi bulunduğunu söylüyor. Bunların ‘radikalizm’i, sosyopolitik statüko için bir tür kılık değiştirmiş savunuya (apologetics), ‘gerçekliğin’ halihazırda onu oluşturan anlamlar, değerler veya söylemlerle kurulduğu, öyle ki hiçbir şeyin etkili bir karşı-argüman sayılamayacağı, geçerli teorik temellerle mevcut kurumların eleştirisinin ise tümüyle olanaksız olduğu inancına dönüşmüştür. “Kısaca teorinin etkili biçimde kendine karşı döndüğü bir noktaya ulaşmış bulunuyoruz”.¹² Oysa (post-modernizmi dâhil) tüm bu moda figürler (bunların şiddetle karşı çıktığı bir görüngü olan) yine modernliğin avant-garde söylemlerinden başka bir şey değildir.¹³

Modernlik ve Özal

İşte burada, Özal’ın post-modern değil, oldukça farklı bir modernlik formülüyle devreye girdiğini ve bu formülün toplumda

¹² Christopher Norris, *What’s Wrong with Postmodernism: Critical Theory and the End of Philosophy*, John Hopkins University Press, Baltimore, 1990: 34.

¹³ Erol Mutlu, “Habermas ve Lyotard: Steurman’ın Yazısına Müdahil Notlar”, *İLEF Yıllık’93*, 1994: 187-194.

yaygın bir popüler zemin bulduğunu gözlemliyoruz. Modernliğin günümüzdeki durumunda, aynı zamanda, hem globalleşmeyi hem de yerel, kişisel ön eğilimleri, yatkınlıkları göz önüne almayan, bunları olabildiğince sorunsuz bir bitişiklik içinde tanımlamayan siyasal projelerin popülerite kazanması çok zor. Popüler olmaya aday bir siyasal retorik hem globalliğe hitap edecek, hem de yerelliğe, kişiselliğe hitap edecek, ama bu ikisi arasındaki karşılıklı bağlantıyı da sürekli vurgulayacak biçimde formüle edilmesi gerekiyor.

Globallik gelenekselin sınırlarını zorlayan, kişisellik ise gelenekselliğe itibar eden iki süreç. Özal'ın retorik (bir ölçüde kendi kişiliğiyle de bağlantılı olarak, dolayısıyla da inandırıcılığı hayli yüksek olarak) modernliğin bu iki eğilimini içeriyordu. Özal projesinin topluma benimsetilmesinde en az ekonomi programı kadar ya da dört eğilimin birliğini öne süren siyasal dili kadar, Özal'ın bu kimliği de etkili oldu. Özal veya Özalcılığın medyadaki temsillerinde bu unsurun, yani global ile yerel arasındaki uyumlu bitişikliğin altı sürekli çizildi.

Nihayet bu tartışmanın tüm yukarıda söylenenleri toparlayacak bir genel zemin üzerine, yani dil *üzerine* oturtulması gerekiyor. Corcoran'ın belirttiği gibi, “siyasal dilin incelenmesi çok önemlidir, çünkü siyasal dil politik olarak çok önemlidir”.¹⁴ Kimlik ve elbetteki siyasal kimlik hangi söylemsel mekânla (ki bu yazıda bu mekânı popüler kültür olarak belirledik), hangi söylemsel anla (ki bunu da modernite diye tarif ettik) kuşatılırsa kuşatılsın, bu söylemler de dahil, dil dışında kurulamaz. Ama dil ile politika arasında (politikanın dil zanaatı olduğunun öne sürülmesine yol açacak kadar) içsel bir ilişki vardır ve öncelikle bu ilişkinin tartışılmasında yarar bulunmaktadır.

Herkes bilir ki, politikacılara yönelik popüler eleştirinin en etkili iddialarından biri, politikanın laf üretme, buna karşılık hiçbir eylemde bulunmama mesleği olduğu şeklinde formüle edilmesidir. Yani ‘politika konuşmadan (lafazanlıktan) başka bir şey değil’dir. Belki de bu iddianın iyice yaygınlık ve inandırıcılık kazanması so-

¹⁴ Paul E. Corcoran, “Language and Politics” içinde, Swanson ve Nimmo (eds.), A.g.y.: 54.

nucu, 1980'lerden başlayarak özellikle Türkiye'de konuşma ve retorik bakımından politikacılarda bir beceriksizliğin, bir kısırlığın yaşandığı da söylenebilir. 12 Eylül sonrası siyasetin sivillere sözdevri sürecinde siyaset sahnesine itelenen kimlikleri anımsayacak olursak bu tür bir iddianın tanıtlanması için fazlaca bir çaba harcamaya gerek olmadığını da anımsayabiliriz. Ama burada esas etkenin, deneyimli (profesyonel) siyasal kadrolara yasak konması, sahneye sürülenlerin çoğunun ise deneyimsizliği ve amatörlüğü olduğu göz ardı edilemez elbette.

Gerçekten de içinde bulunduğumuz yıllara şöyle bir baktığımız zaman, siyaset arenamızda yaygın bir kamusal hitap yetersizliği ve yeteneksizliği ile karşı karşıya olduğumuzu görüyoruz. Bir ölçüde bu yetersizlik ve yeteneksizlik nedeniyle, daha büyük bir ölçüde de, önce 12 Eylül yönetiminin hakim siyasal söylemi, daha sonra da Özalcılığın etkisi nedeniyle, halk artık geçmişte olduğunun tersine politikacıların söylevlerine güven duymamaktadır; kamusal söylevler nadiren incelikli ve sanatkârane olduğu gibi, bunlar hemen tümüyle uzdillikten uzaktırlar. Yanı sıra, siyasal retorlar güvenilirliklerini (çoğu kendilerinden kaynaklanan nedenlerle) büyük ölçüde yitirmişlerdir. Sonuç olarak, belki bu nedenle, belki bu da dahil başka nedenlerle (ki örneğin medya alanındaki yeni düzenlemeleri bu nedenler arasında mutlaka saymak gerekiyor) retorik etkinliklerin *öznelerle görece* istikrarlı bir konum kazandıracak nitelikte ve güçte olmadığını, yüzergezer oylarda 1980 sonrasında görünen sayısal artış bir ölçüde tanıtlamaktadır. Ama bu durum, retoriğin öldüğü anlamına gelmez. Retoriğin etkililiği sürmektedir, insanın simgesel etkinliği bir etkide bulunma, nüfuz kurma kaynağı olarak işlev görmeyi bırakamaz. Siyaset böylesi bir söylem olmaksızın ve sözün eylemle bir araya gelebildiği bir kamusal alan olmaksızın düşünülemez bile.¹⁵

Sonuç olarak konuşma, dil, retorik her durumda politika için vazgeçilmez önemini sürdürmektedir. 'Politika laftan başka bir şey

¹⁵ Gerard A. Hauser, "Features of the Public Sphere", *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 4, no. 4, (1987), 438.

değildir' özdeyişi demokratik hayata karşı tam bir sabırsızlığı, halk hükümetinin etkililiği ve verimliliğine yönelik kuşkuları dile getiriyor. Ama bu iddianın benimsenmesi "sadece lafa karşı eylemi tercih etmek değil, tam da despotik eylemin iktidarını tercih etmektir".¹⁶ Çünkü eylem dille kurulur ve dille haklılanır. Siyasal eylemin en uç biçimi olan karşılıklı siyasal şiddet edimleri bile, haklılıklarını iddia etmek zorundadırlar ve bu iddialar belli bir retorik çerçevesinde formüle edilir. Lafı, dolayısıyla politikayı küçümseyen retorikğin dikkat çeken yanı, burada eylem ile dilin karşılaştırılması ve bu karşıtlıkta tercihin eylemden yana konmasıdır. Bu tercihin, demokrasinin özne ve nesnesini teorik olarak oluşturan halk tarafından dile getirilmesi ise demokrasiye karşı en önemli potansiyel tehlikeyi meydana getirmektedir.

Halkın politika ve politikacılara yönelik beklentisi, politikacıların günümüzde halkın çeşitli kesimlerinin çıkarları doğrultusunda karar alıp bunları uygulamaya koymasıdır. Bu siyasetin "lafa dayanan bir süreç olmaktan çıkıp eyleme dayalı bir süreç olması" isteğini dile getirir. Ancak bu beklentide unutulmuş ya da göz ardı edilen nokta, bu eylem sürecinin yine 'dil'le öncelendiğidir. Halkın çeşitli kesimlerinin uygulamaya konacak politikaların kendi çıkarları doğrultusunda olduğunu düşünmesini, buna ikna olmasını ve bu kanaatin kesintisiz olarak sürdürülmesini sağlamak gerekir. Yine çıkarların tanımı ve politik edimlerin bu çıkarlar yönünde gerçekleşip gerçekleşmediği dil düzleminde tartışılabilir.

Buna karşılık, ister tümüyle politikanın eleştirilmesi ya da bazı politikacıların gözden düşürülmesi için olsun, dil-eylem dikotomisi ve bu dikotomide eylemin kayırılması bir başka dil oyunudur; bir başka retoriktir ve Corcoran'ın yukarıda alıntıladığımız saptamasında sözünü ettiği 'despotizm'in retoriklidir. Bu retorikğin aslında ortak-duyuda yerleşikleşmiş duyguları ifade eden ve yaygınlıkla kullanılan sözlerle temellendiğini de görebiliyoruz: O çok bilinen özlü sözlerimiz, 'lafla peynir gemisi yürümez', 'az laf çok iş' vb. deyişler bu des-

¹⁶ Corcoran, A.g.y.: 52.

potizm eğiliminin popüler dildeki anlatımlarıdır... Bu anlatımlar, halkın kendi kendini, kendisi için yönetme konumundan (elbette demokrasinin teorik temellerinden söz ediyoruz, pratikteki işleyişinden değil) kolayca vazgeçebileceğini içlemlemektedir.¹⁷

Modern kitlelerin demokrasiden böylesine kolaylıkla vazgeçme istidadında olmalarını Marshall Berman, Dostoyevski'nin, *Yeral-tından Notlar*'ındaki 'Büyük Engizisyoncu Efsanesi'nden yaptığı alıntıyla ifade etmektedir. Büyük Engizisyoncu Ortaçağdaki mekânından çıkıp gelir ve Dostoyevski'nin modern kitlelerine şöyle hitap eder: "Bakın, bugün insanlar eskiye oranla daha özgür olduklarına inandırılmaktadırlar, ama bunlar özgürlüklerini bize getirip, büyük bir eziklikle ayaklarımızın altına sermişlerdir". Kitleler başkaldırır, ama kendi isyanlarını yürütüp sonuçlandıracak yürekli-likten yoksundurlar. Odada kendilerinden başka bir sorumlu kimse kalmadığını gördüklerinde ürküyle titremek amacıyla başkaldırıp, öğretmenlerini sınıftan atan okul çocukları gibidirler. Berman, bunları söyledikten sonra Dostoyevski'nin 20. yüzyıl faşist ve totaliteryan hareketlerinin bir habercisi olarak fevkalade isabet kaydettiğini belirtir. Ayrıca Marx'ın, Bonaparte'ın Aralık 1851'deki hükümet darbesinden hemen sonra yazdığı *Louis Bonaparte'ın 18 Brumaire*'inde, özgürlükten bütün bir toplum olarak kaçma arzusu- sunu bir komedi ama gerçekte bir kara komedi konusu olarak gör-

¹⁷ Özal'ın, ortakduyuyu kuran popüler dili, bu metinde Özalıcılık diye adlandırdığımız kendi söyleminde başarıyla aktifleştirdiğini görüyoruz. Bu aktifleştirme, dilin Gramsci tarafından 'yaşam ve uygarlık fosilleri müzesi' olarak nitelenen yanının (Gramsci dilin diğer yanını da 'yaşayan bir şey' şeklinde belirtiyor) kullanımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu müzedeki birçok unsur Özalıcılığın genel söylemine eklenerek canlandırılmıştır. Burada bu dipnotun düşülmesindeki neden, toplumun bugün bazı olayları (örneğin kısa yoldan zengin olmak, rüşvet vb.) hep bir ağızdan koro olarak kınayıp eleştirmesiyle Özalıcılığın aktifleştirdiği ve toplum üyelerinin çoğunluğunca direnmesiz kabul edilerek onların gündelik yaşamlarında yeniden sirkülasyona sokulan birçok dil unsurunun (örneğin, 'bal tutan parmak yalar' gibi) birbiriyle nasıl çeliştiğine dikkati çekmektir. Özetle, diyeceğimi gerçekte Sezen Aksu benim yerime diyor sanki: 'Masum değiliz, hiçbirimiz'. Gramsci'nin söyledikleri için, bkz. Antonio Gramsci, *Selections from the Prison Notebooks*, Quintin Hoare ve Geoffrey Nowell Smith (ed.), International, New York, 1971: 450.

düğüne değinen Berman, 18 Brumaire'deki mizahın, Marx'ın yaşadığı yüzyıldan çok, bizim yüzyılımızın tipik bir örneğı olduğu şeklinde bir not düşer.¹⁸

Özetle söylenecek olursa, günümüzdeki tüm özgürlük savaşımına karşın, kazanılan özgürlüklerden kolayca *vazgeçme* eğiliminin yaygın ve geçerli retorik temelleri vardır. Bu retorik, dil/eylem dikotomisine yaslanmaktadır ve ilginç bir mizah ögesini, yani ironiyi içermektedir. Eylemi öne çıkarıp dili itibarsızlaştırmakla tanımlanabilecek olan bu retorik ironiktir, çünkü aslında kendisi bizzat bir dil oyunudur, çünkü zaten dilsiz hiçbir 'iş bitirilemez'.

Bu iddia, her türlü pratiğı dil oyununa indirgemek gibi görünebilir. Bu nedenle, bu tür bir yanlış anlama olasılığını burada hemen gidermek gerekiyor. Siyasal pratik dilden bağımsız olarak düşünülemez, ama sadece dille temellenmekte olarak da düşünülemez. Çünkü her dilsel ilişki ya da etkileşim, Bourdieu'nün belirttiğı gibi, aynı zamanda, hem ifade ettiğı hem de yeniden-ürettiğı toplumsal yapının izlerini taşır.¹⁹ Dolayısıyla dili belirleyici ya da belirlenen bir etmen konumuna yerleştirmek yanlıştır. Yine dolayısıyla, dil/eylem dikotomisi bunların hangisi asal etmen olarak alınırsa alınsın yanıltıcıdır. Zaten yukarıdaki iddia da, siyasal eylemin değil ama bu siyasal eylemi meşrulaştırma araçlarından biri olan retoriğın bir dil oyunu olduğunu önermektedir sadece.

Peki siyasal eylemin ve eyleyenlerin meşruiyet araçlarından biri olan bu dil oyunu, yani retorik nedir? Bu sorunun yanıtı, yazının başında sorduğumuz, 'Reagan, Thatcher ve Özal'ın yaygın bir toplumsal desteğı nasıl kazandıkları ve bu desteğın sürdüğü imgesini nasıl yeniden-ürettikleri' sorusunun çözümlenmesi yolunda nihai adım olacaktır.

¹⁸ Marshall Berman, "Why modernism still matters" içinde, Scott Lash ve Jonathan Friedman (eds.), *Modernity and Identity*, Basıl Blackwell, Oxford, 1992: 38-39.

¹⁹ Pierre Bourdieu, *Language and Symbolic Power* (ed. and introduced by), John B. Thompson, Harvard University Press, Cambridge, 1991.

Retorik

Retorik, özetle, güzel söz söyleme, sözü güzel söyleme sanatıdır. Ama retoriğin diğer güzel konuşma sanatlarından ayrılan bir temel özelliği var: Retoriğin amacı inandırıcılık ve ikna ediciliktir. Bir yazarın ya da konuşmacının (bilim de dahil her türlü alandaki) tezlerini tartışma yoluyla başkalarının kabul etmesini sağlamaya çalıştığı durumlarda retorik iş başında demektir. Siyasal retorik dediğimizde ise siyaset adamlarının toplumsal projelerini topluma anlatma ve toplumun bu projeleri kabul etmesini sağlama; bu projelerini uygulamaya koymak için toplumun rızasını alma üsluplarını (ifade biçimlerini) kastediyoruz. Burada retorikle propaganda ve sırf ikna etmeyi amaçlayan iletişim biçimleri arasında bir ayrımı da belirtmek gerekiyor. Propaganda, eleştirel düşünme ve tartışma ortamının yokluğunda inançları etkileme süreci olarak nitelenebilir. Buna karşılık retorik, iddiaların kabul edilmesinde ussal haklılamayı (dolayısıyla eleştirel bir tartışma ortamını ve aklın süzgecinden geçmeyi), ussal bir meşruiyeti gerektirir. Salt ikna etmeyi, inandırmayı amaçlayan bir iletişim süreci ise insanları iletişimcinin istediği şeye inandırmak ya da onlara yine iletişimcinin istediği bir davranış biçimini benimsetmek uğruna hakikat ve değerler gibi kavramları bir yana iter ve her şeyi inandırma taktiklerinin işlevlerine indirger. Retorik ise iletişim sürecinin düzenleyici ilkeleri olarak hakikat ve değerlere ağırlık verir.²⁰

Burada hemen belirtmek gerekiyor ki, retoriğin kültür-bağımlı özelliği (inandırmak için inandırılmak istenene özgü hitap zorunluluğu, Althusseryan ideoloji anlamında ‘onu’ çağırma ve ‘öznesi’ yapma gereği), dolayısıyla retorik ekolojinin kültüre ait bir alan olması nedeniyle, tüm ortak noktalarına (aslında ortak politik zeminlerine) karşın, Reagan, Thatcher ve Özal’ın retorikleri, hem dillendirilişlerinde hem de öğelerinin seçimi ve kurgulanmasında bir miktar farklılaşıyor. Ancak hepsinin paylaştığı ortak bir özellikleri de var.

²⁰ Lloyd F. Bitzer, “Political Rhetoric” içinde, D. Nimmo ve K.R. Sanders (eds.), *Handbook of Political Communication*, Beverly Hills, Sage, 1981: 227-28.

Bu özellik retorikğin etkililiği için kaçınılmaz bir ön gereklilikten kaynaklanıyor. Retorikğin etkili olabilmesi için doğal, olağan, normal görünmesi gerekir. Bu doğallığın, yani retorikğin sanki ‘bizim (yani retorikğe muhatap olan biz’im) tarafımızdan dillendirilmiş’ görünmesi, ancak alımlayıcı adına ussal *gerekçelerle* haklılanması, alımlayıcının öncelikle akıl süzgecinden geçirerek bu retorikği kabul etmesiyle mümkün olur. Bu da retorikğin alımlayıcıyı belli bir hakikat ve değerler kümesiyle tanımlaması, onu belli bir hakikat ve değer mekânına konumlaması ya da alımlayıcının varolan konumunu kendi hakikat ve değer tanımlarına eklemlemesi anlamına gelmektedir.

Bu iddia, retorik gücün tek başına ‘söyleyenin’ niyetinden ve doğallığından; ‘söylenenin’ içerik ve biçiminden değil, esas olarak alımlayıcıyla olan ilişkiden ve işgal ettiği alan içindeki konumundan kaynaklandığını ima etmektedir. Günümüzde retorik araştırmalarını tanımlayan genel (kültürelci) yönseme bu iddia ile karakterize olmaktadır.

Retorik Araştırmaları

Retorik araştırmaları, en genel çizgisiyle tanımlandığında, hakikat ve değer nosyonlarını eksenine alan ve öncelikle ussal haklılamaya dayanan, inandırma, ikna etme, razı etme süreçlerinin doğasını irdeleyen bir alan. Schudson, bu araştırmaların günümüzdeki durumunu tanımlarken, bunların genel olarak göndericinin (rhetor), alımlayan kümelerin, aracın, kültürel durumun ve mesajın retorik yönleri üzerinde durduğunu belirtiyor.²¹ Bu ayrı ayrı retorik alanlarındaki araştırmalarda da, örneğin statüsü yüksek olan konuşmacıların alımlayıcılar üzerinde daha inandırıcı olduğu; alımlayıcıları (konuşmacının samimi olmadığı kuşkusunu uyardırmamak koşuluyla) pohpohlayan mesajların daha inandırıcı olduğu; belli araçların belli kültür kümeleri için daha inandırıcı olduğu gibi belli düzenlilikler gözlenmiş.

²¹ M. Schudson, “How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols”, *Theory and Society*, 18: 153-180, 1989.

Mesajın retorik yönüne ilişkin saptamalar ise daha kaygan bir zemin üzerinde duruyor. Retorik araştırmalarındaki kültürelci eğilime göre, kültürel bir nesne veya mesajın izleyiciyle ilişkisinden veya parçası olduğu kültürel alanla ilişkisinden ayrı, kendi başına retorik güç diye bir şey olamaz. Retorik güç, yani tanımlanamaz canlılık veya drama niteliği veya dikkati yakalama ve inandırma enerjisi gibi nitelikler izler küme, konuşmacı, araç, format ve kültürel durumla ilişkilidir. Müzik, resim, edebiyat veya konuşmada izler kümeyi uyumaktan alıkoyan nitelik, kültürel nesneden çok izler kümeyle ilgilidir, insanlar ilginç olmayan nesnelerden çok 'ilginç' nesnelere dikkat kesilirler kuşkusuz. Ama 'ilginç' kavramı kadar ilişkisel, görelî bir kavram yoktur. Aynı konuda bir söylev izleyiciyi uyutur, diğeri ise dört kulakla dinletir. Kültürel nesneler kendi başına varolmaz. Her yeni nesne zaten işgal edilen bir alana girer. Dikkati üzerinde toplayacaksa bunu diğerklerini yerinden edip ya da diğerkleriyle söyleşime girip yapmak zorundadır. Bir kültürel nesne ya da mesajın gücü alanındaki diğerk nesnelerle karşıt ilişkileri sayesinde varolur. Ama bu ilişkileri tanımlayan tam da bu nesne ya da mesajın potansiyel alımlayıcısıdır. Yani bir mesajın retorik gücü kurgusunun etkililiğine dayanmaz sadece; bu gücü tanımlayan etkenler, esas olarak, mesajın alımlayıcıyla bulunduğu an, buluşma biçimi, alımlayıcının mesajla kurduğu 'özgül' ilişki ve alımlayıcının mesaja katkısıdır.

İletişim Teknolojileri ve Retorik

Günümüzün retorik çalışmalarında göz önüne alınması gereken bir başka önemli boyut özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle ilgilidir. Bugün için siyasal retorik sırf siyasal aktörlerin kendi uzdilliliğine, dil becerilerine dayanan bir kendini ifade etme biçimi olarak değerlendirilemez. Bunun başlıca nedeni, siyasal aktörlerin kamuyla dolaysız ilişkiye girmelerinin günümüzde zaman ve mekân olarak iyice kısıtlanmış olması ve siyasal retoriğin modern dünyada büyük ölçüde iletişim araçlarıyla dolayımlanmasıdır. Bu dolayımlamada iletişim araçlarının salt bir kanal (mesajları olduğu gibi aktaran nötr bir aracı) işlevi gördüğünü söylemek ise o-

lanaksızdır. Mesajın kurulmasına, aracın retorığı de müdahale eder ve katkıda bulunur, öyle ki, McLuhangil abartılara düşme çekincesini göz ardı etmeksizin, ama iddianın spekülâtif çarpıcılığının cazibesinden de kaçınılamayarak, belki bizzat medyanın hakim retorik olduğı bile öne sürülebilir.²²

Böylelikle, siyasal retorik araştırmalarının kapsamı siyasal aktörlerin iletişim araçlarındaki temsil edilme biçimleri, hem nicelik hem de nitelik bakımından çözümlemelere konu edilecek şekilde genişletilmelidir. Bu da klasik retorik çözümlemesine yeni ve yaman bir boyut katar. Çünkü iletişim araçlarında temsil edilme dendiğinde, herkesin bildiğı gibi olgunun kendisiyle olgunun temsili arasındaki ayrımın sorunsallaştırılması gündeme gelir. Bu sorunsal temelde iletişim a-

²² ‘Teledemokrasi’ gibi neologismleri de bu çerçevede tartışmakta yarar var. Çünkü ancak böylelikle, örneğın ölkemizde ‘Meclis Televizyonu’ gibi uygulamalarla iyice saydamlaşan bir demokrasi evresine ulaşıldığı, ‘teledemokrasi’nin de bu evreyi nitelendiğı yollu iyimser teknolojist ideolojileri ters yüz edebiliriz. Elbette burada anti-teknolojici bir konumu benimsemenin de doğru olduğunu düşünmüyoruz. Ama medyanın söyleminin (yani öyküleme üslubunun) medyanın müdahale ettiğı, dahil olduğı her tür pratiğı, o pratiğın içeriğinden biçimine kadar değıştirdiğini unutmamak gerekiyor. Bunun ‘Meclis Televizyonu’ için anlamı, parlamento çalışmalarının bir ‘showa’, ‘televizyon show’una dönüştürölmesi olabilir. O halde ‘teledemokrasi’ kavramını daha çok siyasal retor ile televizyon aracının üsluplarının birbirine denkleşmesi, uygunluğı bakımından değıerlendirmekte yarar var.

K.H. Jamieson’un, Reagan’ın Amerikan politik yaşamındaki başarısına ilişkin iddiası, yani Reagan’ın söylevsel üslubu ile televizyonun üslubunun birbirine fevkalade uyması ve Reagan’ın başarısının *esas* olarak bu uyumluluktan kaynaklanması, saydamlık falan gibi iyimser görüşlerin ötesinde, çağdaş demokrasilerdeki siyasal yaşam ve pratikler için potansiyel bir tehlikeyi dile getiriyor. Artık başarılı olabilmek için ‘televizüellik’ olmazsa olmaz bir koşul haline gelmiştir siyasetçi için. Dolayısıyla siyasal yarışta ‘televizüellik’ bağımsız değışken, siyasal projeler ve siyasal önderlerin kişilikleri ise bağımlı değışken olmuştur. En ‘telejenik’ siyasal retor, sırf bu nedenle, başka nitelikleri hiç önemsenmeksizin, ‘teledemokrasilerin’ önderi olabilir. Yaşam bütünölle bir televizyon ekranına dönüşebilir, bizler de bu ekranın karşısında, televizyon izleme keyfini alabildiğine çıkaran İzleyicilere... Ama bu ekranda, televizyonun bildiğimiz ekranındaki diziler ya da filmlerden farklı olarak soygunları, cinayetleri, ölümleri, felaketleri ve bizi heyecanlandıran her ne varsa onları, bizim adımıza kurmaca karakterler değıl, bizler yaşarız. Bkz. Kathleen Hall Jamieson, *Eloquence in an Electronic Age: The Transformation of Political Speechmaking*, Oxford University Press, NewYork, 1988.

raçlarının kendi retorikleriyle birlikte, yine iletişim araçlarıyla toplumsal formasyonun çeşitli kerteleri arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi gereğini dayatır araştırmacılara. Örneğin biliyoruz ki, televizyon günümüzde sıradan vatandaş için siyasette tercih etme, seçme yapma ve desteğinin devamını sağlama bakımından çok önemli (belki bazı durumlarda tek) bir araçtır. Bu durum, siyasal kişiliklerin söz söyleme biçiminin bu araca uyma zorunluluğunu dayatır. Bu zorunluluk ise, televizyonun kendi retorikliğiyle bağlantılı olarak, diyelim ki, ‘televizyon kişiliği’ kavramını siyasal retorikle ilgili bir çözümlemenin olmazsa olmaz bir konusu haline getirir.

Ayrıca, özellikle kamusal iletişimin önemli bir bölümünün kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmesi sonucu, (siyasal tartışmaların televizyonla iletilmesi, siyasi parti başkanlarının basın toplantıları, kamusal sorunları irdeleyen belgeseller kitle iletişim araçlarının bu işlevinin örnekleridir) bu kamusal alanda politikacıların yanı sıra yeni bir tür retorun ortaya çıktığını da görüyoruz. Bunlar gazeteciler.²³ Dolayısıyla politikacıların retoriklerini çözümlerken bu yeni retorların konumlarını, etkililiklerini ve güçlerini de çözümleme çerçevesine dahil etmek gerekiyor. Gazetecilerin siyasal retorik çalışmalarında çözümleme kalemlerinden biri olarak ele alınması çok önemli, çünkü medya profesyonelleri olarak, her şeyden önce iletişim araçlarının özgül retorik ekolojisini en iyi bilen, kullanabilen ve değerlendirebilenler onlar. Bunun yanı sıra gazeteciler, yine meslek gereği, alımlayıcı konumunda olanların nabzını sürekli tutmak, alımlayıcıların retorik ekolojilerini tanımak durumundalar.

²³ Lloyd F. Bitzer, “Rhetorical Public Communication”, *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 4, no. 4 (1987): 425-26. Pearce ve Weiler, Reagan yönetimi için şu benzer değerlendirmeyi yapıyor: “Reagan ve yardımcıları gündemi ve kamusal alanda neyin tartışılabilir, neyin tartışılmaz olduğunu belirlemekte etkili olmakla kalmadılar, daha da özsel bir düzeyde kamusal tartışmalarda iddialar ve deliller arasındaki ilişkiyi büyük ölçüde yapılaştırmak ve geçerli başka görüşlerin alanını sınırlamak becerisini de gösterdiler”. Bkz. W. Barnett Pearce and Michael Weiler, “Introduction: The Rhetorical Analysis of the Reagan Administration” içinde, Michael Weiler ve W. Barnett Pearce (eds.), *Reagan and Public Discourse in America*, The University of Alabama Press, Tuscaloosa, 1992, 6.

Ancak retorik çalışmalarının günümüzdeki kapsamını tanımlayan yeni unsurlar sadece bunlar değil. İletişim araçlarına özgü kavramlaştırmaların yanı sıra iletişim araçlarının anlatı türleri de, örneğin yorum, köşe yazıları, ciddi haberler kadar magazin haberler ve diğer popüler temsil formatları da bugün retorik araştırmalarının konusu haline gelmiştir. Nihayet, bu kitle iletişim araçlarının dışında, özellikle kamusal alanlardaki (örneğin kiraathane, birahane, bunların yanı sıra günümüzde çok da önemli bir siyasal arena haline gelen cami vb.) iletişim kanallarının ve bu alanlardaki siyasal dilin de incelenmesi, siyasal retorik araştırmaları için büyük bir önem taşımaktadır.

Burada Özalıcılığın retorikliğiyle ilgili genel bir saptama, tartıştığımız bu çözümleme çerçevesiyle hem bir bağlantı kurulmasına, hem de tartışmayı ilerletmeye yardımcı olabilir: Özalıcılık Türkiye’de kamuoyunu oluşturan unsurlarla birlikte sıradan vatandaşın, kullanılan söz dağarından, görüşlerin formüle edilme biçimine ve üslubuna kadar, siyasal konuları konuşma tarzını etkilediği gibi, hangi konuları tartışacağını da tarif etti. Öyle ki, toplumun birbirinden çok uzak, hatta birbiriyle hiçbir ortak düzlemde buluşamayacak kadar çelişkili alanları ortak bir siyasal dil paydasında birleştiler. Özalıcılık birçok görüşü dışlayan, diğer görüşlerin gücünü ve etkisini kıran, geniş bir konular alanının tartışılmasını kendi gündemine uygun yapılar haline getirmeye zorlayan bir söylemsel hegemonyayı gerçekleştirdi.²⁴ Demek ki elimizde, hem yaşadıklarımızı anlamaya ve yaşayacaklarımızı öngörmeye hem de hegemonik ilişkilerin kurulmasına ışık tutacak bir çözümleme konusu bulunuyor.

²⁴ Burada hemen retorik çalışmalarının temel sorunlarından birini belirterek, bu sorunu biraz açmak gerekiyor. Retorik çalışmaları siyasal iletişimin bir konusu olarak ele alındığında, siyasal olguların açıklanmasında retorikğin sanki özsel belirleyici bir etkenmişçesine değerlendirilmesi, ya da söylenenlerin bu tür bir değerlendirmeye el veriyormuşçasına anlaşılması zaman zaman kaçınılmaz olabilir. Elbette Özalıcılığın hakim söylem olmasında retorikğinin büyük etkisi var. Ama tek en önemli etken bu değil kuşkusuz. Örneğin, Özalıcılığın bir iktidar bloğu olarak ortaya çıkmasında, bu söylemin dinsel akımlardan, tarikatlardan, muhafazakârlardan, liberallere kadar birçok kesimle retorik etkililiği aşan düzlemlerde, kimi zaman doğrudan, kimi zaman da dolaylı olarak kurduğu ilişkilerin rolü çok önemli oldu.

Özalcılık: İş Bitirme, Ortadirek ve Vizyon

Özal kendisini gelmiş geçmiş en demokrat siyasal önder olarak topluma sundu (ve popüler medya tarafından bu şekilde temsil edildi). Ama ne ilginçtir ki, demokrat önder Özal, halkın ortakduyusunda yer etmiş özlü sözlerle ifade edilen ve dili eylem adına bastıran bir anti-demokratik eğilimi, hem politikacı olarak kendisinin hem de siyasal heyet olarak partisinin hakim retoriği olarak formüle etti: 'iş bitirmek, iş bitirici olmak, iş bitirici bir hükümet olmak'. Böylelikle 1980 hükümet darbesinden sonra, Türkiye'ye ekonomik alanda yeni olduğu iddia edilen bir proje sunmasının yanı sıra, siyasal yaşamın demokratikleşmesi başlığı altında projelendirilen bir de program sunan, dolayısıyla demokrasiyi yeniden-kurma girişiminde başı çektiği iddia edilen Özalcılık hareketi, demokrasi ilkesiyle temelden çelişen ve demokrasiye karşı en etkili potansiyel tehlikelerden birini oluşturan 'lafazanlık değil, iş bitiricilik' retoriğiyle de popülerlik kazandı.

Özal'ın eylemi dilin önüne koyma girişiminin gerekçeleri, ister istemez yine dilde kaynağını buluyor. Ancak Özal retoriğinin, burada daha önce herhangi bir siyasal veya toplumsal proje için alışlagelen tarz formülleştirimlerden önemlice bir farkı var. Bir kere bu retorik, büyük ölçüde ortakduyuda yer etmiş kimi özlü sözlerden veya kimi sav sözlerden yararlanıyor. Kimi zaman bir ölçüde değiştirilerek telaffuz edilse de, bu formül-sözler kolektif zihinde hemen aslını çağrıştırıyor. Yani Özal'ın ortakduyuda (halk dilinde) hemen yankısını, karşılığını bulan özlü sözlerle derdini anlatmaya çalışması, retoriğinin önemli bir özelliği. Ama bu aynı zamanda retoriğinin etkili olmasının da bir nedeni.

Özalcılığın 'iş bitiricilik' retoriğinin etkililiğinde ve popülerleşmesinde, 1980 darbe yönetiminin darbe öncesine ilişkin değerlendirme ve iddialarının (etkileşimsel bir süreç olarak politikaya ve politikacıya karşı bir hareket olması nedeniyle çok doğal olarak siyaseti ve siyaset adamlığını, sadece laf üreten, kendi çıkarlarını ürettikleri bol lafın ardında yürüten ve bunca laf kalabalığı altında

ülkeyi 11 Eylül 1980 günü, artık dayanılamayacak bir uçurumun e-
şiğine getirme mesleği olarak tarif eden bir retoriğin) etkisi de pek
küçümsenemez. Darbeyi meşrulaştırmada asal gerekçe olarak kul-
lanılan bu retorikte, 12 Eylül-öncesi politikacıları beceriksiz, başa-
rısız ve kendi çıkarlarını düşünen kişiler olarak tarif edilmişlerdir
(ki bunların büyük bölümü on beş, yirmi yıl siyaset sahnesinde et-
kin bir rol üstlenmiş ve yürütmüşlerdir). Bu tarifi halka satılması
için de, yine ortakduyunun özlü sözlerinde ifadesini bulan iddialar
kullanılmıştır. Darbe yönetiminin eski siyasal heyetlerin Türk siya-
sal hayatından silinip gitmesini, onların yerine (Kenan Evren'in
deyişiyle, 'vatanını, milletini kendinden çok seven, becerikli ve işi-
nin ehli') yeni siyasal kadroların gelmesini sağlayacak siyasal ve ya-
sal düzenlemeleri hep bu retoriğe dayanılarak gerekçelendirilmiştir.

Görülüyor ki, Özal'ın yaptığı aslında 12 Eylül askeri yönetimi-
nin retoriğini, gerekçeleriyle birlikte yeniden-formüle etmekten
başka bir şey değildir. Özal'ın bu retoriği, Özalcılığı tanımlayan a-
sal alt-söylemlerinden birine, yani yeni-eski karşıtlığına yaslan-
maktadır.

Eski'ye karşı Yeni

Yeni ve eski kavramları, işlenmemiş halleriyle, zihinlerde hemen
bir karşıtlık düşüncesini uyandırır. Bu dilin işleyişinden, popüler ve
pratik aklın araçsallığından kaynaklanır. Yeni eski-olmayandır ya da
tersi. Oysa, biraz düşünüldüğünde ve bu kavramlar çözümlendi-
ğinde, yeni ile eski arasında birbirlerini karşılıklı olarak gerektiren,
olmazsa olmaz bir ilişki bulunduğu görülür. Böylesi bir karşılıklı-
gerekliklik ilişkisinin yanı sıra, eski ve yeni kavramlarını pratiğe taşı-
dığımızda, bunların birbirlerini içerdiklerini de, yani eskinin yeniyi,
yeninin de eskiyi barındırdığını belirleriz.

Özalcılığın eski-yeni söyleminin ussal dayanağını, bu kavramla-
rın ussal çözümlemesi değil, işlenmemiş halleri, yani eski-yeni uz-
laşmaz karşıtlığı oluşturmaktadır. Bu anlamda, eskiyi kargaşa, gü-
vensizlik, tıkanma, huzursuzluk, bölünme, lafazanlık, kişisel ve
geçmişe yönelik hesaplaşmalar, tepişmeler, beceriksizce yürütülen

yanlış ekonomi-politikalar vb.; yeniyi ise, bütünlük, uyum, geleceğe yönelik ve geleceği kavrayan, eskinin kısır hesaplaşmalarından kendisini kurtarmış bir ‘vizyon’, durum ne gerektiriyorsa o yönde hemen karar verip *eyleme* geçme gibi nitelikler tanımlamaktadır. Özalcılığın bu söylemi, önce bu tanımlı toplumun büyük bir bölümü için geçerli, kabul edilir kılacak bir retoriği gerektiriyordu. Daha sonra da kendisini bu kabul edilen yeni tanımına uygun olarak sunacak, diğer(ler)ini de eskiyle kuşatacak bir retorik kurgulanmalıydı. Özalcılığın toplumda hakim bir söylem haline gelmesi, bu retoriğin başarıyla kurgulanmasının bir delilidir.²⁵

Böyle bir dikotomiye yaslanan ve kendisini olumlu terimlerle (yani ‘yeni olan’ olarak) tanımlayan, üstelik pek de uygun bir toplumsal zemine oturan bir söyleme karşı mücadele vermenin zorluğu ortadadır. Nitekim 12 Eylül yönetiminde, demokrasi sürecinin başlamasına izin verildiği ilk seçim komedisinde, Özal’ın ANAP’ı karşısında yer alan Sunalp’in MDP’si eskimeye yüz tutmuş bir darbe yönetiminin temsilcisi olarak, Calp’in HP’si ise yine ‘sert, uzlaşmaz, polemikçi’ bir eski muhalefet anlayışının temsilcisi olarak, aslında yeni oluşturulmuş birer siyasal heyet olmalarına karşın, bu söylem karşısında çaresiz kaldılar, zaman zaman da gülünç duruma düştüler. Özal daha sonraki siyasal muhaliflerini de, hep eskiyi anımsatarak ve onları eskiyle şu ya da bu biçimde ilişkilendirerek steril etmeye çalıştı; Özalcılığın medyadaki sözcüleri de bu retoriği sürekli canlı tuttular. Bu retorik içinde ‘ortadirek’ ve ‘vizyon’ terimleri, özellikle Özalcılığın ‘yeni olan’a, yani kendisine ait olarak tanımladığı birlik, bütünlük ve uyumluluk ile geleceğe yönelik ve geleceği kavrayıcı olma niteliklerinin ‘kabul ettirilmesi’nde önemli bir rol oynadı.

²⁵ Ancak bu söylem kendi içinde de bir rahatsızlığı, bir gerginliği taşıyor. Nihayet Özal da süttten çıkmış kaymak gibi apak ya da yepyeni bir kimlik değildi. Nitekim, Özal’ın muhalifleri onu eskiyle buluşturmaya, onun eskiyle bağını ortaya koymaya çok çalıştılar. Onun MSP’den İzmir milletvekilliği adaylığı bunun bir örneğidir. Özalcı retorik genellikle suskun kalarak bu tür girişimleri savuşturmaya yeğledi. Bu doğru bir tavırdı, çünkü geçmişe yönelik polemiklere girmek Özalcı eski/yeni söylemine ters bir durum yaratacaktı. Polemiğe alışmış Özal muhalifleri ise, bu (retorik) suskunluk karşısında kelimenin tam anlamıyla (deyimin uygunluğu kabalığını bağışlatsın) ‘çuvalladılar’.

Toplumsal bilimlerin geleneksel ‘orta sınıf’ kavramına Özalıcılığın retoriğinde karşılık gelen bir söz ‘ortadirek’. Geleneksel toplumbilimin orta sınıf kavramı gelir ve tüketim düzeyi, özellikle de tüketim kalıplarıyla tarif ediliyor. Bu kavram, böylece, Marx’ın, üretim ilişkilerindeki konumlarına göre sınıf kavramlaştırımından farklı ve daha muğlak, çok daha esnek ve devingen bir fenomeni anlatıyor. Bu devingenlik özellikle toplumsal mertebeler arasındaki dikey dolaşımı ve bu dolaşımın görece kolaylığını ima ediyor. Bu ise, ‘orta sınıf’ kavramına ideolojik birtakım renkler katıyor kuşkusuz. Geleneksel toplumbilimin toplumu ve toplumsalı sorunsallaştırımına ilişkin kendi ideolojik problemleriyle ilgili bir konu bu. Ama bu tür bir sorunsallaştırmanın, toplumsal pratik bakımından, özellikle sınıf politikaları ve sınıflara ait toplumsal ve politik projelerin kurulması açısından önemli yananlamları, uzantıları da var. ‘Orta sınıf’ kavramından mülhem ‘ortadirek’ sözü de hem benzer, hem de ilave bazı yananlamları içlemiyor.

Orta direk, düz anlamıyla bir yapının (geleneksel göçer toplumların mekân kavramlarında merkezi yeri tutan çadırların) ayakta durmasını sağlayan (çadırın ortasında bulunan) en önemli direği, mecazi anlamıyla ise bir varlığın en önemli dayanağını, bu varlığı ayakta tutan asal etkeni dile getiriyor, insanın omurgası gibi. Bu kavram, böylelikle Özalıcılığın bütünleştirici, uyumlaştırıcı retoriğinin başlıca dayanağını da oluşturuyor. Etkisi ise, işçi sınıfı/sermaye gibi toplumsal çatışmayı ima eden kavramlaştırmaları sterillemesinden kaynaklanıyor. Çünkü ‘ortadirek’lik niteliği, toplumsal pratik alanına taşındığında, hem ekonomik, hem de ekonomik-olmayan anlamlara açık. Toplumun ortadireği olmak, insanın kendisini öyle hissetmesiyle, toplumu ayakta tutan temel bir unsur ya da bu unsurun bir parçası olarak görmesiyle mümkün. Böylelikle, hiçbir kamusal alanda, hiçbir zaman birbirlerinin eşiti olarak karşı karşıya veya yan yana gelmeyen ve gelemeyecek farklı kesimlerden insanlar, retoriğin çağırdığı bir alanda, bu çağrıyı ka-

bul *ederler* ve benimserlerse, birbirlerinin eşiti olarak bir araya gelebiliyorlar. Dolayısıyla bir büyük işveren, kolayca ve pek de yadırganmaksızın, ‘ben de ortadireğim’ diyebiliyor, bunun yanında işçi de, köylü de, memur da ortadirek olduğunu iddia edebiliyor. Böylelikle ‘ortadirek’ retorığı, hiç değilse dil düzleminde toplumsal bir perçinleme işlevi görüyor ve birlik ve bütünlük imajının kurulmasına katkıda bulunuyor. Özalcılığın özellikle en etkili olduğu dönemlerde, bu retorığın çağrısının oldukça yaygın kabul gördüğünü saptayabiliyoruz.²⁶

Ne var ki retorığın çağırıldığı dilsel bir alandaki eşitlik hiçbir zaman güvenli, sağlam ve çelişkisiz olamaz. Üstelik bu alan tam da anlamsal mücadele alanıdır. Nitekim, işçilerin hak eylemlerinde veya siyasal protesto gösterilerinde ‘ortadirek dediler, hakkımızı yediler’ şeklinde pankart açmaları, slogan atmaları, ‘ortadirek’ retorığının yine çok etkili bir muhalif retorığe dönüştürülmesinin bir örneği olarak ortaya çıkıyor.

Vizyon

Vizyon, Özal’ın politik söz dağarımıza dışarıdan alıp dahil ettiği bir sözcük. Bu nedenle de, ‘ortadirek’ ve ‘iş bitirmek’ gibi halk dilinde bir ölçüde Özal’ca kullanılan yan anlamlarıyla da zaten varolan yerli sözcüklerden farklılık taşıyor. Aslında bu farklılık, Özal ile modernlik ilişkisinde belirttiğimiz karşıtlıkların bir aradalığıyla da ilgili.

Gerçekte vizyon sözcüğüyle Türklerin tanışıklığı Özal’dan önce, sinemanın yaygınlaşmasıyla başladı. Sinemayla ilgilenenler ‘bir fil-

²⁶ Bir retorığın ne denli başarılı olduğu, bu retorığın kurucu unsurlarının gündelik yaşamın içinde kendisine bulduğu yerle, yani gündelik dil alanında kullanımıyla da ölçülebilir. Gündelik dilde, farklı bir bağlamda da olsa, yani bağlam kaydırmasıyla da olsa bu unsurların sıklıkla kullanılır hale gelmesi, örneğin, ders çalışmak konusunda babasına ayak direten bir çocuğa babasının ‘evladım, büyük düşünmelisin’ diyerek bu direnişi kırmaya çalışmasından, sevgilisiyle tartışan bir delikanlıya bir başka delikanlı arkadaşının ‘artık iş bitirici olmalısın’ öğüdünü vermesine kadar, bunların gündelik dilde dolaşıma girmesi retorik etkililiğin bir ölçütüdür.

min vizyona girmesi' dendiğinde 'o filmin gösterime girdiğini' anlıyorlardı. Ama Özal'la birlikte vizyon sözcüğü Türkçe'de, 'gösterim'den farklı anlamıyla kullanılmaya başlandı ve yine Özalcılığın sıklıkla kullandığı 'büyük düşünme', 'dünyaya açılma', 'dünyayla bütünleşme', 'globalleşme' gibi günümüzün diğer moda retorikleriyle birlikte Türkiye'ye ilişkin Özalcı projenin, özellikle dünyaya, dünyanın gelecekteki biçimlenmesine yönelik retorik unsurunu oluşturur oldu. Bu retoriklerin içinde 2000'li yıllar, 21. yüzyıl ve bu tarihlere atfedilen anlamlar özel bir önem taşıyor. Aslında kendilerine yüklenen anlamlarıyla birlikte bu tarihler kurgulanır birer imajdan başka bir şey değil. Ama başarılı bir retoriğin etkisini de, bu imajların zihin haritalarımızda ne denli önemli birer dönemeç olarak kabul gördüğünü düşündüğümüz zaman kolayca saptayabiliyoruz. Öyle bir kurgu ki bu, neredeyse hepimiz, 2000'li yılların insanlık tarihinde radikal bir değişmeye tanık olacağına, bir kopuşa neden olacağına inanmaya başladık. Ama bu değişimin tam olarak nasıl olacağı, formu, içeriği pek de net değil. İşte burada da, 'megatrend'ler' gibi, bir bakıma neredeyse bilimkurgu dokuntuları taşıyan metinlerin popüler dolaşıma girişine tanık oluyoruz. Vizyon sözcüğü, vizyon gücü ve vizyon sahibi nitelemeleriyle işte bu anda etkili bir retorik olarak devreye giriyor.

'Vizyon', Özalcılığın, eski/yeni dikotomisiyle nitelenen alt-söyleminde kendisini konumlandığı mekânı, yani yeni olan'ı tanımlamakta kullandığı bir deyim. Kendisine yönelik bu olumlu tanım, kendisine karşı olanları da olumsuz olarak konumlandırıyor. Bu olumsuzluk, eskiler'in geleceği kavrayabilme yetisinden yoksun olduklarını, geleceği, bırakın kavrayabilmelerini, hayal bile edemediklerini, geçmişe dair döngüsel, kısır tartışma ve çekişmelerle malul olduklarını ifade ediyor. Ama bu sözcüğün esas çağırdığı kesimler sıradan vatandaşlar değil, 2000'li yıllar problemi, mega-trend'ler, dünyanın gidişatı ve Türkiye'nin bu gidişat içinde kendisine bulacağı yer gibi konularla zihinlerini yoran, özellikle de vizyon gibi yabancı kökenli bir sözcüğün bu anlamını zaten bilen ve gündelik yaşamlarında dolaşıma sokmuş ya da kolayca sokabilecek olanlar. Bunların ço-

ğunluğu ise zaten dünyayla, özellikle de Amerika'yla eğitim, ticaret vb. alanlarda yakın ve dolaysız ilişkide bulunan kesimler. Böylelikle vizyon sözcüğü etkisini popölaritesinden değil, daha çok bu sözcüğün çağırdığı ve bu sözcüğü içselleştiren, görece dar ama ekonomik ve siyasal olarak nüfuzlu kesimlerin gücünden alıyor. Ne var ki Özalcılığın eski/yeni söyleminin, eskinin ufuk kısırlığı (ya da ufuk-suzluğu) ile yeninin (yani kendisinin) geniş ufku arasındaki karşıtlığı dillendiren retorığinde, popüler cazibesi olan bir başka deyim, yani 'büyük düşünme' deyimini kullanılarak, 'vizyon' sözcüğünün hitabet alanı, daha geniş toplum kesimlerini de *içerecek* bir şekilde genişletilmiştir. Özalıcı retorikte bu iki deyim birlikte kullanılması, farklı toplumsal kesimler için farklı retorik unsurların, ortak bir anlam seti etrafında bitleştirilmesinin etkili bir örneği olarak, bu retorığin kurgusundaki özeni ve başarıyı ortaya koyuyor. Gerçekten de, birçok alanda olduğu gibi, siyasal retorik alanındaki uygulamalarıyla da Özalıcı pratikten öğreneceğimiz çok şey var.

Özetle

Bu yazıda, hayatımızı olduğu kadar zihin haritalarımızı, duygu yapılarımızı da, şu son ondan fazla yıl içinde kimilerine göre tümüyle, kimilerine göre de önemli ölçüde etkilemiş olan bir fenomenin, yani Özalcılığın, en başarılı olduğu yönlerinden birini, yani retorığini kavrayabilmemiz için gerekli olduğunu düşündüğümüz bir kavramsal çerçevenin nasıl kurulabileceğini tartıştık. Yazının asıl derdi buydu.

Peki ama bu derdin gerekçesi neydi? Öncelikle tarihin her döneminde siyasal güçle şu ya da bu ölçüde bir ilişkisi olan retorik gücün, günümüzün dönüşen iletişim ortamında bu ilişkisini daha da sıkılaştırdığını, dolayısıyla siyasal gücünü iyice artırdığını düşünüyoruz. Ronald Reagan'a 'büyük iletişimci' nitelemesinin yakıştırılması bu düşüncenin geçerliliğinin sağlam bir delili olsa gerek. Böyle bir saptama, siyasal iktidara ilişkin herhangi bir çözümlemenin retorik, dil, popüler kültür, modernlik tartışmaları dışarıda bırakıldığı taktirde eksik kalacağını içermektedir.

Herhangi bir fenomeni kuşatması amaçlanan bir kuramsal inşaat, müdahale edeceği fenomene de şu ya da bu ölçüde gönderme yapmaktan kendisini alıkoyamaz. Biz de böylesi bir kavramsal çerçevenin, daha kurulurken, Özalcılığa müdahale edebileceği alanları zaman zaman tartıştık. Özalcılığa ilişkin literatüre baktığımızda, gazeteci-yazarların çalışmalarıyla, kendileri böyle bir tanıımı reddetse bile, burada kurmaya çalıştığımız kavramsal çerçeve içinden bakıldığında, Özalcı olarak niteleyebileceğimiz medya profesyonellerinin köşe yazıları, röportajları, televizyon programlarıyla bu alanlara, hem müdahale ettiklerini hem de bu alanların kurulmasına katıldıklarını görüyoruz. Dolayısıyla buralar tamamıyla boş bırakılmış, göz ardı edilmiş alanlar değil. Ama bu alanlara akademik müdahalenin çok kısır kaldığı, bu alanda akademik bir retorik kıtlığı yaşandığı da bir gerçek. İşte yazının derdini gerekçelendiren de bu retorik kıtlığının yarattığı rahatsızlık oldu. Bu rahatsızlığa eşlik eden bir de beklentimiz vardı ki, o da, bu yazının tüm eksikliklerine karşın, Türkiye’de siyasal retorik alanında gecikmiş olduğunu düşündüğümüz tartışma ve çalışmaları başlatmasıdır.

Kaynakça

- Berman, Marshall, “Why modernism still matters”, içinde Scott Lash ve Jonathan Friedman (ed.), *Modernity and Identity*, Basil Blackwell, Oxford, 1992.
- Bitzer, Lloyd F., “Political Rhetoric” içinde, D. Nimmo ve K.R. Sanders (eds.), *Handbook of Political Communication*, Beverly Hills, Sage, 1981.
- “Rhetorical Public Communication”, *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 4, no. 4, 1987: 425-428.
- Bourdieu, Pierre, *Language and Symbolic Power*, (ed.) John B. Thompson, Harvard University Press, Cambridge, 1991.
- Corcoran, Paul E., “Language and Politics” içinde, David L. Swanson ve Dan Nimmo (eds.), *New Directions in Political Communication: A Resource Book*, Sage, Newbury Park, 1990.
- Giddens, Anthony, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford University Press, Stanford, 1991.

- Gramsci, Antonio, *Selections from the Prison Notebooks*, Quentin Hoare ve Geoffrey Nowell Smith, International, New York, 1971.
- Gronbeck, Bruce E., "Popular Culture, Media, and Political Communication" içinde, D.L. Swanson ve D. Nimmo (eds.), *New Directions in Political Communication: A Resource Book*, Sage, Newbury Park, 1990.
- Hauser, Gerard A., "Features of the Public Sphere", *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 4. no. 4, 1987, 437-441.
- Jamieson, Kathleen Hall, *Eloquence in an Electronic Age: The Transformation of Political Speechmaking*, Oxford University Press, New York, 1988.
- Morley, David, "The Construction of Everyday Life: Political Communication and Domestic Media" içinde, David L. Swanson ve Dan Nimmo (eds.), *New Directions in Political Communication: A Resource Book*, Sage, Newbury Park, 1990.
- Mutlu, Erol, "Habermas ve Lyotard: Steurman'ın Yazısına Müdahil Notlar", *İLEF Yıllık '93*, 1994: 187-94.
- Norris, Christopher, *What's Wrong with Postmodernism: Critical Theory and the Ends of Philosophy*, John Hopkins Uni. Press, Baltimore, 1990
- Özbek, Meral, *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*, İletişim Yay., İstanbul, 1991
- Schudson, Michael, "How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols", *Theory and Society*, 18: 153-180, 1989.
- Swanson, David L. ve Dan Nimmo (eds.), *New Directions in Political Communication: A Resource Book*, Sage, Newbury Park, 1990.
- Weiler, Michael ve W. Barnett Pearce (eds.), *Reagan and Public Discourse in America*, The University of Alabama Press, Tuscaloosa, 1992
- Williams, Raymond, *Television: Technology and Cultural Form*, Fontana, London, 1974.

MEDYAKRASİ VE DEMOKRASİ: REFAHYOL'UN MEDYATİK HİKAYESİ*

Teknolojik gelişmeler insanların söz dağarcığına yeni yeni terimlerin ithaline neden olur. Yeni buluşlar, yeni yaşam pratikleri ve dünyaya yeni müdahale biçimleri, kısacası yeni dünya anlamlamaları demektir ve bunlar dilde bir şekilde karşılıklarını bulurlar. Özellikle 20. yüzyıl bu bakımdan hepimizin sözlükçesini daha önce rastlanmadık ölçüde zenginleştirmiş; teknolojiye has kimi terimler, sırf bu alanla kısıtlı kalmayıp bizim gündelik yaşamımızı, toplumumuzu, dünyayı tanımlamamızda da yaygın biçimde kullanılır hale gelmiştir. İşte medya ve medyatik bu türden terimlerdir ve günümüzde gündelik yaşamımızı tecrübe ederken, onlarsız yapamayacağımızı herhalde herkes kabul etmek zorundadır. Öyle ya, bugün medyatik bir dünyada yaşamadığımızı kim iddia edebilir ki?

Medyatik Bir Dünya Sorunu

Günümüzün pek çok popüler inanç ve görüşünden biri de, teknolojinin ideolojilerden ya da 'bu yazıda kullanılan' anlamıyla, zihinsel yapılarımızdan (tercih ve yönelimlerimizden) bağımsız, kendi özgül mantığı doğrultusunda gelişen bir süreç olduğudur. Bizzat bu görüşün bizce apaçık olan ideolojik tonlarını göz ardı ederek bu genel kabule katılsak dahi, teknoloji dilinin toplumsal hayatı açıklayacak biçimde düşünce düzeneklerimize ithaliyle birlikte, yani toplumsal ilişkilerimizi düzenlemedeki kullanımıyla, bu dilin ideolojik renklere büründüğünü de inkar edemeyiz. 'Medyatik dünya' da, popüler dilde yaygınlaşmaya, böylelikle insan ile insan ve insan ile çevresi arasındaki

* *Yeni Türkiye*, Eylül-Ekim (Yıl: 2, sayı: 11), 1996: 679-699.

ilişkileri tanımlamaya başladıktan sonra, artık olanı olduğu gibi anlatan değil, içirimleri ile neredeyse tek bir düşünsel pozisyonu dayatan ve diğerlerini dışlayan bir ‘ideolojik’ terim haline gelmiştir.

Peki bu ‘medyatik dünya’yı hakkını verecek şekilde nasıl tasvir edebiliriz? İşte yine herkesin cevabını elde bir gördüğü, ama aslında cevaplaması fevkalade zor sorulardan biri daha. Eğer dünyanın medyatikleştiğini kabul ediyorsak, medyatik olmayan bir medyatik dünya tanımının günümüzde mümkün olmadığını da kabul etmemiz gerekiyor. Biraz daha açacak olursak, medyatik dünya iddiası, dünyanın ancak medya aracılığıyla tasvir edilebileceğini içermektedir. Yani medyatik dünya, medya dolayımıyla tarif edilen dünya demektir. Burada karşımıza şöyle bir sorun çıkıyor: Eğer medyatik dünyayı ancak medya aracılığıyla tasvir edebiliyorsak, o halde medyayla dolayımlanmayan ya da bir başka deyişle, medyatik dille kurulmayan bir tasvirin de pek mümkün olamayacağını söylememiz gerekiyor. Medyatik dünya her şeyin medya diliyle kurulması ve kurgulanmasını dile getirmektedir çünkü. Sorun da bu noktadadır. Çünkü medyanın gücü, yaygınlığı ve benzeri nitelikleri üzerinde herkes hemfikir olmakla birlikte, medyanın gerçeği çarpıttığı genel eleştirisinde de hemen herkes mutabık görünmektedir. O zaman medyatik dünya terimini hakıyla, yani bu terimin çizdiği gerçekliğin sınırları dışından tanımlayabilmemiz için, medya dilinin üstünde, hiç değilse bu dil tarafından en az düzeyde kirlenmiş bir dile ihtiyaç bulunmaktadır.

Ama medyatik bir dünyada acaba böyle bir dilin varlığından söz edebilir miyiz? Bu soruya olumlu bir cevap vermenin zorluğu, sokaktakinden, aileye, okuldakinden stadyumdakine kadar her mekânda tedavülde olan dillere bakıldığında hemen ortaya çıkar. Elbette giderek içrekleşen (esoteric) bir ‘akademik’ dilin varlığından söz edilebilir ve bu dilin medyatik dilin etkisinden uzak kaldığı öne sürülebilir. Burada da hemen bir başka soruna değinme gereği ortaya çıkar. O da genel bir entelejensiya (niye aydınlar, aydın kesim gibi bu terimin Türkçelerini kullanmadığımız, yazının biraz ileri bir evresinde, Türkiye’ye baktığımızda ortaya çıkacaktır) sorunudur ve Türkiye kadar, dünya da bu sorundan mustariptir.

Entelejensiya Sorunu

Toplumları uyaran, aydınlatan, yönlendiren ya da daha demokratik bir dille söylenecek olursa, toplumla arasında canlı bir bağ kurmuş ve bu bağı zenginleştirerek sürdüren bir entelejensiya kavramı, son iki, üç on yıldır epey sorunlu hale geldi. Örneğin Russel Jacoby, *Son Entelektüeller* adlı kitabında bu sorunu ortaya koyuyor ve Daniel Bell'den bu yana Amerika'da böylesi bir entelektüelin ortaya çıkmadığını belirtiyor. Entelejensiyanın kaynağı olan üniversiteler ise kendi dar çevresine kapanıp dışarıya aydın ihraç edemeyen kısır kurumlar haline gelmişlerdir Jacoby'ye göre. Todd Gitlin, 'İletişimin Siyaseti, Siyasetin İletişimi' başlıklı provokatif yazısında, bu kısırlığı akademia'da giderek hakim hale gelen 'kötü yazı' pratiğine bağlıyor. Şöyle diyor Gitlin: "Akademisyenler ... (yazılarını) rutin olarak ve hermetik (kendi içine sıkı sıkıya kapanmış) olarak jargonla ve edilgin kiple yüklü, donuk, hatta büyük bir tutkuyla karmaşıklık çizgisinden muğlaklık çizgisine geçerek" yazmaktadırlar. 'Kötü yazı', yani 'içrek, anlaşılmaz ve erişilmez bir üslupla yazmak', akademik olarak varolmanın, ilerlemenin temel ölçütüdür; aksi taktirde bu çevreye adımını atmış müstakbel bir akademisyenin yükselebileme şansı bulunmamaktadır. Gitlin, 'kötü yazma pratiği'nin, yazının ele aldığı konunun karmaşıklığı ve zorluğuyla, girift ve anlaşılması zor düşünceyi aktarmayla ilgisi olmadığını da belirtiyor. Dolayısıyla 'kötü yazı' pratiği, sadece akademia'nın toplumla bağını koparmasının, 'akademikliğin temel koşulu olan toplumla genel bir söyleşme'den (diyalog) uzaklaşmasının bir sonucudur.

Sözünü etmiş olduğumuz genel entelejensiya probleminde, yani entelejensiya-toplum bağının hasar görmesinde akademia'daki uzmanlaşmanın, kabuğuna kapanmanın, Gitlin'in deyişiyle 'muammanın kutsal halesi'yle efsunlanmış bir çevreye aidiyetle tatmin olmanın şüphesiz etkisi fazla olmuştur. O halde 'kötü yazı'yla malul ve mefluç bir akademia'nın dar çevresine kısıtlanmış bir dille medyatik dünya terimini tanımlamanın anlaşılabilirlik ve erişilebilirlik problemi olması nedeniyle, kafa karıştırmaktan öte, hele ki besbelli

ortada olanı ‘muammanın kutsal halesi’yle efsunlamaktan öte pek bir yararı olmayacaktır. Şimdi bu konunun Türkiye’deki yansısına bakalım. Türkiye entelejensiyası acaba ne durumda?

Medyatik Aydınlar

80 ortalarından itibaren, yani Türkiye’de entelejensiyanın dayandığı kavramları şu ya da bu nedenle (büyük ölçüde demode olmaları nedeniyle) terk edip ama kavram(lar)sız da yapamayacağı için moda olan (çoğunca medyatik olan) yeni kavramları ithal edip, bunları oldukları gibi veya uyarlayarak kullanmaya ya da yenilerini uydurmaya başlamasına bir de bu çevredeki medyatikleşme eğilimi eşlik etti.

Bu eğilimin, yazının gözden düşmesiyle, dergilerde kapakların, gazetelerde renklerin ve resimlerin, içerik-biçim diyalektiğinde biçimin (haydi burada Baudrillard falan gibilerin kulaklarını çınlatmak amacıyla bir de göstereni ekleyelim) öne çıkması ve tanımlayıcı etken olmasıyla koşut geliştiğini de belirtmek gerekiyor. Medyatikleşme bir anlamda da, bu kavramsal altüst oluşlarla birlikte, kendisini entelejensiyanın bir parçası olarak gören hemen herkesin (ideolojik bağlantıları en sıkı olanların bile) kafasının karışması ve bunun sonucunda entelektüalizmin toplumsal getirisinin iyice azalmasına ve entelektüelliğin hızla gözden düşmesine, itibar aşımına karşı bir yeniden-gözdeleşme çırpınışıydı.

Burada yukarıda ortaya attığımız ve okuru yazının ilerleyen kısımlarına da bağlamayı amaçlayan, televizyon jargonundaki deyişle teaser’in, yani aydınlar yerine entelejensiya demekteki ısrarımızın nedenini de açıklayabiliriz artık: Dilimize iyice yerleşmiş olan aydın kesim tekili veya aydınlar çoğulu yerine entelejensiyayı kullanmamızın nedeni, bu itibar aşımına eşlik eden popüler-pejoratif ‘entel’ deyiminin entelejensiyaya daha kolay (televizyon jargonundan bir başka terimle) senkronize olmasıdır.

Bir ünlü hanım sosyoloji profesörünün parlak ve pahalı malzemeye basılı çok cafcacılı bir dergideki, medyatikleşme eğilimine örnek olabilecek röportajını anımsıyoruz. Bu değerli toplumsal düşünür,

uydurduğu bir dizi yeni kavramı (uydurduğu diyorum zira herhangi bir ampirik temeli olmayan, ciddi bir araştırmanın, analizin veya buluşun sonucu olmayan, bu medyatik profesörün fevkalade öznel zihinsel pratiklerinin bir ürünü olan medyatik kavramlardı bunlar) ardı ardına sıralayarak Türkiye'nin geçmişi, bugünü ve geleceği üzerine hoş tahliller yapıyor, öndeyilerde bulunuyordu. Röportajda esas olarak vurgulanan bu tahliller ve öndeyilerin dayanakları ve geçerliği değil, bu sayın profesörün Türkiye'nin en (kavramsal) yaratıcı sosyal düşünürü olduğuydu. Bir tür medyatik sunum işte. Benzerleri talk show'cularla, televizyon sunucularıyla ve hanım bakanlarla yapılan röportajlardaki türden bir medyatik sunum. Tahliller mi hoştu, yoksa kavramlar mı, meraklısı bu röportajı arayıp bulsun ve kendi karar versin. Ama her şeye karşın, bu tür kavramların hem konuşmalara, hem de yazılara gerçekten, günümüzün haleti ruhiyesine ve 'yükselen değerlerine (!)' uygun bir hava, bir çeşni ve tat verdiğini kabul etmemiz gerekiyor. Bu konuşmaları, yazıları izlemenin, televizyonda bir 'reality show', bir 'soap opera', bir eğlence programı izlemek kadar keyifli olduğunu hep beraber teslim edelim. Çünkü biliyoruz ki, bu programlar da esasında, cilalı ve süslü içeriklerle ambalajladıkları kahramanları satmaktadırlar. Özetle, terimleri, kavramları falan boş verin, görüntüde kim var onlara bakalım.

Entelejensiyanın medyatik düşkünlüğünün (hem üzerine düşme, hem de düşük hale gelme anlamında) esas nedeni, görsel dünyanın, özetle imajın giderek itibar kazanması kadar, toplumsal düşünceyle tarih boyunca at başı giden toplumsal eleştiri pratiğinin hiç değilse medyatik aydınların nezdinde giderek itibar kaybetmesidir. Bunun bireysel ve anlaşılır, hatta yüreğiniz yufkaysa kabul edilebilir bile olan nedenleri vardır elbette. Getirisi sırf yel değirmenleriyle şu kısacık hayat diliminde kazanılamayacağını tarihin de kanıtlamış olduğu bir savaştan ve bu savaşın muhtemelen yol açacağı bin bir türlü sıkıntıdan başka bir şey olmayan bir toplumsal eleştiri pratiğinin içinde yer almak, tersinin kazandıracakları düşünüldüğünde gerçekten pek de arzulanan bir şey olmayabilir. Ama bu tercih entelejensiya arasında iyice yaygınlaşırsa, entelejensiyanın da itibar kaybına yol açar. Çünkü

entelejensiyaya itibarını onun ‘eleştirel’ duruşu kazandırır. O zaman sarılacak tek bir dal kalmıştır, o da medyatik itibardır. Medyanın ve medyatikleşmenin negatif düşünceyi nasıl giderdiği, bir bitmeyen olumsuzluklar dizisini nasıl dayattığı bir başka yazının mufassal irdeleme konusu elbette olabilir. Biz burada bu saptamayla yetineceğiz.

Şimdi buraya kadar söylediklerimizin ve iddialarımızın dayandığı öncülleri özetleyelim: İlkin, gündelik yaşamımızda tedavüle giren ve teknolojik gelişmelerden temellenen terim ve kavramlar hiç de masum değildir ve teknolojinin yansızlığı ön-sayıltısıyla bunun tersini iddia etmek mümkün olamaz. İkincisi, medyatik olmayan, ama kamusal olma niteliğine de sahip bir entelejensiyaya, yani ün ve keyifli bir bireysel yaşam sürdürme uğruna eleştirel düşünceyle bağını koparmış, olumlayıcı düşüncenin cazibesine kapılmış olanların dışında bir aydın kesime şiddetle gereksinim bulunmaktadır. Aksi taktirde Aydın Uğur’un *Birikim*’de yayınlanmış bir yazısından anımsadığımız deyişle, ‘zihnimizin yeni efendilerine’, yani ‘medya’ya hep birlikte teslim olmaktan başka yapabileceğimiz bir şey yoktur. Üçüncüsü, bir öncülden çok bu özgül yazıyla ilgili bir gerekçe. Bu yazıda, başlıkta yer alan medyakrasi uydurma kavramı önemli bir yer tutuyor. Önemli uydurmalığını da ortaya koyan bir yanılsamayı dile getirmesinden kaynaklanmakta. Ama medyatik tonları da var bu kavramın ve medyatikleşmeye karşı korunması da gerekiyor. Medyatikleşmenin entelejensiyanın kavramları bakımından ne demek olduğunu bu nedenle bir miktar destik. Ayrıca yazının derdini temellendirebilmek açısından, bu kavramı, hem eleştirmek hem de meşrulaştırmak zorundayız. Yoksa, ne yukarıda örnek olarak kullanma cüretini, pek de istemeye istemeye göstermiş olduğumuz ünlü profesör vb. ile bir alıp veremediğimiz var ne de entelejensiyaya ‘anti-entelciler’inkine benzer bir husumet besliyoruz.

Medyakrasi Uydurması

Aslında bu tür uydurma kavramların da, ‘basın toplumun vicdanıdır’ falan gibi özlü sözlerin de (bugün nice yaygınlaştıkları göz

önüne alınırsa biraz akıntıya kürek gibi görünecek ama) yukarıda belirtilen nedenlerle kayıtlı karşılanması gerektiğini düşünüyoruz. Karmaşıklığı yalınlaştırarak çözmüş görünmelerinin yanılsatıcılığı düşüncemizin nedenlerinden biri. Ama bunların eleştirel (bilimsel de diyebiliriz, sosyal eleştirinin sosyal düşünceyle tarih boyu birlikte yürümüş olduklarını düşünerek) düşünceyi sterillemeleri esas neden. Basının dördüncü kuvvet olduğu görüşü ve bu görüş üzerine kurulan çağdaş mitolojiler de bunun bir örneği.

Tüm bu uyanık ve kayıtlı olma uyarılarına karşın bu medyakrasi terimi de nereden çıktı denebilir. Siyasi iktidarların medyayı manipüle edemediklerinde iktidarlarını eksik hissetmeleri bu uyduruk kavramın kullanımını meşru kılmaya yetmez. Çünkü medyakrasi adı üstünde, medyanın medya adına halkı idare etmelerini dile getiriyor. Böyle bir senaryoda siyasetçilerin iktidarından ve idaresinden söz edilemez. Medyacıların toplumun yönetiminde sahip oldukları gücü abartmaları da aynı şekilde. Bu gücü abartmaları diyoruz ama söylem çözümlemeleri ne tür sonuç verirse versin, tüm medya diline hakim olan bir paternalizmi, çok bilmişliği, yönlendiriciliği, öğreticiliği de hemen tespit ediyoruz ve bu söylemin sanki bu tür bir iktidarın varolduğu sayıltısı çerçevesinde kurulduğunu görüyoruz ya da bu söylem bize zaten böyle bir iktidarın varolduğunu ima ediyor. Bunlar biraz da Türkiye'ye özgü saptamalar kuşkusuz. Hele tüm günlük gazetelerin her bir sayfasında ikişer üçer olmak üzere tüm köşeleri tutmuş olan köşe yazarlarının üslubuna baktığımızda bu saptamayı yapmak için fazlaca bilgiç olmanın ya da analitik bir göze sahip olmanın pek de gerekmediğini hemen saptıyoruz. Medyacılar iktidarlarına inanmışlar. Medyakrasi kavramı işte onların inanç, tercih ve konumlarını tanımlıyor.

Medyakrasi ve Medyatik Bilginin Gücü

Ancak medyacıların bu inançlarının tümüyle temelsiz olduğu da söylenemez. Medyanın özellikle siyasal ve toplumsal kurumları ve kişileri manipüle etme gücüne sahip olduğu pek de göz ardı edile-

meyecek bir görüştür ve bu görüşün, günümüzde bilginin en etkili ve en işlevli mülk olarak tanımlandığı şu popüler ‘bilgi toplumu’ mitiyle ilişkisi vardır.

Bilginin önemini, toplumsal tüm düzeylerdeki mekanizmaların işleyişindeki işlevselliğini yadsımak mümkün olmamakla birlikte, nitel ve nicel bilgi artışına ilişkin saptamalarla temellenen ‘bilgi toplumu’ mitinin ideolojik içerimlerini ve yanılsamalı olan yönlerini de ortaya koymak gerekir. Bunu bir dizi soruyla yapacağız.

Birincisi, işlevsel bilgi ve işlevsel olmayan bilgi şeklinde bir ayırım yapılabilir mi? İkincisi, bilgiye erişim bakımından ayrıcalıklı ve ayrıcalıksız olma ayrımı yapılabilir mi? Üçüncüsü, kurumlar, kişiler ve toplumlar (nice ayrıcalıklı olursa olsunlar) bilginin tümüne erişebilirler mi? Dördüncüsü, birbirleriyle bir kuramsal bağlam çerçevesinde bağıntılandırılmayan bilginin güçle, yararlar bir ilişkisi olabilir mi? Beşincisi, bilginin etik anlamda en genel şekliyle insanlığın, insanın, toplumun yararına kullanılmasını, bizzat bilginin kendisi garanti edebilir mi? Ki, bilgi toplumundan söz edebilelim?

Bu soruların tek tek değerlendirilmesi bu yazının dolaysız konusu değil. Bu nedenle bu soruları yanıtlamaya girişmeyeceğiz. Ama, özellikle eleştirel perspektifin içinden yapılan çözümlemeler aslında bilgi toplumu sözünün bir mitten ileriye gidemediğini, bilgi toplama, derleme, yığma, saklama ve kullanma bakımından önceki dönemlere göre niceliksel bir patlamadan söz edilebilse de, bunun içinde yaşadığımız dünyayı bu adla nitelememize elvermediğini öne sürmektedirler. Niyesi açıktır: Bilgi, endüstri devriminde de başı çekmiştir, Rönesans hümanizminin çiçeklenmesinde de, Fatih Sultan Mehmet’in İstanbul’u fethinde de, yeni dünyanın keşfinde de vb. Niteliksel olarak bilgi tarihin her döneminde, insanın toplumsal varoluşunu sürdürmede, her türlü değişimde, devrimde vb. çok önemli bir yer tutmuştur. Dolayısıyla, sırf niceliksel bilgi artışı, ‘bilgi toplumu’ nitelemesini meşru kılamaz. Hele ki bu niteleme bilgi kavramını ‘fetişleştirecek’ bir işlev görürse, o zaman ona karşı da çıkılması gerekir. Nitekim bizim ‘bilgi toplumu’ nitelemesine yönelen eleştirilerimizin gerekçesi, bu terimin çok yeğın ideolojik içerimleri olmasındandır.

Ama medyakrasi teriminin iini olabilir bir şekilde doldurmaya kalkıştığımızda, bilgi toplumu mitinin bu terimin kuruluşunda özsel bir öneme sahip olduğunu belirtmemiz gerekiyor. Medyanın bilgiyle ilişkisi, daha çok olan bitene ilişkin malumat anlamında bir ilişkidir. Bu anlamda medyanın toplumu birçok kişi ve kurumunu manipule etme gücüne sahip olduğunu kabul etmek durumundayız. Walter Lippmann, daha 1920’lerde, yani radyo ve televizyon döneminin öncesinde, medyanın bu manipülatif gücünü tespit etmişti. İnsan yakın ve uzak çevresiyle ilgili olarak dolaysız bilgiye sahip olamayacağı için bu gereksinimini bilgiyi taşıyan araçlar aracılığıyla edinebilir. Özellikle toplumsal projeleri olan, toplumsal iktidarı ele geçirmeye çalışan siyasal kimlikler için bu çok önemlidir. Çünkü iktidarın ele geçirilmesi, bu tür bilgiye sahip olup, bu bilginin kullanılmasını gerektirir. Lippmann, bu bilginin aktarılan ve dolayısıyla isterseniz de, istemeseniz de çarpıtılan bir bilgi olacağını belirterek, bu çarpıtmayı ve bozulmayı izale edecek bir uzmanlar kümesinin iktidar mücadelesi içinde olanlara yardımcı olması gerektiğini belirtir.

Elbette biz de Lippmann’ın bunca yıl önceki tasvirine katılıyor ve insanın dolaysız olarak tecrübe edemeyeceği konu ve olaylarla ilgili bilgiye ulaşmasında medyanın özsel konumunu kabul ediyoruz. Ama medyanın bu işlevi yerine getirirken sırf bilgi aktarmakla kalmadığını, bilgi ürettiğini de eklememiz gerekiyor. Bu medyatik bilgi üretiminde bilgi peşinde koşanların, özellikle siyasilerin hayli katkısı bulunmaktadır. Siyasi kimlikler tarafından olaya baktığımızda şöyle bir tespitin yapılabileceğini görüyoruz. Siyasiler medyayı önemserler çünkü hem kendi haklarında, hem de kendi grupları ve muarızları hakkında medyadan çok fazla bilgi edinirler. Ayrıca toplumu, kamuoyunu ve kendi kamuoylarını da medya aracılığıyla bilgilendirirler. Medyakrasi terimi işte medyanın bu işleviyle ilgilidir. Bizim medyakrasi terimiyle ilgili iddiamız, *siyasilerin bu tür bilgilendirme sürecinde medyayı kullanma girişimlerini yoğunlaştırdıka, medyanın onları manipule etmesine (medyakrasi eğilimine) daha çok imkan verdikleri şeklindedir*. şimdi bu iddiamızı (hipotezimizi) açıklamaya çalışalım.

Önce birtakım kabullerimiz var. Birincisi, siyasiler medyanın hep kendileriyle ilgili bir şeyler söylemesini isterler. İkinci olarak, siyasiler kendileriyle, hatta karşıtlarıyla ilgili olarak medyada yer alan bilgi ve yorumların kendi istedikleri biçimde olmasını isterler. Nitekim siyasiler ile medya arasındaki ilişkilerin çoğu kez gergin olan niteliği onların bu talebinin karşılanmamasından kaynaklanır. Üçüncüsü, medyanın siyasiler hakkında ‘ürettiği’ bilgi, siyasilerin kendilerine ilişkin bilgilerinin bile ana kaynağı haline gelmiştir. Dördüncü olarak, siyasiler medyada yer alan haber ve yorumlar konusunda ben-merkezli bir yaklaşıma sahiptirler. Yani her türlü yorum ve haber siyasiler tarafından kendilerini merkeze yerleştirmek suretiyle okunmaktadır. Böyle bir okuma siyasilerin medyadaki temsillere tek boyutlu bir yaklaşıma sahip olmaları demektir. Yani bir siyasinin diyelim ki bir törende yaptığı konuşmada sarf ettiği bir sözün medyada yer alması, onun için çok önem taşıyabilir. Oysa, bu söz sıradan vatandaşın (ve elbette seçmenin, ki asıl onlar önemlidir iktidar mücadelesinde) gündelik yaşam pratiği içinde çoğu kez hiç de karşılığını bulmayabilir, onun için pek bir önem taşımayabilir ve çoğu kez de böyledir. Aynı şekilde siyasilerin muarız(lar)ına yönelik bir eleştirinin de önemi olmayabilir. İşte bu noktada, siyasilere aslında medyanın çizdiği genel panoramanın kendisinin ve muarız(lar)ının temsilinden çok daha önemli olduğunu anımsatmakta yarar var.

Ama bu yaklaşımın medyakrasi anlamında şöyle bir uzantısı bulunmaktadır: Siyasiler medyayı ‘ben-merkezli’ biçimde yönlendirme çabası içinde, aynı zamanda medyanın kullanabileceği bilgileri medyaya aktarma işlevini de görürler. Bir anlamda siyasiler medyanın ‘gönüllü muhabirliği (daha doğrusu muhbirliği)’ni yaparlar. Kendilerini öne çıkarma, muarızlarını olumsuzlama yönündeki bu ‘muhbirlik’ çoğu kez tersine döner ve medyanın tüm siyasal aktörler üzerinde yönlendirici yönde bir temsiliyet (ve giderek iktidar) kurmasına yol açar. Çünkü bu alışveriş içinde, siyasiler neredeyse kendileriyle ilgili bilgiyi de medyadan alır hâle gelirler. Tabii bilginin burada yalan veya doğru olması önemli değildir. Önemli olan bu bilginin siyasilerin sonraki davranışlarını etkileyen

hatta belirleyen bir etmen haline gelmesidir. Medyakrasi terimi bu anlamda (hele ki basında monopolistik eğilimler şiddetlendikçe) medyanın siyasal aktör ve kurumları manipüle etmesini de dile getirebilir ve bu süreci anlatabilir. Yoksa medyanın dolaysız iktidarını değil... Ama burada bu tür bir medyakrasinin, özellikle Türkiye gibi, siyasal iktidarların namütenahi bir kaynak dağıtma ‘iktidarı’na sahip olduğu, çok büyük işletmeler haline gelen medyanın da bu dağıtımdan alacakları paya büyük gereksinim duydukları bir ülkede daha da olumsuz bir siyasal tablonun ortaya çıkmasına neden olacağını, demokrasi pratiğinin çok daha fazla hasar göreceğini belirtmemiz gerekiyor. Çünkü o zaman, medyanın hangi eleştirilerinde kendi çıkarlarını gözetmediği, hangi eleştirilerinde ise çıkarlarını gözettiğini tespit edebilmek iyice olanaksızlaşmış demektir.

Bu yazıda medyakrasi terimi ve yukarıda saydığımız içerimleri önem taşıyor, çünkü Refah Partisi ile medya ilişkisine bu yazıda işbu partinin medyadan şikayetleri, medyayı manipüle etme çabaları, medyanın da buna direnmesi çerçevesinde bakmayacağız. Medyanın her türlü kuvveti manipüle edebileceği öz-inancını açık eden dilini analiz etmeye çalışacağız. Dolayısıyla bu ‘uyduruk’ kavramın, bu yazı çerçevesinde kullanılmasında bir beis yok. Bu da medyakrasi teriminin yine bu yazıdaki meşruluk sınırını oluşturuyor.

Medya ve Refahyol İlişkisi

Sorunumuzun iki yönü var ve bunlar bize göre birbirleriyle yakından ilgili, ilk sorumuz şu: Medya Refahyol iktidarına giden süreci acaba nasıl dillendirdi? Bu sorunu, önce gerçekten medyakrasiye oynayan, sermayesi (ensesi külâhı) yerinde olan yazılı basınla, yani bir avuç kadar gazeteyle, daha sonra da bu basındaki köşe yazarlarının müdahaleleriyle sınırlı olarak ele alacağız. Refah Partisiyle ilişkili haberler, röportajlar ve dizi araştırma yazıları bu yazının konusu dışında kalacak. Görsel-işitsel medyanın (yani radyo ve televizyonun) Refah Partisine yönelik temsilleri de öyle.

İkinci sorunumuz ise, medyanın çizdiği Refahyol portresinin önemli bir boyutunu Refah’ın iktidara gelmesine neden olan kişi, ku-

rum vb.ye yönelik eleştirilerin oluşturması. Medyanın böyle sağı solu pervasızca eleştirmesine karşılık, acaba diyoruz, kendisinin bu Refahlı çorbada hiç mi tuzu yok? İncelediğimiz gazetelere ve bunların bazı kıymetli yazarlarına bakılırsa yok. Onlar bunu iddia etmiyorlar kuşkusuz, ama bu konuda herhangi bir şey de söylemiyorlar. Biz sessizliğı hayra yoruyor ve bu sessizliğin, medyanın bu işte hiçbir sorumluluğı olmadığı iddiasını, gizli gizli de olsa, üstü örtük bir şekilde de olsa, dile getirdiğini düşünüyöruz. İşte bu yazıda bu iddiayı da tartışıp, medyanın bu konuda en az diğerk kişilikler ve kurumlar kadar sorumlu olduğunu ortaya koymaya çalışacağız.

Bu iki soru nerede kesişiyor? Kesişme noktaları o kadar çok ki, ancak bazılarını, bizce önemli olanları belirtebiliriz: Medyanın artık kendi kendisini eleştirmeye başlaması gerekliliğinde. Bir toplumda demokrasiyi en çok hak etmesi gereken kurumun medya olduğunda, aksi taktirde o toplumda demokrasinin sözünün edilemeyeceğinde. Demokrasinin başkalarına öğretilmeyeceğı, bunun öğretmenliğinin olmadığı, demokrasinin gündelik yaşam pratiklerinden başlayarak tüm toplumsal pratik alanlarındaki tecrübelerle öğrenilip, içselleştirilebileceğinde. Medyanın örtük veya açık medyokratik eğilimlerden uzaklaşması gerekliliğinde. Ve tüm bunların gerçekleşmesi için de, medya endüstrisinin şu ya da bu biçimde yeniden düzenlenmesi gerekliliğinde. Özellikle medya kuruluşlarının mülkiyeti meselesi burada çok önem kazanıyor. Ama biz bu iki sorunun bu sözünü ettiğimiz kesişmeleri üzerinde kalem oynatmayıp, kendimizi sadece yukarıda belirttiğimiz iki soruya arayacağımız ayrı ayrı cevaplarla sınırlayacağız.

Bir de bu yazıyı meşrulaştıracak ‘bir gerekçemiz olması’ gerekiyor. Bu yazı için böyle bir gerekçeyi formüle etmek hiç de zor değıl. Her türlü yazı serüvenine (düşünme falan gibilerine de) girişirken sorulan bir soru, yani niye bu işe girişiyorsun, önemi nedir bunun falan gibi soruların yanıtı olarak, işte Refah Partisi dendiğinde akan sular herhalde durur. Toplumsal izlenme oranıyla ve bu orana bağılı getirisiyle (yani rating’iyle), toplumun tüm hakiki ve düzmece (medyatik) starlarını sollayan popülaritesiyle bizzat Refah Partisi, ü-

zerine yapılacak her türlü konuşmanın, düşünmenin, yazının 'niçin' sorusuna gerek bırakmaksızın meşru gerekçesini oluşturuyor.

Refah üzerine yazılanlar, çizilenler, söylenenler (yazı ve çizimin hem oto kontrollü, hem de tepeden kontrollü olduğu malum dönemler dışındakileri ve Milli Nizam Partisiyle başlayıp, Milli Selamet Partisiyle devam eden ve bugünkü Refah'a kadar uzanan bir süreci kastediyoruz şüphesiz) kendi başına hiç de mütevazı sayılmayacak büyüklükte bir kitaplık oluşturacak hacme ulaşmıştır herhalde. Refah'ın (ve zihniyetinin) medyadaki temsiline ilişkin bir kalın çizgili analiz için yaman bir malzemedir bu. İşte hem o yüzden, hem de güncelliğine binaen bu analizi, bu partinin iktidar ortağı olduğu, 30 küsur yıllık siyasi Erbakan'ın da başbakanlık koltuğuna oturduğu tarihten başlatıp, hikayenin daha öncesini bir yana bırakacağız.

Aslında Refah medyatik popülaritesini, siyasal izlenme oranı/izleyici getirisiyle bağlantılı olarak yerel seçimlerle birlikte sıçrattı. Uzun süre, kullanılan oy yüzdelerinin toplanması çıkarılması, çeyreklerle, yüzde hatta binde birlere kadar indirgenen puantaj hesapları ile ve beş benzemezi toplayıp Refah'ın karşısına koymakla uğraşan medya bu tür ıvır zıvırla uğraşa dursun, Refah Partisi önce büyük şehirlerdeki TBMM'ye kuruluverdi. Medya bu arada, Refah'a iktidarı 'verirler mi, vermezler mi?' sorusunu tartışıyordu; verme gücüne 'sahip' olan malum yerlerden kaynağı 'denildi, belirtildi, düşünüldü' şeklindeki pasif çatılı cümlelerle gizlenmiş (dolayısıyla aslında galiba bir kısmı kendilerince üretilen ve kendi dileklerini dile getiren) mesajları kamuoyunun gündemine getirerek kamuoyunu tarafsız ve nesnel bir şekilde bilgilendirme vazifesini ifa etmekle meşguldü. Kısaca medyamız bunca meşguliyet arasında, Türk tipi demokrasinin sınırlarını ve bu tipe uygun bir nesnellik ve tarafsızlık çabasını da alabildiğine gözetmeye çalışırken, iktidarı verme ve alma gücünün demokrasilerde vatandaşlara ait olduğu 'ilkesi'ni de göz ardı ediveriyordu. Ama bu kadar kusur Cezayir, Tanzanya, Nijerya ve benzerlerinin basınında bile olurdu. Yine de tüm bu hoşgörü çabamıza kar-

şın, Refah'a atfedilen 'omni potestas a dei' (yani iktidarın Tanrı'dan kaynaklandığı) ilkesine bağlılık ile iktidarın kaynağını (kendisini de dahil ettiği) 'malum yerler'de gören basın arasında nasıl bir demokratiklik (yani iktidarın halktan kaynaklanması) yarışı olabilir sorusunu maalesef burada sormamız gerekiyor, işte bu yazıda, cevabı okura bırakılmış birçok sorudan biri daha.

Refah'ın iktidar ortağı olmasıyla birlikte, bazı medyokratik yazarların nonoş, liboş falan diye andıkları türden diğer birtakım medyokratik yazarların o pek alışlagelen 'U' dönüşleriyle karşılaştık ki, bu zaten beklenen bir şeydi. Onun için pek kimse de buna şaşırmadı. Buna karşılık, dönüşlerini pek de belli etmeksizin yapan, böylelikle vatandaşlara doğru bildikleri yolda dümdüz ilerlediklerini inandırabilme 'üstün' kabiliyetine sahip diğer medyokratiklerde yazılarına da yansıyan bir telaşa, ki nasıl bir 'pür telaş', bir sıkıntıya, ki Allah vermesin, tanık olduk. Bu Refah'a iktidarın (ortak olarak dahi) verilmemesi için harcadıkları çabaya karşın, etkisiz kalmalarının, medyakrasi yanılsamasının paramparça olmasının bir sonucu muydu, yoksa Refahlı iktidarın mevcut 'avanta' ekonomisine (dolayısıyla kimilerinin 'menfaatlerine') çomak sokma ihtimalinin kuvvetle bulunması yolundaki kuvvetli inancın mı sonucuydu acaba? Bu çok uçlu sorudaki iddiaları açık biçimde tespit edecek (fevkala-de güçlü hissiyatımız ve sezgimiz dışında) verilerden yoksunuz, onun için bunu da soru biçiminde alıkoyarak, cevabını okurun ferasetine bırakmakta yarar görüyoruz.

Sorumlu Kim?

Medyadaki Refah'lı iktidarla yüz yüze gelmenin yarattığı sıkıntı, bu kez faturanın kime kesilmesi gerektiği üzerine çeşit çeşit ahkâmla telafi edilmek istendi. Yani önce bu durumun sorumlusu veya sorumlularının kimler olduğu üzerine gazete köşelerinde uzun uzadıya tahliller yapıldı. Bu tahlillerde fatura kimlere kesilmedi ki: Orta sağ ve sol partiler, merkezdekiler, şovenistler, ekonomiyi yönlendirenler, dış ilişkiciler vb. Neredeyse herkes bu sonuçtan sorumluydu, tek

medya dışında. Yazılanlara bakıldığında medyaya bu sonuçla ilgili hiçbir sorumluluk yüklenmiyordu. Medya görevini yapmıştı, sorumluların tümüne sorumlulukları zamanında hatırlatılmıştı. Hatta medya böylesi bir iktidarın yolunu kesmek için düşman kardeşleri (Yılmaz-Çiller ikilisini) bile bir araya getirmişti. Ama düşman kardeşlerin basiretsizliği nedeniyle bu girişim de başarısızlığa uğramıştı. Medya yine görevini yapmıştı ve Refah'ın iktidara bulaşması karşısında kendisinin hiçbir sorumluluğu yoktu; süttten çıkmış ak kaşıktı.

Ama hiç şüphe yok ki, böyle bir iddia asla inandırıcı olamazdı. Çünkü medyanın siyasi yaşamın gidişatını ve siyasal kurumların yazgısını belirlemedeki gücünün herkesçe, biraz abartılarak da olsa kabul edildiği bir dönemde, Refah'ın yükselişinde medyanın hiçbir etkisi olmadığını, hiçbir sorumluluğu olmadığını öne sürmek mümkün değildi. Ne var ki medya kendisini eleştirmedeği zaman, medyaya yönelik eleştirilerin yayılacak kanal bulamaması nedeniyle Refah'lı iktidarın nedenlerine ilişkin tahlillerde medya ayağı eksik kalıyordu ister istemez. Oysa medyanın Refah iktidarını hazırlamada, en az fatura kestiği birçok siyasal ve toplumsal etken kadar sorumluluğu ve rolü bulunmaktadır.

Refah'ın ortak olarak da olsa iktidara doğru yükselişi 90'larda oldu. Popüler medyada da, popüler olmayan kanallarda da, bu yükselişin nedenleri öylesine çok yazıldı, çizildi, irdelendi, tahlil edildi, tekrarlandı ki, bu yazıyı konuyla ilgili oldukları için okumaya karar verenler bunları zaten biliyorlar ama biz yine de Türkiye'deki dinamiklere çok kaba başlıklarla bir bakalım.

90'larda Güneydoğu önce berbat bir şekilde karıştı. Daha sonra askeri önlemlerin yoğunlaşması, Rambo örneği özel timcilik ve bu sorunun tamamen şoven milliyetçi terimlere, 'biz onlar' ideolojisine taşınması ve bu ideoloji aracılığıyla çözüme bağlanması kararının temel hükümet politikası olması... Büyük kentlere kitlesel göç ve infilak eden varoşlar... Bunlar önemli elbette. İkinci olarak ekonomide bir daralma, devalüasyon, şok kararlar, bilhassa küçük ve orta işletmelerin sıkıntıya girişi; kara paraların bembeyaz paralara dönüşerek

inanılmaz ölçüde gösterişçi, lüks tüketiciler ve tüketim kalıpları doğurması; 5 Nisan kararları; bir ölçüde toplumdaki şiddet eğilimini ortaya koyması bakımından Güneydoğuda olan bitenle bir yerlerde kesişen toplumsal bir mafyalaşma süreci; siyasal yönetimin tüm bu oluşumlar karşısında -hatta kimi zamanlar belli parçalarıyla bu oluşumların içinde olarak- çaresizliği, önemsizleşmesi, ikinci plana düşmesi vb... Bu genel toplumsal teşhislerin yanı sıra, daha özel olarak propaganda çalışmalarında Refah'ın örgütlülüğü, bu etkinlikleri incelikli hesap ve kitapla yürütmesi; kullandığı sloganların ve retoriğin ölçülmüş biçilmişliği vb... Bu ve benzeri toplumsal, ekonomik ve siyasal gelişmeler ve koşullar Refah'lı iktidara yol açan nedenlere ilişkin tahlillerde, farklı retoriklerle de olsa ayrıntılarıyla dillendirildi.

Bizce Refah hareketinin en az yukarıda sayılan dinamikler kadar önemli olan dinsel boyutu ise, bu nedenlere göre daha az tahlil edildi ve bu boyut çoğu medyatik tahlilci tarafından, Refah tabanını oluşturan %8-9 oranındaki (bu oran da hangi somut bilgiye dayanıyorsa, o da malum değil) 'şeriatçı' toplulukla kestirmeden özdeşleştirilip bir yana itildi ve geri kalan %14-15'i Refah'a bağlayan sosyoekonomik ve politik açıklamalara devam edildi. Oysa 'din'in, özellikle içinde yaşadığımız şizofrenik koşullardaki toplumsal kargaşa ve huzursuzluğa ve parçalanmışlık duygusuna karşı hem huzur veren, hem de bütünlük, uyum ve barış vaat eden bir duygu ve düşünce hali, bir alternatif toplum projesi olduğu üzerinde bir miktar daha kafa yorulması gerekirdi. Bu değerlendirmeye, elbette tarikatlar koalisyonunun Refah Partisi tarafından nasıl sağlanabildiğine ilişkin ayrıntılı tahliller de eklenmeliydi. Ama izler ve okur kitlesinin %99'u Müslüman olan popüler medya için 'din' epey hassas, tartışılması zülfiyare dokunabilecek bir konuydu ve bu kanallarda bu konu 'es' geçildi. Kimse 'din'in böylesi bir huzur ve barış projesi olduğuna karşı çıkmıyordu; sorun bu projeye sahip çıkan Refah'ın güvenilmezliği, takıyyeciliği vb... Şu Refah zihniyeti ve Refahlılar olmasa, ne güzel hep birlikte 'Müslüman' olarak yaşayıp gidecektik, nitekim gidiyorduk da.

Medyanın Sorumluluğu

Öyle ya da böyle güzelce yaşayıp gidiyorduk ama unutulmamalı ki, tarih yazımının popüler hayatın önemini kavramış olan tarzı, 90'lı yılları Türkiye'de özel radyo ve televizyonculuğa geçildiği, özel radyo ve televizyonculuk deneyiminin yaşandığı yıllar olarak kaydedecektir. Televizyonların bu özelleştirilmiş ekranları acaba Refah'ın yükselişine hiç mi katkıda bulunmadı? İletişim özel ilgi alanımız olduğu için, bu soru, en az önceki sorular, nedenler kadar ilgilendiriyor bizi ve bu sorunun yanıtının da olumlu olduğunu düşünüyoruz. Bu düşüncemizi önce televizyon denen aracın özelliklerini tartışarak, sonra da Türkiye'deki ekranların anlamsal renklerini ayırlamaya çalışarak açıklamaya çalışacağız.

Televizyonun bir özelliği malzemesini (aslında kendisi de sorunlu bir kavram olan) gerçek dünyadan almakla birlikte, bu malzemeyle kendine özgü bir dünya çiziyor olması. Yani insanlar televizyon ekranlarında gerçek dünyayı değil, gerçek dünyadan unsurlarla ve bu unsurların temsilleriyle kurulan bir televizüel dünyayı izliyor, bu dünyayı tecrübe ediyorlar. Bu daha önceleri televizyona atfedilen 'dünyaya açılan pencere' veya 'toplumun aynası' gibi niteliklerden tamamen farklı bir tecrübeyi dile getirmekte. Burada gerçekliğin yerine geçen bir kurmaca gerçeklikten söz ediyoruz. Üstelik bu kurmaca gerçekliğin (hiç değilse kurguyu sağlayan unsurlarının) göndergeleri her ne kadar insanların içinde yaşadıkları ve tecrübe ettikleri gerçek dünya gibi görünüyorsa da, postmodernliğin belki en çarpıcı ve medyatik, ama hiç de yabana atılamayacak bir iddiası uyarınca, aslında göndergeleri de kurmacanın kendi içinde olan yani özetle göndergesi olmayan ya da göndergesi zaten kendisi olan bir göstergeler rejimi söz ettiğimiz.

Burada postmodernliğin bu iddiasının seyirciye ilişkin uzantısından da söz edelim: Seyirci bu gerçeklik içinden göndergesizleşmiş hiper-gerçeklik içinde birçok gerçeklikten birine konumlanan bir özne olarak tanımlanabilir ki, bu tanım hem katıksız özgür (etkin olma anlamında) bir seyirci, hem de katıksızca etkisiz (edilgin olma,

göndergesi kendinden menkul söylemler tarafından belli pozisyonlara konumlandırılma anlamında) bir seyirci kavramlaştırmalarını içerebilir; tabii bu kavramlaştırmaları kuranların kendi özgül göndergelerine bağlı olarak. Bu postmodernizmin aşırı görececiliğinin kaçınılmaz bir doğurgusu ama biz, medyanın sunduğu göstergeler düzeninin seyirci tarafından gerçek olanmış gibi algılanmasının hakim eğilim olduğunu savunuyoruz. Yani seyirci medyatik kurmaca gerçekliği, gerçek dünya sayma eğilimindedir diyoruz. Şöyle de söyleyebiliriz: Seyirci göndergeleri gerçek dünyanın kurmacalaştırılmasında bulunan bir medyatik dünya gerçekliğini tek gerçeklik sayma eğilimindedir. Bir başka postmodern doğurgu, göndergesiz göstergeler düzeninde, seyirci göstergelere istediği göndergeyi yorabilir şeklindedir. Ama bu iddia, postmodern düşünce sistematığı (postmodernler bu sözcüğe itiraz edeceklerdir kuşkusuz; *acaba sistematığı mi deseydik* böyle bir itirazı baştan savuşturmak için) içinde varılabilecek bir nokta olmakla birlikte, 'gönderge yaratıcı olarak etkin seyirci' kavramlaştırmının ampirik dünyada karşılığını bulmak pek mümkün değildir.

Anayol iletişim çalışmalarının bir kolu olan 'kültürel göstergeler yaklaşımı' ve 'yetiştirme çözümlemesi' çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmalar seyircilerin televizyon karşısında, televizyonun ekranda çizdiği, görüntülediği dünyayı gerçek dünya olarak gördüğünü ortaya koyuyor. Bu araştırmalarda elde edilen bir başka bulgu da, televizyonun çeşitli kanallar ve seçeneklerle birlikte, oldukça tekbiçimli bir dünya portresi çiziyor olması. Kültürel göstergeler yaklaşımının belirleyici değişkeni ise seyircilerin televizyona maruz kalma sıklığı. Yani seyirci televizüel gerçekliğe ne kadar çok maruz kalıyorsa, onun kendi gerçekliği olduğuna da o kadar inanıyor.

Anayol çalışmalarının yanı sıra, yeni eleştirel iletişim araştırmalarındaki son zamanların en popüler akıntılarından biri haline gelmiş olan kültürel çalışmalar geleneğinin perspektifinde de böyle bir renk tespit edilebilir. Filvaki bu geleneğin okuma rejimleri hipotezi, seyircinin bu gerçekliğe kendi gerçekliğini de dahil ederek metni (yani sunulan gerçekliği) 'müzakere etme', hatta ona 'muhalefet etme' opsiyonlarını mümkün görse de, bu rejimlerin genel bir

medya metninden çok tikel ve özgül metinlerin okunmasıyla ilişkili olduğunu (aksi taktirde popüler çok tirajlı ve yüksek izlenme oranlı medya yerini çok sayıda alternatif medyaya bırakırdı), bu durumda dahi müzakere ederken ya da muhalefet ederken, belirleyici olan etkenin seyirciye sunulan metin olduğunu, yani bu metin üzerinde bir işlemle kısıtlı olduğunu kabul etmek gerekiyor. Ama esas önemli olan, popüler medya içeriklerinin çeşitliliklerle dolu bir dünya gerçekliği değil, aslında çok da mütecanis, neredeyse tekbiçim bir dünya gerçekliği sunması, bu dünyanın özgül alanlarına okur müdahalesinin bu genel resmi değiştiremeyeceğidir. Yoksa muhalif, hatta farklı alternatif gerçeklikler sunan medya organlarının tüketim bakımından marjinal kalışı, popüler (hakim) gerçeklik görüntüsünü sunanların bunca yaygınlığı nasıl izah edilebilir?

Şimdi bu kurgunun bazı özelliklerine bakalım: Medyatik sunum ve tahliller genellikle toplumsal olayları, sorunları ve durumları indirgemeci bir tavırla kişilere, kurumlara dayandırma eğilimi gösterir. Medya bunu mutlaka iradi olarak yapmaz. Medyatik öyküleme üslubu, anlatı tarzı böylesi bir indirgemeciliği dayatır çoğu kez. Bu haberden yoruma kadar tüm medyatik türler için geçerlidir. Örneğin olayın haber olarak formüle edilmesindeki temel sorular ‘kim’ ve ‘ne’dir. Bu iki sorunun yanında haberi öyküleştiren ‘nerede’, ‘ne zaman’, ‘nasıl’ gibi soruların yanıtları da önemlidir ama bu sorular ‘kim’ ve ‘ne’ soruları çevresinde sorulup yanıtlanır ve bunların öyküyü tamamlayıcı işlevleri vardır; öykünün çekirdeğini, özünü oluşturmazlar. Haberlerdeki ‘kim’ sorusu herhangi bir kolektiviteye yönelik olarak sorulmuş olsa bile, medyatik sunum bu kolektivitelyi bile bir kişiliğe indirgemeye eğilimlidir. Çünkü böylelikle okur ya da seyirci için haber daha somutlaşır, olayın kahramanı ya da anti-kahramanı olan kişilik(ler) aracılığıyla dramatik bir yapı kazanır ve yavanlıktan kurtulur, cazip hale gelir. Medyatik haber, habere konu olan olayın önemi ve çarpıcılığı kadar, hatta ondan da çok olayın öykülenmesindeki çarpıcılıkla değer kazanır. Bunun bir başka düzlemdeki örneği bir malın ambalajı ile içeriği arasındaki ilişkidir. Ambalaj giderek malın satılmasında malın kendisinden de fazla önem kazanmaktadır.

Hakim ve alışlagelen haber üslubu yine medyada yer alan yorum ve değerlendirmelerin kurgusunu da etkiler. Genellikle yorumlar yapıya yönelik olmak yerine, kişiliklerin, olmadı tekil olayların değerlendirilmesiyle düzenlenir. Kişilikler ve olaylar birbirleriyle ilintilendirilmez. Medyanın haber formülleştiriminde ‘neden’ sorusu yer almadığı için, bunların daha genel dünyadaki yeriyle, nelerin sonucu olduklarıyla ilgili bir değerlendirme de yapılmaz. Böylelikle medyatik dünya bu tür nedeni kişiselleştirilmiş, tikelleştirilmiş bölük pörçük olaylar topluntusu olarak resmedilir. Çarpıcı ve şaşırtıcı, dolayısıyla aykırı, dolayısıyla anormal, dolayısıyla anomik bir görüntüdür bu ve şayet izleyici bu görüntüyü içinde yaşadığı çevreyi tanımladığına yorarsa o zaman bu çevre yaşanması hiç de kolay bir yer değildir. Türkiye’deki özel televizyonlu yıllar böylesi bir görüntünün ekranlarda dur durak bilmeksizin her gün resmedildiği yıllardır.

Burada göz önünde bulundurulması gereken bir ara-değişken olarak, televizyonun sadece görüntü ve ses kanallarını aynı anda kullanabilen bir iletişim aracı olması nedeniyle değil, bundan daha da çok toplumun hemen hemen tümüne ulaşabilen, toplumun tümünün kolayca erişebileceği bir araç olduğu gibi gazetelere ve dergilere oranla daha etkili olduğunu belirtmemiz gerekiyor. Türkiye’deki özel televizyonların bugün için popüler olan formatlarını büyük ölçüde gazete ve dergilerdeki hakim üsluplardan devraldıklarını, bunları neredeyse oldukları gibi ekranlara uyarladıklarını da görüyoruz. Dolayısıyla televizyonlar ile gazeteler ve dergiler arasında bu anlamda bir türsel, içeriksel farklılık bulunmamaktadır. Peki o zaman acaba günümüzde hakim medyatik üslup ve içerik nedir ve bu üslup ve içerik nedeniyle Refah’lı iktidar sonucu arasında nasıl bir ilişki kurulabilir? Şimdi bu soruları biraz eşeleyelim.

Medyanın Magazinleşmesi

80 ve 90’larda basına giderek magaziner bir üslubun ve magaziner bir muhtevanın hakim olduğu kolayca tespit edilebilir. En çok satan ve ciddi ya da prestij basını dediğimiz tür gazeteler bile bu

eğilimin içine girmişlerdir. Bir zamanlarki ‘boyalı basın’ eleştirel sözünü anımsayalım. Bu söz aslında renkle ciddiliği niyeyle bir türlü bağdaştıramayan haylice siyah-beyaz bir zihniyetin eleştirel tavrını dile getirmekle ve basına yönelik haksız diyemesek bile hayli abartılı bir ithamı içermekle birlikte, sanki basında 80 sonrası gelişmeleri önceden haber vermekteydi. Bu gelişmelerden kastedilen nedir? Örneğin kişisel skandalların ‘ciddi’ gazetelerde bile ilk sayfada, sürmanşet olarak takdimi... Örneğin bireysel anomalilerin, çok sayıda insanı ilgilendiren toplumsal olayların önüne geçecek şekilde haber edilmesi... Haber olacak olayın cinayet, cinnet, şiddet, seks, kan, dedikodu, mahremiyet gibi cazip unsurları mutlaka içeriyor olması...

Böylelikle türsel gazetecilik deneyimi (örneğin dedikodu basını gibi) hem tirajıyla, hem de nicelik olarak marjinallikten çıkıp, prestij basını sayılan ve büyük tirajlı gazetelerin üslup ve muhtevasına hakim olmaya başladı. Bu, medya dünyasında marjinal unsurların ana damarlaşması anlamına geliyordu. Hemen burada konumuza dönecek olursak, Türkiye’de Refah iktidarına yol açan nedenlerden göz ardı edilemeyecek önemde olan biri de, bu ülkede marjinalin yaygın ve sıradan olana dönüşmesidir ve bu süreçte medyanın rolü çok büyüktür. Burada anlattıklarımız da aslında bu dönüşümün medyatik tarihidir.

Yukarıda saydığımız marjinaliteler, çok satan gazetelerdeki hakim temalar olmaya başlasa dahi, okuma temayülü fevkalade zayıf bir toplumda sınırlı bir etki yaratabilirdi. Tek ve sıkı sıkıya denetimli bir televizyon ekranı zaten sınırlı olan bu etkiyi telafi edecek biçimde işlev görüyordu. Ama özel televizyon ekranları ‘paparazzi’lerle, ‘reality show’larla ve ‘reality show’lara dönüşen ‘haber’lerle, ‘mahalle arası jargonu’ ile sağa sola küfür sallayan ‘yorum’larla bu üslubu hakim kıldığında, özetle, tek kanallı ekranda yer verilmeyen marjinallikler genelleştirildiğinde, bu daha farklı ve derin bir etki yaratacaktı kuşkusuz. Öyle de olduğunu düşünüyoruz. Bu ekranlarda çizilen görüntü ‘ahlakın elden gittiği’, ‘at izinin it izine karıştığı’, ‘kimin elinin kimin cebinde olduğunun bilinmediği’, ‘yaşamın pamuk ipliğine bağlı olduğu’, ‘politikacısı ahlaksız’,

‘işadami vurguncu’, güvencenin, ahlakın giderek yok olduğu, bir ayağı çukurda bir toplum görüntüsüdür.

Burada medyatik üsluba ilişkin daha önce söylediklerimizi biraz daha açarak anımsatmak istiyoruz. Medya karşıt etkilerin ve güçlerin birbirini dengelemesi nedeniyle olağan ve sıradan olan bir genelliğin (tabi bu genelliğin denge durumunun ebedi bir uyum hali olduğunu kastetmiyoruz; kendi içinde gerginlikleri barındıran ve hareketli ve değişmeye sürekli açık bir dengeden söz ediyoruz) içinde bu genelliğe aykırı düşen, bu genellikten sapan örnekleri seçer ve kendi dünyasını bu sapkın örneklerle kurar. Dolayısıyla medyatik sunum olağan ve sıradan geneli bu sapkın örneklerle bireyleştirme şeklinde işler. Problem, izleyicilerin geneli bu sapkın bireysel örneklerden genellemeye yeniden-kurmasındadır. Bu durumda aslında olağan ve sıradan olan genel de sapkınlaşır.

Bu medyatik dilin eğretilmeli (metaforik) ve düzdeğişmeci (*metonimik*) söz tekniklerini sıklıkla kullanmasından da kaynaklanır. Medya, düz değişmeyi, yani geneli tikel terimlerle anlatma tekniğini, bir anlatım tekniği olarak zorunlulukla kullanma yerine, bu tikelleştirilmeyi bazı kurumları kendisi dahil, kimi çevrelerin çıkarlarını gözeterek, kasten yıpratma amacıyla kullanırsa bu durumda medyanın topluma karşı olan sorumluluğundan söz edilemez. Bu da nesnellik ve tarafsızlık kavramlarının medyanın toplumsal sorumluluğu açısından ne kadar önem taşıdığını ortaya koyuyor. Çünkü nesnellik ve tarafsızlık medyanın tek yanlı bir dünya tasvirinden kaçınabilmesini sağlar. Ama bu kavramların fetişleştirilmiş biçimde dile pelesenk olmasını ve medya tarafından sırf kendi sorumsuzluğunu gizleyen bir örtü amacıyla kullanılmasını kastetmiyoruz kuşkusuz.

Türkiye’de medyanın giderek büyük ve çok kazançlı bir iş alanı halini almasıyla birlikte, medyatik (burada medyatik terimini olumlu anlamda kullanıyoruz) sorumluluğunun aynı ölçüde azaldığını tespit ediyoruz ve Refah’lı iktidarın (yazının epey önceki kısmında saydığımız nedenlerin yanı sıra medyanın sorumsuzca kurduğu) bu dünyaya genel toplumsal tepkiyle ilişkili olduğunu düşünüyoruz. Burada

kabahatin, medya dünyasındaki amansız rekabete, var olma savaşına yüklenemeyeceği açıktır. Çünkü ne olursa olsun medyanın varoluş nedenini meşruiyetinin temelini onun topluma karşı sorumluluğu oluşturur. Bu sorumluluk hangi nedenle olursa olsun hasar görürse, o zaman medyanın varlığının meşruiyet temeli de sarsılmış demektir ve görünen, Türkiye’de medyanın meşruiyetinin de tartışılır hale geldiğidir. Bu iddia da bu yazıdaki, daha sonra bir başka yerde veya yerlerde tartışılmak üzere değinilip bir yana bırakılan, toplumca sürekli tecrübe edip durduğumuz zihinsel, ruhsal ve maddi sarsıntılarımızın nedenlerine ilişkin çok sayıdaki benzer iddialardan biridir.

Medyakrasi ve Refahkrasi

Medyanın Refah’ın iktidar olmasındaki sorumluluğunu bizce önemli olan yönleriyle tartıştıktan sonra, tekrar medyakrasi teriminin pratikteki işleyişine dönüp, medya ile Refah ilişkisine bakalım şimdi de. Türkiye’de Refah’lı koalisyon hükümeti kurulduktan sonra, siyasal düzlemde ciddi, sert ama kurallar içinde oynanan (yani gözlerin ve dillerin parlamento dışına çevrilmediği) bir iktidar-muhalefet mücadelesine henüz tanık olmadık. Bunun nedeni Refah’lı koalisyonun kurulmasından kısa bir süre sonra TBMM’nin tatile girmiş olması ya da muhalefette kalan partilerin Refahyol seçeneğini hiç beklemediklerinden, böyle bir durumun gerçekleşmesi karşısındaki şaşkınlıklarını henüz atamamış olmaları ya da bir süre beklemeye geçme ve hükümetin icraatını bir süre gözlemeyi uygun görmüş olmaları olabilir. Refah’lı iktidarın geçmiş hükümetlerden, Necmettin Erbakan’ın diğer başbakanlardan daha seyyah bir başbakan olması ve seyahatlerini özellikle ‘malum’ ülkelere yapması dışında icraat olarak farklı bir şey yapmamış olması da bir başka nedendir belki. Öz bir deyişle, tencere-lerin diplerinin kara olması meselesi. Erbakan’ın kimi yerlerde Turgut Özal’ı anımsatan yumuşak retoriğinin sert bir muhalefet üslubunu itici ve çirkin hale getirmesi de nedenlerden biri olabilir. Muhalefet partilerinin siyasi terbiye dahilindeki zayıf ‘muhalif’ girişimleri ise, iktidarı sarsmaya yönelik olmaktan ziyade kendi kamu-oylarını ve siyasal kadrolarını denetim altında tutmayı amaçlamakta

gibi. Bu nedenle de henüz kaynağı karşıt partiler olan ciddi bir muhalefetten söz etmek pek mümkün değil.

Nedenler yukarıda saydıklarımız da dahil çok daha fazla sayıda olabilir. Ama bu yazının konusunu Refah'lı koalisyon iktidarıyla muhalefet partileri arasındaki mücadele oluşturmuyor. Yine de ilginçtir, Refah'lı koalisyon kurulalı beri demokrasilerde pek de alışılmamış bir iktidar mücadelesine tanık oluyoruz. Bu mücadelenin tarafları medya ve Refah Partisi. Refah Partisi'nde en sert üslupla kurulmuş suçlamalar ve eleştiriler medyaya yöneltiliyor; sanki bu partinin rakibi diğer siyasi partiler değil de medyaymış gibi. Medya da Refah'ı en önemsiz olayları dahi fırsat bilip sert bir şekilde eleştirirken, bu mücadelesinde kendisine diğer siyasi partilerden çok, 'malum' yerlerden destek arıyor veya bu yerlere destek mesajları gönderiyor. Kısacası ülkede ilginç bir medyakrasi-Refahkrasi mücadelesi sürüyor ve bu mücadele giderek sertleşiyor.

Gerçi *İletişim Sözlüğü*'nde 'iletişim araçlarının siyasete müdahalesi' maddesinde değinmiş olduğumuz gibi, siyasal partilerin uzun bir süredir giderek zayıflaması buna karşılık iletişim araçlarının sürekli biçimde güç kazanması sonucunda, medya ile siyasal iktidar arasında, özellikle muhalefette kalan partileri dışlayarak dolaysızca karşıtlaşma veya destek şeklinde böylesi bir ilişkinin gelişmesi bir bakıma doğal karşılanabilirse de, medyanın bu gücünü Türkiye'deki gibi pervasızca kullanmasının, medyakrasi için neyse ama demokrasi adına pek sağlıklı olduğunu söyleyemeyiz. Refah'ın medyaya karşı giderek sertleşen tutumu ise, böyle bir ilişkiyi kabullendiğini göstermekle demokrasiye değil, medyakrasiye hizmet etmektedir. Tabi bunu söylerken, Refah'ın bildiğimiz, anladığımız anlamdaki demokrasiyi benimsediğini önceden kabul ediyoruz. Refah'ın, Batı uygarlık ve düşüncesinden *a priori* ürken kimi yandaşlarını ikna etmek için demokrasiyi (yani bu Batılı kavramı) hangi tür İslami vesaike veya göndergeye dayandırarak gerekçelendirdiği ise bizim için hiç önemli değil.

Aslında medya ile Refah Partisi arasındaki bu mücadelenin fitilli, bir bakıma, Refah-yol iktidarına giden süreçte medyanın bu ik-

tidarı engelleme çabalarıyla daha hükümet kurulmadan önce ateşlenmişti. Şimdi bu süreci irdelemeye çalışalım.

Refahyol'un Medyatik Öyküsü

Çok kısa süren bir Anayol hükümeti denemesinden sonra, Türkiye'de siyaset sanki çözümsüzmüş gibi görünen bir kilitlenmeye doğru giderken, çoğu siyasal tahlilcinin pek ihtimal vermediği bir çözüm birden gündeme geliverdi ve Refah Partisi ile Doğru Yol Partisi arasında ortak bir hükümet kurma çalışmaları başlatıldı. O zamana kadar ANAP ile DYP arasında, birbirlerine karşı sadece bir koz olarak kullandıkları 'Refah'la koalisyon yapma tehdidi' birden muhtemel bir seçenek olarak ortaya çıkınca, iktidarı söz konusu olmadığı sürece, Refah Parti'sine demokratik rejimin sınırları içinde meşru bir yer vermekte (dolayısıyla bu partiyi siyasal iktidarı talep etme doğal hakkına sahip olarak tarif etmekte) sakınca görmeyen (böylelikle milli iradeye ve demokrasiye inancını da dile getirme imkanı bulan) medya, bu ihtimalin gerçekleşmesini önlemek için zaman zaman yol gösterici, zaman zaman yönlendirici, hatta kimi zaman da tehditkâr bir üslubu benimseyiverdi.

Medyanın Refahyol'un kısa kurulma süreci içindeki dilini inceleyen, çözümlememizi en çok satan üç gazeteyle (Sabah, Hürriyet ve Milliyet), bu gazetelerin Refahyol hükümetine giden süreci hikaye edişleriyle ve bunların görüşlerini ortaya koyduğunu düşündüğümüz köşe yazılarıyla sınırlayacağız. Dolayısıyla bu analizde medya sözcüğü bu gazeteleri ifade edecek şekilde kullanılmaktadır.

Refahyol'un iktidara uzanan öyküsü, 20 Haziran 1996 tarihinde, parlamentoda Refah Partili milletvekillerinin Tansu Çiller hakkındaki örtülü ödenek soruşturma önergesinin reddedilmesi yönünde oy kullanmalarıyla başladı. Bu başlangıcı, Hürriyet, Sabah ve Milliyet gazeteleri sırasıyla '*Refah yolu açıldı; Müthiş Pazarlık ve Refahyol'a adım*' manşetleriyle duyurdular.

Bu tarihten itibaren Refahyol hükümetinin kurulması yönünde 9 Temmuz günü yapılan güven oylamasıyla sona eren hızlı ve he-

yecanlı bir süreç başladı. Bu süreç bir yanda koalisyonun kurulmasına yönelik çalışmalar, diğer yanda da böyle bir hükümetin kurulmasını engellemeye yönelik (medyanın çabaları da dahil olmak üzere) girişimlerle karakterize oldu.

21 Haziran'daki gelişmeler, Refahyol'a doğru atılan adımlarla ilgili ilk önemli engelin ortaya çıkışıydı. Meclis'te, Refah Partisi ile DYP işbirliğine karşı DYP'den dört milletvekili istifa ederek ANAP'a geçti. Bu olayın iki önemli içerimi vardı. İlki, bu istifalarla, ANAP'ın 131 milletvekiliyle ikinci parti konumuna gelmesi, böylelikle Erbakan'ın hükümet kurma görevini Cumhurbaşkanı'na iade etmesi durumunda, Çiller'in hükümeti kurmakla görevlendirilme imkanının ortadan kalkmasıydı. Bu durumda Erbakan'ın hükümeti kuramaması halinde, Cumhurbaşkanı'nın Çiller'den önce Mesut Yılmaz'ı görevlendirmesi gerekecekti. Bu, Tansu Çiller'in inisiyatifi yine Mesut Yılmaz'a kaptırması anlamına geliyordu. İkincisi, bu istifalar muhtemel bir Refah işbirliği karşısında DYP'de hatırı sayılır bir çözülmenin habercisi olarak değerlendirilebilirdi. Medya, Refahyol hükümetinin kurulması sürecinde, DYP'deki bu çözülme tehdidini sürekli olarak körükledi ve kullandı. Ancak daha sonra görüleceği gibi, bu ilk istifalar ve Çiller'in inisiyatifi kaptırması Refahyol hükümetinin kurulmasını, düşünüldüğünün ve beklendiğinin tersine hızlandırdı.

DYP içindeki sarsıntı, Refahyol'a giden süreçte bir kesintiye yol açar gibi oldu. 22 Haziran gününde başlıklar, bu kesintinin yine bir ANAYOL umudunu doğurmasıyla ilgiliydi ve medya bu seçeneği açık açık destekliyordu. Hürriyet gazetesi, manşetinde Çiller'in Refah ile koalisyondan vazgeçtiğini duyururken, Milliyet'in manşeti, '2. Anayol arayışı', Sabah'ınki ise, 'Anayol'a dönüş çabaları'ydı.

Sonraki günün manşetlerinde Sabah gazetesi Anayol umudunun devam ettiğini belirtirken (*Anayol'a doğru: Türkiye Sabah'a açıkladı: Çiller ve Yılmaz üçüncü kişinin başkanlığındaki bir hükümete sıcak bakıyor*), Hürriyet ve Milliyet gazetesi, Refah Partisi'nin karşı atağını duyuruyordu. Hürriyet'e göre, Erbakan Çiller'e DYP'den

istifa eden milletvekillerine karşılık, ANAP'da kendisine bağlı 14 milletvekilinin bulunduğunu bunları istediği zaman kendi partisine transfer edebileceğini söyleyerek güvence veriyordu. Milliyet ise Çiller'in 'Yüce Divan garantisi' talebini Mesut Yılmaz'ın ret, Erbakan'ın ise kabul ettiğini; Refahyol yolundaki tek pürüzün Başbakanlık sırası konusunda yaşandığını haber veriyordu.

DYP içinde ortaya çıkan muhalefet ve istifalar nedeniyle kısa bir süre için çıkmaza girmiş gibi görünen Refahyol'un yolunun, Refah Partisi'nin karşı atağıyla bir anlamda açılmasından sonra medya, Mesut Yılmaz'ın Avrupa seyahati ve Avrupalı liderlerle görüşmesini fırsat bilerek, bu yolu tıkamada etkili olabilecek bir başka etkeni, yani 'Batı'yı ön plana çıkardı. 24 Haziran tarihli üç gazeteden biri, Batı ülkelerindeki Refah'lı iktidar alerjisini ilk sayfada, diğer ikisi ise manşette duyurdu. Milliyet'in manşeti şöyleydi: *Batı'da RP a-larmı: Fransa Cumhurbaşkanı Chirac, Başbakan Yılmaz'a "Refah iktidara gelirse Türkiye'nin Batı'yla ilişkilerini dondururuz"* dedi. Sabah gazetesi ise, *"Avrupa'da Yılmaz'a Refah sorucusu: Başta Chirac olmak üzere Avrupalı liderler 'Türkiye'nin Cezayir ve İran'a benzemesinden korkuyoruz' dedi"* manşetini atmıştı. Hürriyet'in manşetinde ise HADEP Kongresi'nde Türk bayrağının indirilmesi olayı yer alıyordu. Diğer gazetelerde birinci sayfada diğer haberler arasında geçirilen bu olay, medyanın, din 'unsurunu' milliyetçilik unsurunun önüne çıkaran Refah Partisi'nin iktidar olması tehlikesine karşı milliyetçilik duygusunu kullanmasına da imkan sağladı. Böylelikle özellikle Hürriyet gazetesi, halkın milliyetçilik duygularını körüklerken, 'bayrak asma çağrısı' ile bir anlamda RP'li bir iktidar olasılığına karşı halkın milliyetçi tepkisini de örgütledi.

Medyanın Refahyol'u engellemek için kullandığı 'DYP'nin çözülməsi' ve 'Batı'nın tepkisi' gibi etkenlere, üstü örtük bir şekilde de olsa 'halkın kabaran milliyetçilik duyguları' da dolaylı olarak katıldı. Hürriyet ve Milliyet gazeteleri, bayrak indirme ve diğer terör olaylarını ertesi gün de manşete çıkarırken Sabah gazetesi, Batılı liderlerin uyarıları doğrultusunda Mesut Yılmaz'ın Çiller'e gönderdiği önerileri manşetten duyuruyordu: Anayol veya seçim.

26 Haziran günü, halkın (HADEP kongresindeki olaya tepki olarak) bayrak çektiğini manşetten duyuran Hürriyet gazetesi dışında, Milliyet ve Sabah gazeteleri Refahyol için Erbakan ve Çiller arasındaki müzakereleri manşete çıkarıyordu.

27 Haziran günü, üç gazete de manşetlerde Refahyol üzerinde Erbakan ve Çiller'in mutabakata vardığını duyuruyordu: "*RP-DYP tamam gibi: Çiller, DYP yönetimini RP ile koalisyona ikna etti. DYP Başkanlık Divanı, 7 yıl Erbakan, 1 yıl Çiller'in başbakanlığında dönüşümlü koalisyona 'Evet' deme kararı aldı*" (Hürriyet); "*Çiller Refah'a döndü: Dönüşümlüde ilk yıl için Başbakanlık sırası Erbakan'a bırakılıyor, iki parti arasında bakanlık pazarlığı başlıyor*" (Milliyet); "*Çiller'in kumarı: DYP lideri daha önce 'Masaya oturmam' dediği Refah Partisi ile koalisyon kurma noktasına geldi*" (Sabah).

Refahyol hükümeti üzerinde iki tarafın anlaşmaya varması üzerine bu kez Mesut Yılmaz'ın bu anlaşmayı bozmaya yönelik girişimi gazetelerin manşetlerine çıktı. Yılmaz Çiller'e seslenerek, 'iki partiyi birleştirme' çağrısı yapıyordu. Bu arada Sabah gazetesinin ilk sayfasında yer alan ve İran'da Türk Bayrağı'na saldırı yapıldığını bildiren haber, İran'da yaşanan münferit bir olayın duyurulması kadar, yüzünü Müslüman ülkelere çevirmeye kararlı olan Erbakan'ın başbakan olma ihtimaline karşı bir uyarı işlevi de görüyordu.

29 Haziran tarihli Hürriyet, Refahyol olasılığının bir başka tehlikesini, Alman Gizli istihbaratı kaynaklı 'Erbakan'ın teokratik bir devlet kuracağı' başlığıyla okurlarına ve esas olarak 'malum yerlere' ve 'DYP milletvekillerine' duyuruyordu.

Refahyol protokolünün imzalanması, her üç gazetede bu koalisyon hükümetinin kurulmasını engellemeye yönelik faaliyetleri duyuran ve bu faaliyetleri özendiren bir üslupla temsiline yol açtı. O zamana kadar, Refahyol kurulması çalışmalarında 'ahlak' sorununu pek gündeme getirmeyen bu üç gazete, Refahyol koalisyonunun yolsuzlukların üstünü örtmeye yönelik olduğunu vurgulamaya başladı. Hürriyet'in bu konudaki manşeti şöyleydi: *Gizli protokol şoku: Erbakan ile Çiller'in açıklanan protokolün yanı sıra yolsuz-*

luk dosyalarını rafa kaldıran bir gizli protokol üzerinde anlaşmaya vardıkları iddia edildi.

Bu arada dünya basınının yorumları da, yine Hürriyet'te, 'Türkiye için felâket' başlığı altında aktarılıyordu. Batı basınından yapılan alıntılar, Refahyol hükümetinin Türkiye Cumhuriyeti'nin sonu olacağı ya da ordunun böylesi bir durumda müdahale etme kararlılığı içinde olduğunu ima etmekteydi: *"Batı basınında büyük şaşkınlık. güven oylaması kritik durumda... ordu sessiz bir bekleyiş içinde"* (Sabah). Ahlak konusunun gündeme getirilmesinin yanı sıra, bu üç gazete Refahyol'un engellenmesi için DYP içindeki muhalefeti de kullanmaya başladı. Milliyet gazetesinin manşeti, *Doğru-Yol kayıyor: Refah ile koalisyona tepki büyüyor*, şeklindeydi.

Protokolün imzalanması, yani RP ile DYP müzakerelerinin tüm çabalara karşın engellenemeyip anlaşmayla sonuçlanması üzerine, bu kez gözler güven oylamasına çevrildi. Medya, bu iki partinin kurduğu bir koalisyon hükümetinin Meclis aritmetiği bakımından güvenoyu alacak kapasitede olmasına karşın, güvenoyu alamaması yönündeki muhalefet girişimlerine destek oldu ve bunlara yol gösterdi. Parlamentoda sayısal olarak hiç önem taşımayan BBP birden medyanın da girişimiyle çok önemli bir konuma yükseltildi ve güven oylamasında anahtar hale geldi. Bu arada medya, DYP içindeki muhalefetin yükseldiği, güven oylamasının olumsuz olabileceği haberleriyle de bu parti içindeki muhalif milletvekillerine moral veriyordu. Hürriyet'in manşete çıkararak verdiği bir kamuoyu yoklamasının sonuçları esas olarak DYP tabanına ve DYP'li milletvekillerine sesleniyordu: *"DYP'yi eritti: Çillerin örtülü ödenek iddiaları üzerine Anayol'u bozup, Refah Partisi ile koalisyona gitmesi DYP'nin oylarını yüzde 10'un altına düşürdü"*.

Sabah gazetesi, 3 Temmuz günü "Topyekün savaş: Güven oylaması için iki taraf da tüm silahlarını seferber etti. Ankara'nın her köşesinde kıran kırana pazarlık yapılıyor" manşet haberiyle, konuyu bir spor karşılaşması mantığı ve temposuyla dramatikleştirdi ve bu üslubunu güven oylamasının sonuçları alınana kadar sürdürdü:

Büyük finale 4 gün kaldı! Güvenoyu hesapları saat başı değişiyor. Refah-DYP Hükümeti'nin kaderini bir-iki oyun tayin edeceği belirtiliyor.

"Evet cephesi öne geçti; DSP'li Uygun'dan sonra dün de ANAP'lı Kemaloğlu DYP'ye katılınca, güven oylamasında ibre 'Evet cephesi'ne döndü.

Demirel'e davet: DYP ve ANAP'lı bir grup milletvekili, Demirel'e fedakarlık çağrısına hazırlanıyor: Çankaya'dan inip iki partiyi kendi başkanlığınızda birleştirin.

BBP 'Evet' dedi: Kilit parti durumundaki BBP'nin lideri Muhsin Yazıcıoğlu koalisyonu 'Evet' oyu vereceklerini açıkladı. Böylece Refahyol Hükümeti'nin güvenoyu alması olasılığı arttı.

Gözler Ankara'da: Bütün Türkiye bugün saat 15.00'te Refah-DYP koalisyonu için yapılacak güven oylamasının sonucunu bekliyor.

Gergin başlangıç: Türkiye'deki gerginlik dün Meclise de yansıdı. Güven aylaması ve sonrasında üzücü olaylar çıktı, milletvekilleri tekme tokat dövüldü, silaha sarılanlar oldu.

Milliyet gazetesi ise, bu sürecin son günlerini, kirlenen politika teması üzerine kurduğu bir retorikle aktarıyordu:

Refahyol borsası: Güven oylamasına üç gün kala milletvekili transferleri siyasete gölge düşürdü. Pazarlıklar utanç veriyor.

Güvenoyu tarifesi: Katılmama: 1 milyon \$, Kabul oyu 2 milyon \$, istifa 3 milyon \$.

Hoca savaş açtı: Erbakan, Meclis'te yolsuzluklara değil medyaya yüklendi.

Gergin başlangıç: Erbakan dönemi: Koalisyon güvenoyu aldı, Refahlı günler başladı.

Refahyol'un kurulması sürecinde medyanın manşete çıkardığı haberler ve bu manşetlerin üslubuna ilişkin yukarıdaki değerlendirmeler bile, medyanın bu oluşuma ilişkin kendi tercihlerini dile getirdiğini ortaya koymakta ve medyanın medyakrasi eğilimini kanıtlamaktadır. Hürriyet'in Refahyol için güven oylamasının yapılacağı günkü sayısındaki manşeti, bu eğilimi örtmeye bile gerek du-

yulmadığını göstermektedir: *Tarihi sınav günü: Refahyol için güven oylaması bugün. TBMM’de rejimin niteliği ve Cumhuriyet’in kaderi oylanacak. Türkiye’nin geleceğini sağduyulu oylar belirleyecek.*

Refahyol hükümetinin kuruluş öyküsünü dillendiren medyanın, öyküleme dilindeki medyanın tercihini açık eden üslubuna göre, medyanın görüşünü daha dolaysız olarak aktaran köşe yazıları ve baş yazılar ‘medyakrası’ eğilimini daha açık olarak ortaya koymaktadır.

Bizim burada yapacağımız, seçtiğimiz yazılardan alıntıları önce belli tanımlayıcı başlıklar altında sınıflandırarak aktarmak, daha sonra da bunlara açıklayıcı birtakım müdahalelerde bulunmak olacak. Aslında bu yazılar zaten niyetlerini herhangi bir yoruma gerek duyurmayacak kadar açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Dolayısıyla değerlendirci müdahalelerimizi çok sınırlı tutacağız.

D) Ahlak-Siyaset ve İktidar

Erbakan, Yılmaz’la oynadığı oyunu şimdi Çiller’le oynuyor. Koltuk uğruna dün dediklerini bugün unutuyor. Dün kara dediğine bugün ak diyor. Kendisine daha dün şerefsiz ve milliyetsiz diye saldıran bir parti lideriyle, Çiller’le koalisyona hazırlanıyor, ister istemez, insanın dilinin ucuna geliyor, din iman nerede kaldı Hoca diye sormak (Hasan Cemal, Sabah, 20 Haziran Perşembe).

Ankara’da... DYP-RP hükümeti kurulma noktasına geliyor. Protokolün birinci maddesi, yolsuzluk soruşturmalarının üstünü örtmek... Ne diyelim, bu ayıp onlara yeter (Ertuğrul Özkök, Hürriyet, 28 Haziran Cuma).

Basındaki yazılara bakıyorum. Mümtaz Soysal’dan Cengiz Çandar’a, Güngör Mengi’den Hadi Uluengin’e kadar birbirine zıt düşüncelere sahip yazarların hemen hepsinin birleştiği nokta şu: Bu hükümetin ahlaki temeli yoktur. Mesele, RP’nin ortaklığı değil. Mesele, bu hükümetin mayasında ahlaksız bir işbirliğinin bulunmasıdır. Meclis öyle bir işbirliğine güvenoyu verdiği takdirde, ahlaksız bir işbirliğini tescil etmiş olacaktır. Dünya görüşleri farklı insanları bir araya getiren bu gayri ahlaki temele isyandır (Ertuğrul Özkök, Hürriyet, 1 Temmuz Pazartesi).

Çiller, Hoca'ya sürekli olarak Mercümek'ten saldırdı. Yılmaz'la koalisyon pazarlığına oturunca da şöyle dedi: 'Seçim öncesi açıkladığım eroin kaçakçılığı meselesi. Bosna parası ve Mercümek olayının takipçisi olacağım'. Çiller şimdi Mercümek'i unutmuş durumda! Refahyol Hükümeti'nin harcında ahlak ve fazilet yok! (Hasan Cemal, Sabah, 6 Temmuz, Cumartesi).

...sorun, demokrasi değildir. Sorun demokrasinin içindeki harca pis kokulu suların karışıp karışmadığıdır (Güneri Civaoglu, Milliyet, 9 Temmuz Salı).

II) Azınlık Refah ve Çoğunluk Biz

Disiplinli ve inançlı bir azınlığın, değerlerini yitirerek birbirine düşen çoğunluklara her zaman egemen olduğunu söyleyen tarih, bir de Türkiye'de mi tekrarlanacak? (Güngör Mengi, Sabah diyor ki, 20 Haziran Perşembe).

Galiba en doğrusunu, belki de istemedi BBP lideri Yazıcıoğlu söyledi, ifadesi aynen şöyle: 'Size Müslümanların iktidarını engellediniz sözünü söylemeyeceğim'. Gerekçesi bu olmayabilir. Söylemesi bile önemli. Demek ki 'Müslümanlar iktidara geliyor'. Peki ötekiler kim? Müslüman olmayanlar mı? ANAP, CHP, DSP... Küçük parti, 'Müslüman dayanışmasını' gösteriyor. Toplumun yüzde 80'i, demokrasi, laiklik, cumhuriyetçilik, liberal economicilik, modern hayatçılık dayanışmasını gösteremiyor (Ertuğrul Özkök, Hürriyet, 8 Temmuz Pazartesi).

Son seçimde meclise iki grup parti girdi: 1. Refah... 2. Refah'a karşı güvence olduğunu ilan eden öbür partiler. Refah yüzde 21'i biraz geçti... 'Refah asla!' diyenler yüzde 78'i buldu.

III) Sorumlular

Günümüz aydın: Atatürk devrimlerinin ürünü olan ve 'Refah Partisi'nin iktidara gelmesi Türkiye'nin felaketidir' diyen hanım kızımız nihayet Türkiye'yi Necmettin Erbakan'a teslim etmeye karar vermiş (Oktay Ekşi, Hürriyet, 21 Haziran Perşembe).

Bir ara 'Benimki Karadenizli sözüdür' diyerek güvence veren Mesut Yılmaz'ın da Erbakan'la koalisyona gitmekten son dakikada caydığını unuttuk mu? (Oktay Ekşi, Hürriyet, 28 Haziran Cuma).

Hoca da kurmayları da hedefe giden yolda ara aşamaları gayet iyi görüyorlar. Hayal aleminde yaşayanlar daha çok laik kesimde... Hâlâ Refah Partisi'ni iktidara ortak etmekle adam edeceklerini sananlar var. Refah'a yol arkadaşlığı yapıyorlar! Bilerek ya da bilmeyerek... Yani Refah'a tek başına iktidar yolunu açıyorlar (Hasan Cemal, Sabah, 4 Temmuz Perşembe).

Çiller ile Yılmaz arasındaki düşmanlığın rejim sorunu haline geldiğini, Erbakan'ı bu düşmanlığın başbakan yaptığını herkes biliyor, i-kisinin sorumsuzlukları ile sebebiyet verdikleri sonuçlar, bir arada tari-hin çöplüğüne atılmaları için yeter de artar. Tansu Çiller, Refah'ı teh-like gören vatandaşlardan isteyip aldığı oylarla Erbakan'ı başbakan yapmıştır. Bu suçun hiçbir mazereti olamaz (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 6 Temmuz Cumartesi)

Halk ve Demokrasi ihanete uğramıştır. Merkez sağdaki iki can düşmanı, Refah iktidarına karşı kendilerini 'garanti' ilan etmişler, sonra Refah'la ortak hükümet kurmak için birbirleri ile yarış etmişler-dir (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 8 Temmuz Pazartesi).

IV) Refah Öcüsü

İktidar arayışının meşru ve helal yolu Refah iktidarına yönelik en-dişelerin doğru olmadığına halkı inandırmaktır... Erbakan bizi tehdit edeceğine milleti ikna etmeye çalışsın (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 26 Haziran Çarşamba).

... Refah'ın, iktidarda denenmesi belki hayırlı olacak... Refah mut-laka yüzde 20'lerde iken denenmelidir. Eğer hakkındaki şüpheler doğ-ruysa onu iktidardan uzak tutmak rejimin yararına değildir. Demok-rasiye bu şansı tanımak gerekir (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 29 Haziran 1996).

'Hükümet güvenoyu alsın ve millet Refah'ın da ne mal olduğunu görsün!' diyenler bir daha düşünsünler. Türkiye'nin dibe vurması gibi tehlikeli bir kumar, birçok bakımdan çok pahalıya mal olabilir (Hasan Cemal, Sabah, 3 Temmuz Çarşamba).

...Erbakan hep böyle mi gidecek? Yoksa Hoca 'takiyye'mi yapıyor? Erbakan ve arkadaşları çok akılcı işbirliği yapmışlar. Başbakan, izleyi-

cisi bol özel kanallarda ılımlı bir görünüm sergilerken, Oğuzhan Asiltürk gibi daha radikal partililer de, siyasal İslam'ı öne çıkaran televizyonlarda Refah tabanına su mesajı veriyorlar; 'Biz bu batıllarla kerhen işbirliği yapıyoruz. Koalisyonda şimdilik bu programı uyguluyoruz, daha fazlasını istiyorsanız, Refah'ı tek başına iktidara getirirsiniz! Hayli örtülü olan bu mesajın anlamı şudur: 'Şeriat istiyorsanız, sabre-deceksiniz!' (Derya Sazak, Milliyet, 4 Temmuz Perşembe).

Refah'ın İslam'a koştuktan vazgeçip, düzene uyması ya da öbür 'rantçı' partilere benzemesi ihtimali İslamcı çevrelerde kaygı yaratıyor. Buna karşılık deniyor ki, 'Merak etmeyin, ipler nasıl olsa Hoca'nın elinde. Biz bir ilki gerçekleştirdik. Refah'ı hükümet yapmazlar tabusu yıkıldı. Önemli olan bu. Gerisini boş verin!' (Hasan Cemal, Sabah, 5 Temmuz Cuma).

Refah'tan korkulamaz. Refah korkusu, cumhuriyet değerlerine inançsızlıktır (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 8 Temmuz Pazartesi).

Erbakan teşekkür konuşmasında, demokrasiye inanmış bir lider görüntüsü verdi. İcraatı ile bunu doğrularsa ülke ve kendisi kazanır. İslam'ı demokrasi ile bağdaştıracak bir yaratıcılık gösterirse bu başarı onu yalnız Türkiye'nin değil bütün İslam dünyasının kahramanı yapar. Başarı diliyoruz (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 9 Temmuz Salı).

Refah alışılmış kalıplara uymuyor. İktidara susamış olan bu parti-nin taraftarları en küçük bir taşkınlık yapmamayı başardılar. Kendilerini kontrol etmeyi bildiler. Şimdi bu disiplini, becerilerini ispatlamak hedefinde kullanacaklardır... Erbakan'ın niyetinden şüphe duyanlar ve meclisteki askerlerinin disiplininden etkilenenler endişe ile soruyorlar: 'Bunlar iktidarda ne kadar dayanır'. Bu tamamıyla Refah'ın Cumhuriyet değerleri ile kumar oynamaya kalkışmamasına, İslamcı bir parti niteliğinden kitle partisi kimliğine geçme fırsatını değerlendirmekteki becerisine bağlıdır. Çünkü kamuoyu dinamiklerini tahrik etmemeyi başardığı takdirde kendisini yolundan alıkoyacak bir kuvvet mecliste yok... önümüzde uzun dönemli bir Refah iktidarı görünüyor (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 11 Temmuz Perşembe).

Refah ve İslam konulu tartışmalarda kesin yargılara varmak için vakit henüz erken, iktidardaki Refah ortaklığının neleri yapıp yapamayacağını gördükçe bu konuda daha sağlıklı teşhisler konabilecek. Şimdilik özellikle iki alanda, ekonomiyle dış politikada dikkatle izlenmeleri gerekiyor. Refah beni özellikle bu iki açıdan kaygılandırıyor (Hasan Cemal, Sabah, 13 Temmuz Cumartesi).

V) Meclisin Sorumluluğu

... Koalisyon Protokolü'nü beklediğimizden iyi bulduğumuzu hissediyoruz. Ama hemen ardından karşımıza çıkan öteki gerçekler, bu hükümete güvenoyu vermeyi düşünen DYP milletvekillerini uyarmaya zorluyor bizi (Oktay Ekşi, Hürriyet, 30 Haziran Pazar).

Çiller... Refah'a iktidar yolunu açma gayretiyle rövanşa oynuyor. Meclis'teki güven oylamasının bu 'gözü kara' oyunu bozacağına inanıyoruz (Derya Sazak, Milliyet, 2 Temmuz Salı) -Medyatik inanç...

... bu görüntü. Çillerin şu an kamuoyunda sahip olduğu negatif imajı tam olarak yansıtıyor. Kamuoyu tepkisini gösteriyor. Bakalım Meclis ne yapacak? Halkın temsilcisi mi olacak, lider esiri mi? (Ertuğrul Özkök, Hürriyet, 4 Temmuz Perşembe).

Ve siz, DYP milletvekilleri, özellikle kendilerine liberal diyenler, parti disiplini adına yüzde 21'lik Hoca'yı Başbakan yapmayı hala düşünebiliyor musunuz? Ayıp olmuyor mu? (Hasan Cemal, Sabah, 7 Temmuz Pazar).

Yarınki tarihi toplantıda bütün milletvekilleri, hayati bir sorumluluğu taşımanın bilinci içinde davranmalıdır. Çiller'i adaletten kaçırarak uğruna ülkenin kaderi ile oynamaya kimsenin hakkı yok! (Güngör Mengi, Sabah diyor ki... 7 Temmuz Pazar)

VI) Batının ve Medyanın Tercih

Refah iktidar ortağı olursa, Batı'nın Türkiye'ye stratejik bakışı hiç kuşkusuz olumsuz yönde etkilenir... Refah bugünkü haliyle muhalefette kalsa daha hayırlı olur! (Hasan Cemal, Sabah, 23 Haziran Pazar).

Elbette tercih, bu ortaklık değildi. Ancak, madem Çiller'in çaresizliği, Yılmaz'ın iticiliği nedenleriyle... Ve de güven oylamasında

DYP'den 16 'Hayır' oyu çıkmazsa bu süreci yaşayacağız (Güneri Civaoglu, Milliyet, 30 Haziran Pazar).

Refah Partisi'nin iktidar olup olmaması konusundaki tartışmaların demokrasi sorunuyla ilişkilendirilmeyip, bu sürecin 'ahlak!' sorununa indirgenmesi, seçimlerden birinci parti olarak çıkan Refah'a iktidarın verilmemesi için elinden geleni ardına koymayan medya bakımından da bir 'mesleki ahlak' zafiyeti ortaya koymuyor mu sorusunu getiriyor akla. Gerçekte sorun demokrasi sorunuydu ve medya bu sorunda hiç de geçer not alabilecek bir sorumluluk göstermemişti. Bu yazıları diğer haberlerle birlikte okuduğumuzda, aslında Refahyol hükümetinin oluşumunda gerçekten bir problem olarak görülebilecek olan 'siyasi ahlak' konusunun, medya açısından sırf Refah-yol hükümetinin kurulmasını engellemek için kullanılan etkenlerden biri olarak önem taşıdığını tespit edebiliriz. Milletvekillerini açık açık bu oluşuma karşı oy kullanmaya çağırarak yazılarda onların 'ahlaksızlığa' ortak olmamaya davet edilmesi bu tesbitimizi desteklemektedir. Hele Mesut Yılmaz'ın Çiller'in istediği 'Yüce Divan güvencesi'ni kabul etmemesi üzerine medyanın bu reddiyeyi pek de alkışlayarak karşılamaması iddiamızın hiç de yabana atılır olmadığını ortaya koymaktadır.

Medyaya göre Refahyol felaketinin sorumlusu öncelikle DYP ve ANAP'ın liderleridir. Ama bu sorumluluk 'laik kesim'in, yani medyaya göre %21'in karşısında olan %78'in tümünü kapsayacak kadar genişletilebilir. Tansu Çiller ile Mesut Yılmaz iktidar hırsları, becerisizlikleri ve yeteneksizlikleri nedeniyle sorumludurlar. Onların dışındakiler ise basiretsizlikleriyle bu gidişata katkıda bulunmuşlardır. Burada ilginç olan medyadaki Refah'tan yana olanlar ve Refah'a karşı olanlar ayrımının, esasında Refah'ın seçim propagandası sırasındaki retorikini anımsatmasıdır. Refah Partisi bu ayrımı, hem de çok etkili bir şekilde kullanmıştır. Seçim sonrası ise Erbakan, kendisine oy verenlerin dışında kalan tüm vatandaşları ve parlamentodaki Refah dışındaki tüm siyasi partileri potansiyel Refah'lı olarak nitelemiştir. Bu retorik ne kadar safsataysa, medyanın Türkiye'deki siyasal oluşumları Refah ve anti-Refah şeklinde iki

hizbe indirgemesi de o kadar safsatadır. Safsatadır, çünkü medyanın %78'e cem ettiği anti-Refah hizbi elmalarla armutların ve diğer bazı meyvelerin toplanması işlemiyle hayali olarak oluşturulmaktadır. Bu safсата bir bakıma medyanın 'kendi tercihleri' doğrultusunda benzemezlerin toplanamayacağı temel aritmetik kuralını bile çiğneyebileceğini ortaya koymaktadır.

Yukarıda alıntıladığımız metinleri istediği sıra ve düzende okuma suretiyle, medyanın Refahyol iktidarının kuruluş sürecini nesnel ve tarafsız bir tavırla izlemek yerine, sanki bu oluşumun bir tarafıymışçasına nasıl müdahalelerde bulunduğunu okuyucunun kendisi de tespit edebilir. Ama böyle yapmayı düşünen okura bir noktayı önemle hatırlatmak istiyoruz: inceleme konusu olarak aldığımız bu üç en büyük gazete, nesnel ya da tarafsız olması zaten beklenemeyecek partizan ya da radikal tür yayın organları değildirler. Bunlar kendilerini kitle gazeteleri olarak tanımlamaktadırlar; dolayısıyla da nesnellik ve tarafsızlık konusu bunlar için sırf meslek etiğine ilişkin ilkeler olmakla kalmamakta, okurlarına karşı duymaları gereken saygının da bir gereği olmaktadır.

Sonuç

Sonuç olarak yazının içine serpiştirdiğimiz değerlendirmeleri özet halinde toplamak yerine, bu yazıyı Raymond Williams'ın bir sözünden esinlenerek kurguladığımız bir cümleyle noktalamak istiyoruz. Williams, "hak ettiğimiz kültüre sahip olabiliriz ancak" diyor. Biz de 'bu medyaya, bu Refahyol' diyoruz.

MEDYA-İLETİŞİM DİZİSİ

İLETİŞİM VE TEKNOLOJİ

HALUK GERAY

223 sayfa

İLETİŞİM VE EMPERYALİZM

FUNDA BAŞARAN

192 sayfa

HABER VE HABER PROGRAMLARINDA

İDEOLOJİ VE GERÇEKLİK

BEDRİYE POYRAZ

174 sayfa

REKLAMLARIN DİLİ

JUDITH WILLIAMSON

192 sayfa

REKLAMI OKUMAK

BANU DAĞTAŞ

224 sayfa

TELEVİZYON, TEMSİL, KÜLTÜR

SEVİLAY ÇELENK

367 sayfa

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI

EROL MUTLU

464 sayfa

Erol Mutlu'nun isteği üzerine bir araya getirilen bu derlemede, iletişim, kitle iletişimi, televizyon, sinema, izleyici, kuram, globalleşme, üniversite, kimlik, popüler kültür, modernizm, postmodernizm, siyasal iletişim gibi kavramların sorgulanmasına, örneklerle açışlanıp tartışılmasına tanık oluyoruz.

Bir bütün olarak bu kitabın, Türkiye'de bir sosyal bilimcinin, bir akademisyenin, bir entelektüelin düşünsel serüveninin on yıllık bir kesitini sunduğu kadar iletişim, sosyoloji, siyaset bilimi alanlarında öğrenim görenlerin yararlanabileceği vazgeçilmez bir kaynak olacağı düşüncesindeyiz.

ISBN 975-6361-36-0



9 789756 136136 8